

PASO A PASO METODOLÓGICO LATAM

1

CÓMO HACER QUE EL PÚBLICO SE
INTERESE POR EL PROYECTO.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN



La estrategia de comunicación se estructuró pensando en el medio por el que circula la información, el público objetivo y los nuevos lenguajes de las redes sociales.

Es común que la estructura y el lenguaje usados para diseminar la información verificada por algunos medios, sea distinta a la estructura en la que se comparte la información falsa. El tono y la estructura de las cadenas que circulan por redes

sociales es particular – texto e imagen con un lenguaje sencillo – y en las verificaciones suele usarse un texto largo con lenguaje enriquecido. Es decir que el público inicial para el que fue hecha la cadena y por el que se hizo viral, comparte los mensajes por su lenguaje simple y concreto. Si se fuerza ese mismo público a leer un texto extenso, obligándolo a recurrir a una página web, lo estás perdiendo.

Poner la información en una página web con texto largo requiere una cantidad de tiempo y atención mayor, comparado con lo que requiere el mismo proceso con piezas como un meme o un GIF. Al cambiar el medio y el lenguaje, cambiamos drásticamente el público objetivo. Entonces la pregunta que debemos hacernos es ¿Para quién estoy verificando? ¿Qué características tiene ese público objetivo? ¿Cuál es su lenguaje común?

Las nuevas tendencias en las redes sociales y los nuevos medios se han transformado para hablar el mismo lenguaje: el de la inmediatez, por lo que piezas de información como el GIF y el meme han cambiado la forma de comunicarnos.

Como parte de la estrategia de comunicación, se decidió devolver la información verificada por el mismo medio por el cual se obtuvo – WhatsApp – en un lenguaje informativo, pedagógico e informal y que sea más difícil de modificar por terceros, como el GIF y las notas de audio, formatos más cercanos al público.

Contenido en redes:

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)

Realizamos tres tipos de publicaciones a diario, uno en la mañana, otro en la tarde, y otro en la noche, para empezar a identificar las características de nuestros seguidores, en qué horario hay más interacción, qué tipo de contenido prefieren y las formas para ganar más de ellos.

- **#PilasAhí:** datos de diferentes campañas de desinformación en Colombia y el mundo.
- **#ComparteElDato** para conmemorar, de manera muy breve, el aniversario de algunos hechos que cambiaron el curso de las elecciones en Colombia y el mundo, así como cualquier hecho relacionado con nuestra historia y con los temas importantes en la agenda política actual.
- **#VenTePregunto** se utiliza de diferentes formas, tanto para hacer preguntas retóricas y compartir información importante en cuanto a elecciones presidenciales, como para hacer una pregunta abierta, para que las personas empiecen a ver nuestras redes como un medio donde se puede generar debate y en el cual podrán encontrar respuestas confiables. En Twitter en forma de trino sencillo, en Facebook e Instagram como encuesta y en ocasiones como imagen para compartir. Ejemplo: ¿Sabes cuál es el número de

candidatos a la presidencia este año? (Mensaje adaptado a cada formato y a cada red social).

Los aliados (medios, periodistas, entre otros) puedan promocionar contenido de El Poder de Elegir mencionando nuestras redes. Así mismo, creamos una serie de pasos para que el usuario pueda saber **qué información enviar y cómo hacerlo**.

Si quieres que te ayudemos a comprobar la veracidad de la información, sigue estos pasos:

- 1. Suscríbete enviándonos un mensaje vía WhatsApp al número +57 301 590 8882 con la palabra UNIRME.*
- 2. Envíanos el mensaje que quieres que verifiquemos.*
- 3. Seguirás recibiendo verificaciones de otros mensajes que vayamos recibiendo por esa vía.*
- 4. Si quieres dejar de recibir mensajes, envíanos por el mismo medio la palabra SALIR.*

¡Participa! todos tenemos [#ElPoderDeElegir!](#)

2

LA RUTA DE LA RECOLECCIÓN

1. NÚMERO PÚBLICO DE WHATSAPP Y RED DE ALIADOS

Debido a que el proyecto se enfoca en WhatsApp, decidimos tener un número público, fácil de recordar para los usuarios. Se diseñó un mensaje global claro y preciso enfocado en elecciones presidenciales.

