



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas

Carrera de Comunicación

**GUÍA DE LOS MECANISMOS PARA EVITAR
LA DESINFORMACIÓN**

Autora:

Julia del Cisne Cárdenas Ulloa

Directora:

Ximena Guerrero Bacuilima

Cuenca – Ecuador

2023

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con gran amor y admiración a mis padres y hermanos, quienes han sido mi inspiración, por su apoyo incondicional, por siempre impulsarme a ser mejor y ayudarme a concluir cada meta que me propongo, cada paso siempre será por y para ellos.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, doy gracias a Dios por guiarme y darme fortaleza para seguir adelante, a mi familia por su apoyo y motivación incondicional, a mi tutora Ximena Guerrero quien con su paciencia me ha ayudado para la correcta realización de mi trabajo, y a todas las personas que de una u otra manera han estado presentes en este proceso.

RESUMEN:

Estudios han demostrado que el auge de la desinformación crea conductas negativas en las personas y en la sociedad. En este sentido, este trabajo se centró en indagar mecanismos para evitar la difusión de la desinformación, mediante la recopilación, organización, sistematización y creación de una guía digital y tres cápsulas de video para el buen uso del estudiante y profesional de la comunicación. Como base para este estudio, se enfatizó en: la importancia de las habilidades de pensamiento crítico, la alfabetización mediática y las iniciativas de verificación de datos para incentivar el consumo de información verificada mediante el uso de medios tecnológicos como inteligencia artificial, algoritmos y otros programas.

Luego del estudio y realización de este producto, se destaca la importancia de la colaboración entre las partes interesadas, tales como gobiernos, plataformas sociales, medios de comunicación y academia, para fomentar el desarrollo de estrategias integrales para combatir la desinformación.

Palabras clave: Alfabetización mediática, Fake news, Infodemia, Keywords: Desinformación, Verificación de datos.

ABSTRACT:

Studies have shown that the increase in misinformation creates negative behaviors in individuals and society. In this sense, this work focused on investigating mechanisms to prevent the spread of misinformation through the collection, organization, systematization and creation of a digital guide and three video capsules for the good use of the student and communication professional. As a basis for this study, the importance of critical thinking skills, media literacy, and fact-verification initiatives were emphasized to encourage the consumption of verified information through the use of technological means such as artificial intelligence, algorithms, and other programs. After the study and realization of this product, the importance of collaboration between interested parties, such as governments, social platforms, media and academia is highlighted to promote the development of comprehensive strategies to combat misinformation.

Keywords: Fact-checking., Fake news, Infodemia, Media education, Misinformation



ÍNDICE

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	<i>I</i>
AGRADECIMIENTO	<i>II</i>
RESUMEN:	<i>III</i>
ABSTRACT:	<i>III</i>
CAPÍTULO 1	<i>6</i>
ESTADO DE LA CUESTIÓN	<i>6</i>
1.1 Desinformación	<i>6</i>
1.2 <i>Fake news</i> o noticias falsas	<i>8</i>
1.3 Infoxicación.....	<i>9</i>
1.4 Posverdad	<i>10</i>
1.5 Mecanismos de verificación.....	<i>11</i>
1.5.1 Mecanismos.....	<i>13</i>
CAPÍTULO 2	<i>16</i>
2.1 METODOLOGÍA	<i>16</i>
CAPÍTULO 3	<i>18</i>
3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS	<i>18</i>
CAPÍTULO 4	<i>20</i>
4.1 CONCLUSIÓN Y DISCUSIONES	<i>20</i>
ANEXOS	<i>26</i>

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	<i>26</i>
Primera Cápsula, capítulo 1	<i>26</i>
Anexo 2	<i>28</i>
Segunda cápsula, capítulo 2.....	<i>28</i>
Anexo 3	<i>30</i>
Tercera cápsula, capítulo 3	<i>30</i>

CAPÍTULO 1

ESTADO DE LA CUESTIÓN

1.1 Desinformación

En la era de la información, el Internet es un universo de la población, los datos y medios. Con la llegada de las redes sociales la desinformación está siendo mal utilizada (Romero, 2019), ya que, proporcionar información alterada con la intención de confundir a los usuarios o proporcionar de información insuficiente contribuye a un auge en la desinformación (Portugal, 2021), la desinformación no es un problema actual, puesto que las noticias falsas existen desde la antigüedad. Mientras tanto, actualmente han cobrado mucha importancia con respecto al esparcimiento e influencia en los diversos medios de comunicación, así como en redes sociales y han aumentado significativamente, sobre todo en campañas electorales y conflictos sociales. “Las noticias falsas son una fase a la que nos acostumbraremos porque la realidad se está falsificando cada vez más en el siglo XXI” (González, 2019).

El acceso descontrolado, el anonimato, la abundancia de datos y la falta de reglas para publicar en línea han provocado un aumento de las *fake news*, lo que dificulta cada vez más que el usuario confíe en la veracidad del contenido (Fresneda, 2020).

La desinformación es un problema social que está aumentando debido a los medios digitales. Por ello, es conveniente conocer diferentes herramientas que permitan trabajar con la constante actualización de conceptos y métodos, para así trabajar en la constante actualización de herramientas de revisión y moderación de discursos nocivos para la sociedad (Arcila, 2022). El objetivo de esta guía y de los videotutoriales es evitar la desinformación mediante diferentes mecanismos de corroboración de información.

La desinformación que se difunde en distintas plataformas tiene distintos orígenes, tanto entre actores como en espacios donde se hace difícil determinar el origen de la desinformación. Sin embargo, se ha señalado que la desinformación emergente puede tener motivos económicos, políticos o sociales (Gómez y Cuevas, 2019). La desinformación reúne problemas que la comunicación se ha comprometido a afrontar en

los últimos años. Por tanto, conviene establecer las pautas necesarias para solucionar este problema (García-Marín y Salvat Martinrey, 2021). La desinformación es "información errónea que se difunde y crea deliberadamente criterios infundados" (Wu et al., 2019).