"Hola, somos El Poder de Elegir y estamos verificando qué tan verdaderas o falsas son las cadenas que circulan sobre elecciones presidenciales. Si quieres formar parte del proyecto y recibir información sigue estos simples pasos:

- 1. Para suscribirte envíanos la palabra UNIRME vía WhatsApp al +573015908882 (Primero debes guardar este número en tu lista de contactos del teléfono).*
- 2. Envíanos la cadena a ese número y escribe en el mensaje el # de la persona que te lo envió.*
- 3. Para dejar de recibir mensajes solo debes escribirnos un mensaje con SALIR.*

Análisis de público:

En el caso de que haya tiempo y personas dispuestas a averiguar un poco más sobre el remitente, se le harán las siguientes preguntas:

1. ¿De quién recibió la cadena?
2. Si la vió en un grupo, ¿qué temática tiene el grupo?
3. ¿Reenvio la cadena a alguien más?
4. Ciudad en la que se encuentra.

2. CHICAS TERRITORIO

Las chicas que integran el equipo de El Poder de Elegir tendrán entrenamientos previos sobre [herramientas de verificación](#), el uso de las [plataformas](#), la sistematización y los pasos de La Ruta de la depuración.

Tendrán acceso a la plataforma de [CHECK](#), adaptada específicamente para **El Poder de Elegir**, para seguir la Ruta del Chequeo, subir la información y hacer la verificación, con un proceso visible para todo el equipo. Cada periodista tiene la responsabilidad de verificar una cadena de principio a fin.

3. RED DE ALIADOS

A continuación, nuestros aliados y sus aportes al Poder de Elegir. Algunos entrarán a formar parte de nuestra plataforma en Check como dos figuras: **Colaboradores y periodistas**, dependiendo del grado de compromiso de cada uno.



Chequeado: capacitación en metodología. Organizamos reuniones cada dos semanas para resolver dudas sobre el proceso de fact-checking.



Meedan: su equipo ha hecho acompañamiento en el uso de la plataforma Check y adaptación de la misma al proyecto. Ha sido también nuestro aliado para replicar el capítulo en otros países de LATAM.

FIRST DRAFT

First Draft: ha sido aliado en capacitación sobre el uso de herramientas para verificar imágenes y videos online.



Cosas de Internet: alianza en la creación y producción de las piezas en audio con la información verificada.



Consejo de redacción y Facebook Colombia: alianza para integrar el LAB y aporte con honorarios para periodistas en región y diseñadores del equipo.



facebook
Journalism
Project

3

LA RUTA DE LA DEPURACIÓN

CRITERIOS EDITORIALES

Cuando se trata de desinformación en WhatsApp, el panorama cambia un poco frente a la mayoría de metodologías de verificación. En primer lugar, porque no siempre tenemos una **fuentes original** a la cual consultar. Y en segundo, porque debemos tratar de entender si la cadena – en el caso de los MEMES– tiene un punto de origen, ya sea noticia, video, u otro.

Nuestra guía para definir qué verificar están basada en **3 principios:**

1. **Relevancia del tema:** ¿Con la verificación podemos aportar datos que permitan informar mejor al ciudadano?
2. **Panorama electoral:** ¿Qué tan importante es el tema en la agenda electoral? *(Este ítem solo se activa en escenarios electorales)*

3. **Grado de circulación en redes:** ¿Qué tanto ha migrado a otras redes sociales?
4. **Incidencia del tema:** ¿Es relevante para el discurso público? Trata temas relacionados con el panorama electoral, derechos ciudadanos y socio ambientales

4

LA RUTA DE LA SISTEMATIZACIÓN



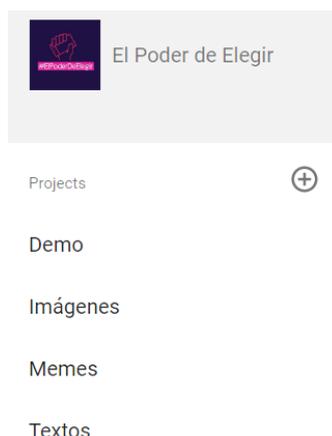
Hemos decidido catalogar las cadenas en tres formatos ya que cada uno tiene una forma distinta de verificar: TEXTO / IMAGEN / MEME

Con la extensión para Google Chrome de **Check** se suben automáticamente a la plataforma, desde WhatsApp web.

En **Check** se establecen tareas y preguntas sobre la cadena, las cuales son completadas al momento de subir esa información a la plataforma. Las tareas están encaminadas a recolectar datos que nos permitan, de una u otra forma, hacer un paneo del tipo de personas y mensajes que circulan y tener un indicio del impacto de esa información.

Las formas de recolección de datos que nos permite tener Check son: **selección múltiple, selección única, respuesta corta, locación, fecha y**

pregunta escrita.



DATOS QUE QUEREMOS RECOLECTAR

¿Qué tipo de persona está enviando la cadena?

Aunque es muy difícil saber qué tipo de persona es el remitente del mensaje, cuando nos llega una cadena le preguntamos al usuario sobre quién se la envió. De esta

manera, sabríamos un poco del perfil de los usuarios activos que envían cadenas.