La desinformación ha coexistido con el pasar de los años, las noticias falsas siempre han existido, el acceso generalizado a internet se consideró un indicador de desinformación (Palacios y Cusot, 2019), esto ha provocado la difusión de mensajes falsos creados por diferentes personas que pretenden aumentar el número de visitas a sus perfiles mientras desinforman al público. Así mismo, dichos grupos persiguen objetivos monetarios por parte de estos grupos, una gran audiencia visita las páginas (García, 2018). Además, el Internet y el ciberespacio dan acceso a las personas a varias fuentes de información, las redes son el canal más utilizado por los ciudadanos, de manera especial por los jóvenes (Rodríguez, 2019).

El contenido compartido en diversas redes sociales no solo se comparte de forma rápida y amplia, sino que además no está sujeto a ningún control o filtro para garantizar su autenticidad o integridad, lo que aumenta la incomodidad de los usuarios de diversas formas, ya que los usuarios están expuestos a cientos de personas todos los días o gran variedad de contenido anónimo, por lo que es muy difícil encontrar información precisa (López-Martín et al., 2022). El fenómeno de la desinformación hace referencia a contenidos incorrectos como contenidos engañosos, discursos de odio, declaraciones falsas deliberadas o tergiversaciones en la prensa, por lo que la desinformación es publicidad engañosa (Rodríguez, 2019).

La desinformación pone en peligro los valores y la democracia al responder a una estrategia de desestabilización. En los tiempos modernos, la desinformación es una poderosa herramienta en la vida política, económica y social, en nuestro lenguaje cotidiano (*Desinformación*, 2019). En 2016, la desinformación desencadenó procesos de desinformación que son de gran relevancia en la actualidad, ya que el ascenso del magnate Donald Trump, el referéndum del Brexit y el proceso de paz en Colombia se han combinado con campañas de manipulación masiva en las que la desinformación jugó un papel crucial (García-Marín y Salvat Martinrey, 2021).

La desinformación supone una grave amenaza para la sociedad ya que, según diversos estudios en el campo de análisis de riesgos, la desinformación es uno de los elementos que tiende a empeorar a corto y largo plazo (Salaverría et al., 2020).

1.2 *Fake news* o noticias falsas

Las *fake news* o noticias falsas suelen ser reportajes sensacionalistas que no tienen subtexto sino que solo sirven al objetivo de desinformar por parte de portales que publican información falsa, memes, teorías, rumores e hilos de WhatsApp (Gómez y Cuevas, 2019). Hay una brecha entre lo que la gente piensa que es bueno y lo que comparten en sus redes sociales. Esto se debe a la difusión intencional de información falsa (Pennycook y Rand, 2021).

El nivel de creatividad y las afirmaciones emocionales de los destinatarios es la razón por la cual las mentiras se propagan más veloz que la verdad, ya que, en un experimento en 2017, alrededor de 3 millones de personas tuitearon cerca de 126 000 mensajes con engaños. Por lo que la compartieron más a menudo, mientras que las noticias verdaderas causaron miedo, tristeza y disgusto (Vosoughi et al., 2018).

La poca aptitud para notar la verdad resulta de la falta de pensamiento cuidadoso y conocimiento relevante (Palacios y Cusot, 2019), también carecen de conocimientos a la hora de buscar información y consultar documentos y fuentes contrastadas. Las intervenciones adecuadas pueden hacer que los usuarios de las redes sociales piensen en la precisión, y los puntajes de verdad se pueden usar para mejorar los algoritmos de clasificación en varias redes sociales (Pennycook y Rand, 2021).

Mientras tanto, el diseño comercial de las organizaciones de noticias ha cambiado, los patrones publicitarios tradicionales se han vuelto insostenibles y se han introducido nuevas demandas comerciales, de distribución y de público (Valero y Oliveira, 2018), mientras tanto, las principales empresas de telecomunicaciones han respondido a la disminución general de anunciantes y suscriptores con recortes de empleos o despidos más o menos drásticos. Este cambio también ha impactado en nuevas formas de narración en la prensa, ahora basadas en la velocidad y la información casi instantánea. Con la llegada del entorno digital y la necesidad de información constantemente actualizada, la selección de noticias ha perdido la precisión necesaria (García Marín y Salvat Martinrey, 2021).

Actualmente, estamos en la era de la información y el conocimiento, pero también estamos viviendo un auge de la desinformación alimentado por las redes sociales y por ende las *fake news*. Vale la pena señalar la diferencia entre la era de la información y la

era del conocimiento (Palacios y Cusot, 2019). Cuando hablamos de la sociedad de la información, nos referimos a la comunicación, la información y la interacción en las actividades de la vida cotidiana, mientras que, cuando hablamos de la sociedad del conocimiento, los usuarios se ven impulsados por su capacidad para seleccionar información relevante a diferencia de sus sentidos críticos (Pérez Zúñiga et al., 2018).

1.3 Infoxicación

La infoxicación (también conocida como sobrecarga de información) es un término que describe un fenómeno en el que una persona se siente abrumada por la gran cantidad de información a la que está expuesta, lo que afecta su capacidad para procesar y usar la información de manera efectiva. Esto puede ocurrir en muchas situaciones diferentes, incluido el trabajo, la educación y la vida personal (Gaitan Sanchez, y Avendaño Casas, 2022). *Infoxation* tiene como objetivo generar experiencias diversas que influyan directamente en el comportamiento del usuario y que además puedan desencadenar procesos psicológicos como la ansiedad, el miedo y la depresión (Vania y Ruíz, 2018). En otras palabras, la infoxicación es la abrumadora información que recibimos que nos impide procesar, gestionar y tomar decisiones informadas (Masip, 2023).

Hace mucho tiempo, la tecnología trajo una realidad en la que las personas podían manejar fácilmente una variedad de herramientas electrónicas, sin importar el conocimiento técnico, la edad, el género o el estatus social (Carrera, 2018). Sin embargo, como cada vez más usuarios prefieren pasar más tiempo usando dispositivos electrónicos en Internet, el uso y la integración de herramientas digitales en su vida diaria altera directamente sus percepciones e influye en su comportamiento (Casas-Mas, 2018).

Las fugas de información pueden causar estrés, ansiedad y fatiga mental, lo que puede tener un impacto negativo en la salud mental y física de una persona. Para combatir el intercambio de información, es fundamental que las personas desarrollen habilidades para filtrar y priorizar la información, establecer límites en el uso de la tecnología y la información, y aprender a elegir fuentes de información confiables (Gaitán y Avendaño, 2022), uno de los problemas que surge como consecuencia de la sobrecarga de información es que la sociedad se sobre estimula y es incapaz de responder a nuevos estímulos. (Carrera, 2018). Pero al mismo tiempo, alejarse de este escenario de adicción

a la información genera estrés. Esto se debe a que nuestros hábitos de consumo se han convertido en una dependencia social compleja tanto de nuestra voluntad de acceder a la información como de nuestros espacios aislados (Mancinas-Chávez et al., 2016).

Debido a la baja alfabetización mediática de los usuarios, es importante estar preparado para diferenciar los mensajes de los medios, comprenderlos completa y claramente y formar relaciones positivas con los usuarios (Masip, 2023). La sobrecarga de información tiene el efecto de reducir la visibilidad de los factores relevantes en la selección de usuarios de la red y contenido veraz (Caldevilla Domínguez, 2013).

En la era digital actual, debido a la cantidad de información disponible en línea y su fácil acceso, la infoxicación se está convirtiendo en un problema cada vez más común. Las redes sociales, los sitios web de noticias y los motores de búsqueda son una fuente constante de información y puede ser difícil identificar qué información es relevante y autorizada (Suárez y Tabares, 2017).

1.4 Posverdad

La posverdad es un término utilizado para caracterizar el contexto en la que el factor objetivo posee menor impacto en el criterio particular que las emociones y la convicción personal. En otros términos, la posverdad se remite a la concepción de que la veracidad se vuelve poco indispensable que la narrativa que se usa para difundirla (Fowks, 2018a). Cuando se habla de desinformación, es necesario utilizar el término "posfactual", ya que se refiere a una realidad distorsionada, es decir, distorsionar la opinión pública, así como, las actitudes, creencias y emociones sociales definidas, para influenciar manipulando. Real Academia de la Lengua Española (Mainer y Fresneda, 2019).

El término "posverdad" también se conoce como mentira emocional, que hace referencia a un discurso cuyo objetivo claro es formar un criterio u opinión en las personas que lo escuchan, y así influir en ellas a través de diversos tipos pudiendo influir en argumentos, incluyendo creencias tanto emocionales como personales del emisor (Fowks, 2018b). El término "posverdad" tuvo un gran impacto en 2016, lo que llevó al prestigioso *Oxford English Dictionary* a votar como la Palabra del Año (Amón, 2016).

El término "posverdad" se hizo popular en la época de 2010, a pesar de que se cree que la idea existió en varias formas a lo largo de bastante tiempo. Según varios expertos,

las posverdades han estado presentes en la política y otros campos durante décadas, pero se han vuelto más relevantes en la época digital presente debido a la sencillez de difusión de información y la capacidad de las redes sociales para ampliar ciertas narrativas (Núñez, 2018).

El año 2016, que abarcó el movimiento electoral presidencial de EE. UU. y el referéndum del Brexit en el Reino Unido, a menudo se contempla el instante crucial en la popularización del término “posfactual”. Estos eventos incluyeron una amplia variedad de noticias erróneas, propaganda no verificada y el engaño de información utilizada para incidir en el criterio público y, en última instancia, en los resultados de las elecciones (Rodrigo-Alsina et al., 2019).

Sin embargo, la posverdad es un acontecimiento complicado y polifacético con raíces más hondo en la historia y la cultura. A medida que la informática y las redes sociales continúan progresando, es posible que la posverdad siga siendo un gran desafío para la sociedad en el futuro (Aparici y Marín, 2019).

La noción de posverdad se ha hecho en el verbo de moda, utilizado tanto para etiquetar la verdad en la era de la norma como para homologar ciertos procesos que tienen mucho más que ver con el poder que con la verdad (Carrera, 2018).

La posverdad es un tema cada vez más indispensable en la era de la información, ya que la sencillez con la que se pueden compartir datos en línea ha llevado a el aumento de noticias erróneas y desinformación. Las declaraciones de posverdad se utilizan a menudo como el aparato para mangonear el criterio público o para excusar políticas o acciones que pueden no estar respaldadas por hechos objetivos (Ferraris, 2019).

Para contrarrestar los hechos posteriores, es importante que las personas busquen fuentes de información confiables y verificables, aprendan a reconocer las señales de noticias falsas y estén dispuestas a considerar diferentes puntos de vista en cualquier situación (Aparici y Marín, 2019), también es importante que los medios de comunicación y los líderes políticos actúen de manera responsable y transparente, brinden información precisa y veraz y no difundan narrativas engañosas o falsas (Rodrigo-Alsina et al., 2019).

1.5 Mecanismos de verificación

Para contrarrestar el fenómeno de la desinformación, se han desarrollado diversas herramientas para verificar los datos que forman parte del trabajo de los periodistas (Hacha, 2020). Existen mecanismos como la verificación de hechos, que destaca la sección de verificación de hechos donde los usuarios hacen preguntas para verificar (Vivar, 2020).

El método para verificar la validez de la información y los datos se denomina "*fact-checking*" en inglés y garantiza que la información difundida sea precisa y de alta calidad (Weiss, 2019). Varias organizaciones tienen como objetivo verificar la información, la red internacional contra los bulos, IFCN es considerada la organización de verificación de hechos más grande del mundo, es reconocida como una red que identifica noticias engañosas a nivel internacional a través de la observación de tendencias y mediante la capacitación de periodistas éticos, a lo que llamaron el Código de Principios (Tuñón et al., 2019).

El periodismo tradicional y el periodismo de verificación de datos se complementan, ya que buscan brindar a los usuarios más herramientas para analizar críticamente lo que sucede a partir del descubrimiento de datos y el acceso a la información, la concientización y la prevención de la manipulación (Rodríguez, 2021). La regulación gubernamental también puede desempeñar un papel importante en la lucha contra la desinformación, pero debe equilibrarse cuidadosamente con la libertad de expresión y los derechos humanos (Marietje Schaake, 2020).