¿Cuál es el formato más popular o que más circula?

Con la cantidad de cadenas discriminadas en Check por Texto, MEME o GIF podemos analizar el formato más popular.

¿Cuál es el discurso de la cadena?

Para esto se pensó en una serie de labels que el periodista pondrá al momento de subir lacadena. Al usar Check, los periodistas deben que determinar si el discurso de la cadena es **encuesta manipulada, publicidad disfrazada, propaganda religiosa, propaganda religiosa, desprestigio del candidato y otro** (*incluye descripción corta*).

5

LA RUTA DEL CHEQUEO

PRINCIPIOS DEL CHEQUEO

El Poder de Elegir tiene estos principios alineados a nuestra creencia de que la verificación transparente y no partidista es un poderoso instrumento para el periodismo de rendición de cuentas. Estos principios son inherentes al proceso de verificación:

COMPROMISO CON TRANSPARENCIA Y EL BALANCE: El Poder de Elegir tiene la responsabilidad y el compromiso de hacer una selección y verificación de las cadenas sin sesgos ni preferencias ideológicas, de orientación sexual, de raza o religión, ni tomar una posición política sobre los problemas que verificamos. Las verificaciones se hacen sobre información relevante para la agenda pública en época electoral, siempre y cuando involucren a un candidato.

En ningún caso emitimos opiniones. Un comité editorial, compuesto por el Equipo de El Poder de Elegir, analiza el grado de relevancia del material para hacer la selección. No son objeto de verificación opiniones, comentarios o enunciados de compromisos, salvo cuando se sostengan en datos o hechos cuya veracidad pueda ponderarse.

Con el fin de hacer una investigación equilibrada, tratamos de incluir siempre diferentes puntos de vista sobre la temática a verificar, buscando que la evidencia y los datos determinen una conclusión balanceada. Limitamos la labor del chequeo a confrontar los datos e informaciones.

RESPONSABILIDAD CON EL USO DE FUENTES: Para el equipo de El Poder de Elegir es importante proporcionar toda claridad posible en relación al uso de fuentes para que los lectores puedan hacer la verificación por sí mismos. En caso de que sea posible, incluimos enlace a los datos que puedan ser accesibles. No chequeamos afirmaciones cuando no existen datos ni expertos que permitan su verificación.

Identificamos y citamos a las fuentes, excepto en los casos en que la seguridad personal de una fuente podría verse comprometida. Buscamos diversificar el uso de fuentes expertas o autoridades y que este ejercicio nos permita saber sus conocimientos, datos e informaciones en aras de confirmar o refutar la cadena, no en función de consultar su opinión.

COMPROMISO CON UNA METODOLOGÍA ACCESIBLE Y ABIERTA:

Describimos y explicamos nuestra metodología en todas sus fases (Ruta de la recolección, Rutas de la Depuración, Ruta de la sistematización y Ruta del Chequeo) con el fin de que el público entienda claramente cómo seleccionamos, investigamos, escribimos, editamos y publicamos las verificaciones.

CORRESPONSABILIDAD CON LAS CORRECCIONES:

Nuestro compromiso con la transparencia también lo es con las correcciones, de manera clara y honesta. Buscamos que los lectores puedan enviarnos reclamos de verificación para hacer las debidas correcciones cuando, si es el caso, algún chequeo sea impreciso, sin perder nunca de vista nuestro objetivo primordial de lograr rigurosidad y exactitud.

En caso de que un lector, nos avise sobre un posible error, el equipo se tomará un máximo de 48 horas para revisar el contenido cuestionado y hacer las debidas correcciones, si así corresponde. El nuevo texto irá acompañado con la aclaración "Corrección" y la fecha de su publicación. Para enviar correcciones, aclaraciones y actualizaciones sobre la información, los lectores puede hacer a través del correo: poderosaschिकासcol@gmail.com o por medio de las redes sociales en [Twitter](#) o [Facebook](#).

PASOS DE LA VERIFICACIÓN

1. **Seleccionar la cadena.** La siguiente lista nos puede ayudar a confirmar que la cadena a seleccionar cumple con los requisitos de afirmación chequeable:
 - Se refiere a un problema electoral o un tema relacionado con los candidatos a las elecciones.
 - Ha sido expresada en un ambiente público (una red social, un documento público, un boletín de prensa, un medio de comunicación o en un acto público).
 - Ha migrado a otras redes sociales fuera de WhatsApp.
 - Es relevante para el debate público por su relación con la campaña electoral y por el interés para el electorado.
 - No es una opinión o comentario.
 - Es muy probable que exista información y fuentes disponibles para confrontar los datos de la frase.
 - Es probable que la gente deje de votar por esta razón.
 - Es probable que esta cadena influya en los votantes.
 - Menciona una comunidad políticamente influyente.
2. En caso de que sea una frase dicha por un candidato, se busca **consultar al autor de la frase** para preguntarle de dónde tomó la información y ampliar la explicación al respecto.