La verificación de hechos es una herramienta clave en la lucha contra la desinformación, pero también es importante abordar las causas subyacentes de la desinformación, como la polarización política y la falta de educación en alfabetización mediática (Claire Wardle, 2020).

Existen varios verificadores de datos, como el verificador del Washington Post, establecido en 2007 para evaluar dinámicamente la validez del discurso. Además, Chequeado, pionera en América Latina, es una plataforma argentina fundada en 2010 para revisar discursos políticos y reportajes de medios locales (Hacha, 2020). Por otro lado, Colombiacheck es el escenario digital, descubierto y colaborativo que publica el editorial basado en técnicas de verificación de hechos y datos del periodismo anglosajón. Es una plataforma sin ánimo de lucro cuyo objetivo es promover el periodismo de investigación (Rodríguez, 2021).

En cuanto a Ecuador, la gestión de una empresa periodística es limitada, existen organizaciones sin fines de lucro como Fundamedios cuyo objetivo es promover la transparencia y fortalecer la resiliencia de los sistemas a través de: monitoreo, capacitación, promoción de redes, verificación de hechos, alfabetización mediática, para detener la pelea de desinformación (Rencoret et al., 2014).

1.5.1 Mecanismos

Hay varios mecanismos que pueden ayudar a combatir la desinformación y promover información precisa y verificada (Chen, 2020). Aquí hay algunos ejemplos:

Educación: entregar capacitación en habilidades de los medios, como la capacidad de encontrar noticias falsas, verificar fuentes y calificar la veracidad de la información.

Fact-checking: Verifique noticias e información y publique correcciones cuando se encuentren errores o información errónea.

Etiquetado de contenido: Los sitios web y las plataformas de redes sociales pueden marcar el contenido verificado como falso o engañoso para ayudar a los usuarios a identificarlo.

Verificación independiente: Crear organizaciones independientes y confiables que verifiquen la información y fuentes de las noticias.

Responsabilidad de los medios de comunicación: Los medios pueden promover la transparencia, la precisión y la honestidad en las noticias y la publicidad, y establecer normas éticas claras para sus empleados.

Participación ciudadana: La sociedad puede ser más proactiva en la identificación de información falsa y la difusión de información verificada a través de las redes sociales y otros canales.

Regulación: La regulación gubernamental también puede desempeñar un papel en la lucha contra la desinformación, por ejemplo, aumentando la transparencia de los algoritmos de las redes sociales y multando a las empresas de medios que difunden desinformación intencionalmente.

Abordar la desinformación de manera efectiva puede requerir una combinación de enfoques y colaboración intersectorial. La lucha contra la desinformación requiere que todos trabajen juntos: los medios, las empresas tecnológicas, los gobiernos y la sociedad civil (Ireton y Posetti, 2020a).

1.5.2 Guías y Recursos para combatir la desinformación

Ya existen varias guías y recursos para ayudar a combatir la desinformación. A continuación, se presentan algunas de las guías más relevantes:

UNESCO, hoja de ruta para los medios de comunicación: la UNESCO ha divulgado una hoja de camino para los medios de comunicación para combatir la desinformación. Esta guía brinda orientación sobre verificación de hechos, generación de confianza pública y creación de contenido de calidad (UNESCO, 2020).

First Draft News- Guía de verificación: First Draft News es una organización dedicada a mejorar la calidad del periodismo en la era digital. Han publicado una guía de verificación que brinda consejos para verificar información en línea, incluida la verificación de imágenes y videos (Codina, 2017).

Google News Initiative (Google, 2018)- Curso de verificación: *Google news initiative* ha creado un curso en internet gratis sobre verificación de información en línea. El curso incluye información sobre cómo verificar fuentes, imágenes y videos, así como consejos para identificar información errónea.

FactCheck.org (FactCheck, 2020)- Guía de verificación: FactCheck.org es un sitio web de verificación de hechos que publica una guía de verificación de hechos que ofrece consejos para detectar información errónea y verificación de hechos.

European Journalism Centre (El Centro Europeo de Periodismo / datos.europa.eu, 2019)- Guía de alfabetización mediática: El Centro Europeo de Periodismo ha publicado una guía de alfabetización mediática que brinda información sobre cómo evaluar la precisión de la información en línea, verificar datos e identificar noticias falsas.

Ecuador verifica (Ecuador Verifica, 2021): Esta es una coalición de varias universidades del país, así como de los medios de comunicación y la sociedad civil, con

el objetivo de ensayar el discurso político y garantizar la transparencia en diversas instituciones gubernamentales. Es coordinado por Ecuador Chequea.

Fue creado durante las elecciones presidenciales de 2021 para combatir la desinformación electoral y verificar la veracidad de los discursos de los candidatos a Presidente y Vicepresidente de Ecuador (Ecuador Verifica, 2021).

Estas guías son solo una muestra de los varios recursos disponibles para enfrentar la desinformación. Los profesionales de los medios, los educadores y los ciudadanos en general pueden usar estas herramientas para desarrollar habilidades de verificación de hechos y mejorar la calidad de la información que consumen y comparten.

En resumen, se puede decir que la desinformación, también conocida como *fake news*, ha sido un tema que ha marcado el discurso público durante siglos y se define como la difusión de contenidos falsos con la intención específica de engañar o manipular. Los grupos de presión que intentan desestabilizar la situación en el camino han convertido la desinformación en armas. La desinformación ha dado lugar a propaganda maliciosa, infoxicación, posverdad y noticias falsas. Para combatir la desinformación, se han desarrollado herramientas de inteligencia artificial y verificación de hechos por parte de los ciudadanos para identificar contenido que es objetable o viola los estándares de la comunidad.

CAPÍTULO 2

2.1 METODOLOGÍA

La creación de este producto artístico implica la producción de videos tutoriales y una guía de mecanismos que se pueden utilizar para prevenir la desinformación. La guía y los tutoriales en video proporcionarán un marco conceptual para abordar la desinformación, identificar herramientas de verificación de hechos, realizar investigaciones sobre la desinformación en los medios de comunicación y ofrecer herramientas prácticas de contracción a los usuarios.

Este producto artístico se fundamentó en manuales, guías y modelos que presentan herramientas para evitar la desinformación, elaborados por organizaciones gubernamentales, no gubernamentales, académicas y otros tales como: la UNESCO que aborda el tema de las noticias falsas y la desinformación (Ireton y Posetti, 2020). Así como el Centro de Seguridad Cibernética y de Infraestructura (CISA) que presenta tácticas de desinformación que incluyen la creación de redes de expertos falsos (Douglas et al., 2017). Además, el Observatorio de datos de Uruguay (2018), plantea iniciativas para combatir la desinformación, como la metodología de verificación de noticias del proyecto I+D CSIC. Por otro lado, para protegerse frente a la desinformación, se pueden seguir tres pasos: verificar la fuente, contrastar la información y buscar fuentes alternativas (Degli-Esposti y Arroyo, 2022).

Se producirá la guía y videotutoriales para crear el producto artístico. El material didáctico de la guía seguirá el modelo del contenido publicado por la UNESCO sobre estrategias de los medios para combatir la desinformación (UNESCO, 2020) y Fact Checkorg. Ecuador Verifica, un servicio de verificación del discurso político también brinda información sobre cómo verificar las opiniones políticas y otros datos relevantes. (*Ecuador Verifica*, 2021).

La guía digital se desarrollará en el programa Canva, que incluirá sus propias adaptaciones y actualizaciones. El contenido general que se presenta en este producto incluye:

Índice

Introducción

Capítulo 1

1.1 Conozcamos, ¿qué es la desinformación?

1.2 Tipos de desinformación presentes en la sociedad ecuatoriana

1.3 Clasificación de los tipos de desinformación

1.3.1 TABLA de la organización First Draft (2017).

Capítulo 2

2.1 ¿*Fake news*?

2.2 ¿Cómo nos afectan las famosas *fake news*?

2.3 ¿Qué es la posverdad?

2.4 ¿Qué es la infoxicación?

Capítulo 3

3.1 Mecanismos de verificación

3.2 Consejos para detectar contenido erróneo/falso

3.3 Recursos que nos ayudan a verificar información

Con respecto a los videos tutoriales, se crearán 3 mini cápsulas de aproximadamente 1 minuto cada una; la primera cápsula cubrirá el capítulo 1 usando infografías, la segunda desarrollará el capítulo 2 y la tercera desarrollará el capítulo 3 usando el programa Canva.

Las cápsulas se ejecutarán en tres fases: preproducción, producción y posproducción, con el objetivo de ser reproducidos tanto en las aulas de clase, así como en redes sociales (WhatsApp, Instagram, Tiktok).

CAPÍTULO 3

3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Luego de la realización de la investigación previa, se contó con el producto artístico final que cumple con los objetivos de este trabajo.

“**Guía para la desinformación**” es el documento o manual elaborado para la revisión y análisis de la desinformación en el que se detalla cómo detectar información manipulada o falsa y a su vez presenta herramientas digitales y de inteligencia artificial que ayudan al usuario a identificar imágenes, sitios webs, información y noticias falsas.

La guía final se encuentra disponible en:

https://drive.google.com/file/d/1e5MtqfixoE5sEDI0O2_RI2jRZ6dfNF52/view?usp=drive_link

En lo que corresponde a las cápsulas de video, se cuenta con tres videos, de aproximadamente un minuto cada uno, mismos que fueron producidos bajo el siguiente proceso:

- **Fase de preproducción**, se trabajó en un guion técnico que se encuentra disponible en Anexo 1.
- **Fase de producción**, en un inicio se definió que las cápsulas se trabajarían en *after effects*, sin embargo, las cápsulas terminaron siendo diseñadas y editadas en el programa de Canva, debido a la variedad de opciones disponibles en dicho programa.
- **Fase de posproducción**, las cápsulas se editaron de manera adecuada en el tiempo definido, siguiendo los guiones de la fase de preproducción.

Los videos finales están disponibles en:

Cápsula 1

https://drive.google.com/file/d/1B28ZoT28_odW3dFZIwnDAwrALmtwqEue/view?usp=drive_link

Cápsula 2

https://drive.google.com/file/d/13B_bnLW12TFOZ12iV9efXtcDkxBltdku/view?usp=drive_link

Cápsula 3

[https://drive.google.com/file/d/13B_bnLW12TFOZ12iV9efXtcDkxBlDku/view?usp=drive link](https://drive.google.com/file/d/13B_bnLW12TFOZ12iV9efXtcDkxBlDku/view?usp=drive_link)

CAPÍTULO 4

4.1 CONCLUSIÓN Y DISCUSIONES

Con la elaboración del presente trabajo se han identificado una serie de estrategias eficientes para combatir la desinformación, incluido el fomento de la alfabetización mediática, la verificación de datos, la colaboración entre plataformas digitales y la importancia de fomentar la responsabilidad individual en términos de consumo e intercambio de información.

El auge de la desinformación pudiera llegar a controlarse, pero es importante comprender que el problema sigue siendo complicado y generalizado. A pesar de los esfuerzos realizados, la información falsa persiste y tiene un grave impacto en la sociedad de muchas maneras. Aunque útiles, las estrategias actuales como la alfabetización mediática y la verificación de hechos son insuficientes para detener la propagación de información errónea en la era digital debido a su tamaño y velocidad.

Además, es fundamental recordar que la información errónea con frecuencia juega con las emociones y los sesgos cognitivos de las personas, lo que hace que sea aún más difícil de erradicar. En la persistencia de información falsa también influye la polarización política, la proliferación de conspiraciones y la falta de rendición de cuentas de algunas plataformas digitales.

Para combatir la desinformación, es imperativo que los gobiernos, las empresas de tecnología, los medios de comunicación y la sociedad en general trabajen juntos desde una variedad de ángulos. Para empoderar a los ciudadanos y combatir la desinformación con más éxito, también es necesaria una inversión adicional en educación digital y habilidades de pensamiento crítico. Por otra parte, dentro de la academia y centros educativos, es importante fomentar estudios que aborden la desinformación e infodemia dentro de sus pensum de estudios, para así fortalecer el pensamiento crítico de los estudiantes, futuros consumidores y productores de contenido.