3. **Consultar a las fuentes oficiales** o las que tiene la función de administrar la información relacionada. [Aquí](#) hemos construido una serie de herramientas útiles para la verificación.
4. **Consultar a fuentes alternativas** (ONGs, centros de pensamiento, investigadores, académicos).
5. **Poner el chequeo en contexto.** Explicar la importancia del tema y dar un panorama de la realidad que lo rodea.
6. **Enviar al editor** con una posible calificación.

TABLA DE CALIFICACIONES

LISTO PARA EMPEZAR: Al inicio de una cadena.

EN PROGRESO: Cuando está en proceso de verificación.

VERDADERA: Cuando, al verificar los datos de una afirmación, estos corresponden exactamente con la realidad de los hechos.

INCONSISTENTE: Cuando al verificar los datos de una afirmación estos se acercan a la realidad de los hechos pero no son exactos.

FALSA: Cuando al verificar los datos de una afirmación estos son completamente contrarios a la realidad de los hechos.

USO DE PLATAFORMAS

Cada vez que un integrante del equipo agrega un reclamo a **Check**, automáticamente agrega también cualquier actividad a Slack, por lo que el periodista puede necesitar buscar o mirar rápidamente un canal de notificaciones.

FLUJO DE EQUIPO

Se suben todas las cadenas en Check y se le asigna la clasificación "*Listo para empezar*".

1. Selección de cadenas para verificar y asignación de cadenas a los miembros del equipo.
2. Creación de documento por cadena para detallar verificación y fact-checking
3. Chequeo
4. Actualización de estados en Check
5. Redacción de informe preliminar sobre la verificación y resumen para el equipo de diseño.
6. Revisión y aprobación de informe en Check.
7. Creación de script para equipo de diseño

8. Actualización del informe + script en Check
9. Editor da el aprobado para pasar el equipo de diseño.
10. Creación de las piezas.

Este proceso se pasa al equipo de **AUDIO** y **DISEÑO**

AUDIO

Una vez a la semana el equipo del podcast Cosas de Internet va a producir una nota de audio. El equipo de El Poder de Elegir entrega dos verificaciones a la semana que serán usadas por el equipo de Cosas de Internet para hacer la nota de voz.

DISEÑO

La producción de diseño la enfocamos en 2 tipos de piezas:

MEME GIF **DATA GIF**

Las etapas de producción son las siguientes

1. Realización del guión / Directora creativa y periodista
2. Correcciones al guión / Periodista y Diseñador Junior
3. Script de animación /Diseñador Junior
4. Story board de diseño /Dirección creativa
5. Storyboard de animación /Diseñador Junior
6. Ilustración de las escenas /Ilustradora
7. Diseño gráfico de los textos internos /Diseñador Senior.
8. Diseño de las escenas / Dirección creativa e ilustradora
9. Correcciones cromáticas y de contexto/ Director creativo, ilustrador y periodista
9. Proceso de animación. / Diseñador Junior
10. Ajuste de legibilidad de textos, tiempos y correcciones de movimientos. / Periodista y Diseñador Junior.
11. Adaptación a diferentes formatos: 420px x 420 px .gif y .mov, 1.080x 1080 .Gif y .Mov /Diseñador junior
12. Renderización. /Diseñador Junior
14. Testeo final /Un usuario ajeno al tema, un experto en fact checking, la tía
15. Finalmente el aprobado se pasa al equipo de comunicación/ Community manager

DISEMINACIÓN DE LA PIEZA

Cuando el Community manager recibe la pieza realiza el copy y la postea en los canales.

Buscamos lograr una audiencia comprometida que contribuya a replicar la información verificada. El equipo de El Poder de Elegir busca un trato cercano con su audiencia que permita actualizar al usuario de cada paso de la verificación (inicio, en proceso y final) y así lograr mayor compromiso.

Las piezas se reinsertan en WhatsApp y se envían en forma de broadcast list a las personas que solicitaron recibir esta información con la palabra *UNIR*.

Las personas que solicitaron unirse al Poder de Elegir, son guardadas como número consecutivo, esto permite hacer un seguimiento de cuántas personas se han inscrito y cuántas se han salido.

Cada miembro del equipo usará sus redes de contactos para compartir la información y las piezas diseñadas.