Referencias Bibliográficas

- Amón, R. (2016, noviembre 17). ‘Posverdad’, palabra del año. *El País*.
https://elpais.com/internacional/2016/11/16/actualidad/1479316268_308549.html
- Aparici, R., y Marín, D. G. (2019). *La posverdad: Una cartografía de los medios, las redes y la política*. Editorial GEDISA.
- Caldevilla-Domínguez, D. (2013). Efectos actuales de la “Sobreinformación” y la “Infoxicación” a través de la experiencia de las bitácoras y del proyecto I+D avanza ‘Radiofriends’. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 34–56. <https://doi.org/10.15198/seeci.2013.30.34-56>
- Carrera, P. (2018). Estratagemas de la posverdad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, Article 73.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1317>
- Casas-Mas, B. (2014). *Infoxicación a través de los medios de comunicación*.
<https://idus.us.es/handle/11441/66756>
- Chen, X. (2020, octubre 16). Cómo combatir la crisis de desinformación. *The New York Times*.
<https://www.nytimes.com/es/2020/10/16/espanol/que-es-noticias-falsas.html>
- Claire Wardle: “El context d’infodèmia fa que el periodisme sigui més necessari que mai”. (s. f.). Focus UPF. Recuperado 5 de abril de 2023, de https://www.upf.edu/es/web/focus/comunicacio/-/asset_publisher/SFLi2F8XW53k/content/id/240105034/maximized
- Codina, L. (2017, junio 17). First Draft News: Noticias y herramientas de verificación para periodistas. *Observatorio de Cibermedios*. <https://observatoriocibermedios.upf.edu/first-draft-news-verificacion-para-periodistas>
- Degli-Esposti, S., y Arroyo, D. (2022, julio 19). *Tres pasos para protegerse frente a la desinformación*.
<https://blogs.20minutos.es/ciencia-para-llevar-csic/2022/07/19/tres-pasos-para-protegerse-frente-a-la-desinformacion/comment-page-1/>
- Desinformación: Concepto y perspectivas*. (2019, abril 9). Real Instituto Elcano.
<https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/desinformacion-concepto-y-perspectivas/>
- Douglas, K. M., Sutton, R. M., y Cichocka, A. (2017). The Psychology of Conspiracy Theories. *Current Directions in Psychological Science*, 26(6), 538–542. <https://doi.org/10.1177/0963721417718261>
- Ecuador Verifica*. (2021). Ecuador Verifica. <https://ecuadorverifica.org/>

- El Centro Europeo de Periodismo | *datos.europa.eu*. (2019). <https://data.europa.eu/en/news-events/news/european-journalism-centre>
- FactCheck. (2020). *FactCheck.org*. FactCheck.org. <https://www.factcheck.org/>
- Ferraris, M. (2019). *Posverdad y otros enigmas*. Alianza Editorial. <https://www.alianzaeditorial.es/libro/filosofia/posverdad-y-otros-enigmas-maurizio-ferraris-9788491817109/>
- Fowks, J. (2018a). *Mecanismos de la posverdad*. Fondo de Cultura Económica. <https://www.fondodeculturaeconomica.com/Ficha/9789972663956/F>
- Fowks, J. (2018b). *Mecanismos de la posverdad*. Fondo de Cultura Económica. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/revistaLetras/article/view/18612>
- Fresneda, S. (2020, junio 8). La desinformación de las redes sociales—Fake News. *ICM*. <https://www.icm.es/2020/06/08/desinformacion-redes-sociales/>
- Gaitán Sanchez, J., y Avendaño Casas, P. (2022). *Infoxicación e impacto en la sociedad: Infocication and impact on society | Tecnología Investigación y Academia*. <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/tia/article/view/18749>
- García, M. A. (2018). *Fake News: La verdad de las noticias falsas*. Plataforma. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/622>
- García-Marín, D., y Salvat Martinrey, G. (2021). Investigación sobre desinformación en España: Análisis de tendencias temáticas a partir de una revisión sistematizada de la literatura. *Fonseca, Revista de Comunicación*, 23, 199–225. <https://doi.org/10.14201/fjc202123199225>
- Gómez, L. F., y Cuevas, J. M. (2019, enero 25). *Explicador: ¿Qué son las ‘noticias falsas’?* ColombiaCheck. <https://colombiacheck.com/investigaciones/explicador-que-son-las-noticias-falsas>
- González, M. (2019). Fake News: Desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 45, 29–52. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.03>
- Google. (2018). *Verification—Google News Initiative*. <https://newsinitiative.withgoogle.com/resources/journalism/verification/>
- Hacha, J. D. (2020). *Falsas noticias y desinformación en el ámbito de inteligencia*. 18.

- Ireton, C., y Posetti, J. (2020a). *Periodismo, “noticias falsas” y desinformación: Manual de educación y capacitación en periodismo—UNESCO Biblioteca Digital*.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373349>
- Ireton, C., y Posetti, J. (2020b). *Periodismo, “noticias falsas” & desinformación: Manual de educación y capacitación en periodismo—UNESCO Digital Library*.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373349>
- López-Martín, Á., Córdoba-Cabús, A., y Gómez-Calderón, B. (2022). Jóvenes y adolescentes desde el prisma de la desinformación: Análisis de los bulos difundidos a través de las redes sociales y aplicaciones de mensajería. *Question/Cuestión*, 3(71), Article 71.
<https://doi.org/10.24215/16696581e691>
- Mainer, B., y Fresneda, H. (2019). *Posverdad y desinformación en la era de los nuevos formatos*.
<https://doi.org/10.5209/hics.66299>
- Mancinas-Chávez, R., Padilla, C. H., González, M. J., Armas, M. Ángel S. de, Markina, I. C., Marfil-Carmona, R., Dávila, A. F. G., Ortiz, C. A. G., Vega, C. L. de la, Marín, P. P., Pablo, J. P. J., Torres-Toukoumidis, A., Zagal, J. P., Pérez-Rodríguez, M. A., y Romero-Rodríguez, L. M. (2016). *Comunicación institucional y cambio social*. Lulu.com.
- Marietje Schaake: “Aún es demasiado pronto para saber si ha habido desinformación en las elecciones de EEUU”. (2020, noviembre 13). ELMUNDO.
<https://www.elmundo.es/papel/2020/11/13/5fac825721efa0ff048b4639.html>
- Masip, A. (2023, marzo 21). Alfons Cornella, el éxito de comunicar fácilmente lo más complejo. *Síntesi*.
<https://sintesi.cat/es/el-exito-de-comunicar-facilmente-lo-mas-complejo/>
- Núñez, R. (2018). Los efectos de la posverdad en la democracia. *Revista de Derecho Político*, 103, Article 103. <https://doi.org/10.5944/rdp.103.2018.23201>
- Observatorio de medios Uruguay. (2018). *Metodología de verificación de noticias*.
<https://omu.fic.edu.uy/metodologia-de-verificacion-de-noticias/>
- Palacios, I., y Cusot, G. (2019). Las fake news y las estrategias de verificación del discurso público: Caso Ecuador Chequea. *#PerDebate*, 3, 88–107. <https://doi.org/10.18272/pd.v3i1.1558>
- Pennycook, G., y Rand, D. G. (2021). The Psychology of Fake News. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388–402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>

- Pérez Zúñiga, R., Mercado Lozano, P., Martínez García, M., Mena Hernández, E., Partida Ibarra, J. Á., Pérez Zúñiga, R., Mercado Lozano, P., Martínez García, M., Mena Hernández, E., y Partida Ibarra, J. Á. (2018). La sociedad del conocimiento y la sociedad de la información como la piedra angular en la innovación tecnológica educativa. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 847–870. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.371>
- Portugal, R. (2021). Educación y competencias mediáticas frente a la desinformación. *Punto Cero*, 26(42), 56–67.
- Rencoret, N. (2014). Cambios en el mapa mediático del Ecuador: Los medios privados y públicos que tenemos y los medios que queremos. *Revista Telos*, 16(3), 434–447.
- Rodrigo-Alsina, M., Cerqueira, L., Rodrigo-Alsina, M., y Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos.info*, 44, 225–239. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>
- Rodríguez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: Una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, 40 (Enero-junio), 65–74.
- Rodríguez, C. (2021). Desinformación online y fact-checking en entornos de polarización social: El periodismo de verificación de Colombiacheck, La Silla Vacía y AFP durante la huelga nacional del 21N en Colombia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27, 623–637. <https://doi.org/10.5209/esmp.68433>
- Romero, J. A. O. (2019). Desinformación: Concepto y perspectivas. *Análisis del Real Instituto Elcano (ARI)*, 41, 1.
- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., y Erviti, M.-C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: Tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El profesional de la información (EPI)*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Suarez, Y., y Tabares, J. (2017). *Leo el Infoxicado, el caso de un profesional informático consumido por las tecnologías | Tecnología Investigación y Academia*. <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/tia/article/view/11846>
- Tuñón Navarro, J., Oleart, Á., Bouza García, L., Tuñón Navarro, J., Oleart, Á., y Bouza García, L. (2019). Actores Europeos y Desinformación: La disputa entre el factchecking, las agendas alternativas y la geopolítica. *Revista de Comunicación*, 18(2), 245–260. <https://doi.org/10.26441/rc18.2-2019-a12>

- UNESCO. (2020, octubre 19). *Lanzamiento de la Hoja de ruta del programa de Educación para el Desarrollo Sostenible 2030—América Latina y el Caribe | UNESCO*.
<https://www.unesco.org/es/articles/lanzamiento-de-la-hoja-de-ruta-del-programa-de-educacion-para-el-desarrollo-sostenible-2030-america>
- Valero, P. P., y Oliveira, L. (2018). Fake news: Una revisión sistemática de la literatura. *Observatorio (OBS*)*. <https://doi.org/10.15847/obsOBS12520181374>
- Vania, C. T. Q., y Ruíz, P. T. (2015). *RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación* www.razonypalabra.org.mx.
- Vivar, J. (2020). Datos masivos, algoritmización y nuevos medios frente a desinformación y fake news. Bots para minimizar el impacto en las organizaciones. *Comunicación y Hombre*, 16, Article 16.
<https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2020.16.601.101-114>
- Vosoughi, S., Roy, D., y Aral, S. (2018). Difusión de noticias verdaderas y falsas en la web. *Ciencia*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Weiss, G. (2019). Aplicación del proceso de verificación de datos en el ejercicio del periodismo escrito tradicional Cochabamba. *Punto Cero*, 24(38), 21–31.
- Wu, L., Morstatter, F., Carley, K. M., y Liu, H. (2019). Misinformation in Social Media: Definition, Manipulation, and Detection. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 21(2), 80–90.
<https://doi.org/10.1145/3373464.3373475>

ANEXOS

Anexo 1

Primera Cápsula, capítulo 1

PLANO	IMAGEN	SONIDO, voz en On	TEXTO	TIEMPO
General	Blanco			1seg
General	Imágenes de personas y un mundo, título, logos de la universidad.		La verdad no está en todas partes Capítulo 1	3seg
General	Mediante ejemplos se va describiendo lo que se explica, mostrando todas las noticias falsas.	La desinformación es información errónea que se difunde y crea deliberadamente criterios infundados, además es un fenómeno que ha existido desde tiempos inmemorables y se refiere a la difusión intencional de información no verídica con el objetivo de manipular a la opinión pública o a un grupo determinado de individuos.	-Qué es la desinformación -Consecuencias graves de ocasiona la desinformación	12seg
General	Cada tipo con ejemplos, fotos que se van plasmando en cada explicación.	Tipos de desinformación presentes en la sociedad ecuatoriana Desinformación política: Propagación de información falsa o engañosa relacionada con temas políticos o en elecciones. Desinformación en salud: se ha detectado la difusión de información falsa sobre tratamientos o curas milagrosas para la enfermedad. Desinformación en medios sociales: Se han detectado campañas de desinformación en plataformas como Facebook, Twitter, Instagram y WhatsApp, Desinformación en medios tradicionales: Son manipulados por intereses políticos o	Desinformación política Desinformación en salud Desinformación en medios sociales Desinformación en medios tradicionales	22 seg

		económicos que buscan influir en la opinión pública.		
General	Imagen de la tabla y con flechas señalando cada una, mientras se pone un ejemplo de cada tipo.	<ul style="list-style-type: none"> • Sátira o parodia • Conexión falsa • Contenido engañoso • Contexto falso • Contenido impostor • Contenido manipulado • Contenido fabricado 	Clasificación de los tipos de desinformación, TABLA de la organización First Draft (2017).	15seg.

Anexo 2

Segunda cápsula, capítulo 2

PLANO	IMAGEN	SONIDO	TEXTO	TIEMPO
General	Blanco			1seg
General	Imágenes de personas y un mundo, título, logos de la universidad.		La verdad no está en todas partes Capítulo 2	3seg
General	Imágenes que explican qué son las <i>fake news</i> .	Las <i>fake news</i> , o noticias falsas, son una forma de desinformación que consiste en la creación y difusión de información engañosa o falsa, con el objetivo de manipular la opinión pública o influir en la toma de decisiones.	¿ <i>Fake news</i> ?	7seg
General	Imágenes de <i>fake news</i>	Las consecuencias de las <i>fake news</i> pueden ser graves y variadas, especialmente cuando se refieren a temas importantes como la salud, la política, la seguridad nacional y los derechos humanos. Las <i>fake news</i> pueden generar confusión, miedo y desinformación.	¿Cómo nos afectan las famosas <i>fake news</i> ?	10seg
General	Un collage que explique lo más importante	La posverdad se refiere a un fenómeno en el que la verdad objetiva es menos importante que la creencia personal y las emociones en la formación de la opinión pública. La posverdad se basa en la idea de que los hechos no son tan importantes como las emociones y la percepción subjetiva.	¿Qué es la posverdad?	10seg
General	Dibujos animados	La infoxicación describe la sensación de estar abrumado por	¿Qué es la infoxicación?	10seg

	ejemplificando que es la infoxicación.	la cantidad de información disponible, especialmente en el entorno digital. Se refiere a la dificultad que tiene una persona para procesar y comprender la enorme cantidad de información.		
--	--	--	--	--

Anexo 3

Tercera cápsula, capítulo 3

PLANO	IMAGEN	SONIDO	TEXTO	TIEMPO
General	Blanco			1seg
General	Imágenes de personas y un mundo, título, logos de la universidad.		La verdad no está en todas partes Capítulo 2	3seg
General	Mediante imágenes poner ejemplos de cada mecanismo de verificación	<p>Verificación de hechos: Consiste en revisar la información que se recibe.</p> <p>Alfabetización mediática: Capacidad de las personas para analizar, evaluar y utilizar la información de manera crítica.</p> <p>Redes sociales: Pueden ser utilizadas para difundir información verificada y confiable, así como para alertar a los usuarios sobre noticias falsas.</p> <p>Periodismo de calidad: Los medios de comunicación deben fomentar la transparencia y la rendición de cuentas, y estar dispuestos a corregir y retractar información incorrecta.</p> <p>Educación en pensamiento crítico: Implica la capacidad de analizar la información de manera objetiva y evaluarla de manera crítica, basándose en la evidencia y los hechos.</p> <p>Participación ciudadana: Los ciudadanos también deben estar dispuestos a compartir información verificada y confiable con sus amigos y familiares, y a denunciar la propagación de noticias falsas y rumores.</p>	<p>Mecanismos de verificación:</p> <p>Verificación de hechos</p> <p>Alfabetización mediática</p> <p>Redes sociales</p> <p>Periodismo de calidad</p> <p>Educación en pensamiento crítico</p> <p>Participación Ciudadana</p>	20seg
General	Mediante dibujos se escriben los títulos y se ponen imágenes de	<p>1. Verificar la fuente: asegurarse de que la fuente sea confiable y tenga una reputación fiable.</p> <p>2. Buscar evidencia: Respaldar la información presentada y verificar si es precisa y actualizada.</p>	<p>Consejos para detectar contenido erróneo</p> <p>1. Verificar la fuente:</p> <p>2. Buscar evidencia:</p>	20seg

	<p>acuerdo a cada consejo para detectar contenido erróneo.</p>	<p>3. Verificar las imágenes: verificar si las imágenes son auténticas o están manipuladas.</p> <p>4. Verificar los hechos: verificar los hechos presentados en la información y buscar fuentes adicionales para conformarlos.</p> <p>5. Ser crítico: ser críticos con la información que recibe y no aceptar todo lo que se presenta sin cuestionarlo.</p> <p>6. Verificar la fecha: verificar la fecha de publicación de la información para estar seguro de que sea actualizada.</p> <p>7. Buscar opiniones diferentes: buscar opiniones diferentes y comparar la información presentada para obtener una información más completa y precisa.</p> <p>8. Usar herramientas de verificación: usar herramientas de verificación de hechos y sitios de verificación de noticias para corroborar la información presentada.</p>	<p>3. verificar las imágenes:</p> <p>4. verificar los hechos:</p> <p>5. Ser crítico:</p> <p>6. verificar la fecha:</p> <p>7. Buscar opiniones diferentes</p> <p>8. Usar herramientas de verificación:</p>	
General	Logos de cada recurso.	<p>Snopes</p> <p>Google reverse imagen search</p> <p>Whois Lookup</p> <p>Veracity.ai</p> <p>NewsGuard</p> <p>TinEye</p> <p>WOT (Web of Trust)</p> <p>Navegación segura de Google</p> <p>Alexa Traffic Rank</p> <p>GTmetrix</p> <p>Fotoforensics</p> <p>Yandex</p> <p>Google Fact Check</p>	<p>Recursos que ayudan a verificar información:</p> <p>Snopes</p> <p>Google reverse imagen search</p> <p>Whois Lookup</p> <p>Veracity. Ai</p> <p>NewsGuard</p> <p>TinEye</p> <p>WOT</p> <p>Navegación segura de Google</p> <p>Alexa traffic Rank</p> <p>GTmetrix</p> <p>Fotoforensics</p> <p>Yandex</p>	20seg

			Google Fact check	
--	--	--	-------------------	--