

Estos son los datos, suyas son las conclusiones

Pese a que esta tendencia periodística aterrizó en Europa ya en 2005, no es hasta 2013 cuando el *fact-check* o verificación de hechos llegó a la televisión en España, con *El Objetivo*, de La Sexta; en concreto, con la sección **"Pruebas de Verificación"**, en la que se verifican las palabras y argumentos más repetidos de la vida pública.

NATALIA HERNÁNDEZ

“España es el país que más crece de la Unión Europea”, “China gasta 0 euros en pensiones” o “Somos la nación más antigua de Europa” son argumentos falsos que han usado durante años los políticos de nuestro país sin sonrojarse. Los representantes políticos utilizan en entrevistas, ruedas de prensa, radio, televisiones y, ahora también, en redes sociales argumentos que no siempre coinciden con la realidad que nos dan los datos. Pero ¿cómo detectar cuándo nos están mintiendo?

La búsqueda de datos y el contraste con distintas fuentes e indicadores oficiales ha existido siempre en el periodismo, pero desde el comienzo de la década

pasada han empezado a surgir medios que se dedican exclusivamente a la verificación de datos en el discurso público. El principal objetivo es detectar mentiras, intentos de engaño e imprecisiones para dar a los ciudadanos elementos suficientes para tomar sus propias decisiones. En definitiva, el *fact-check*, verificación de hechos en español, es una herramienta que nos permite someter a examen a políticos, empresarios o incluso deportistas.

Según un estudio de la Universidad de Oxford¹, esta tendencia llega a Europa en el año 2005. El blog lanzado por Channel 4 News, del Reino Unido, para cubrir las elecciones generales es uno de

Natalia Hernández es redactora de *El Objetivo*, de La Sexta

1 <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/publication/rise-fact-checking-sites-europe#overlay-context>

los primeros ejemplos de verificación en el Viejo Continente. Poco a poco, esta nueva forma de entender el periodismo, más allá de las declaraciones, se pone en marcha en Francia, Italia, Alemania... A finales de 2010 ya se usaba en diez países, y hoy es un fenómeno global que se desarrolla al menos en 34 medios y organizaciones en 20 países europeos. En 2013, el *fact-check* llegó a la televisión en España, gracias a La Sexta, con *El Objetivo* de Ana Pastor².

Periodismo de datos

Ana Pastor, directora y presentadora de *El Objetivo*, tras su experiencia en CNN, decidió apostar en La Sexta por este tipo de periodismo de datos. Lo hizo con un formato novedoso en la televisión de nuestro país, sin mesas de tertulia o debates de opinión. Los datos y los expertos más reconocidos en su materia servirán para explicar y contextualizar los temas de actualidad de cada semana.

El programa mezcla las entrevistas duras e incisivas, sello de identidad de Ana Pastor, con reportajes y secciones que permiten en todo momento controlar a los representantes políticos. Por un lado, en “Sé lo que hicisteis con el último contrato”, Inés Calderón investiga en qué se usa el dinero público. Por otro, gracias a Clara Jiménez y su “Maldita Hemeroteca”, observamos los cambios de opinión de nuestros políticos depen-

diendo de los intereses partidistas del momento.

Es con la sección de “Pruebas de Verificación” con la que *El Objetivo* se convierte en un producto inédito, ya que trae por vez primera a la televisión española la técnica del *fact-check*. A diferencia de lo que se hace en otros países, incluido EE. UU., en *El Objetivo*, la sección se desarrolla a través de dos presentadoras: Ana Pastor y Natalia Hernández. La pantalla de vídeo, en la que se exponen los datos y los gráficos y vídeos novedosos y nada serios, permiten hacer atractiva dicha sección, a la que se le dedica unos diez minutos cada semana.

Formato novedoso en España, sin mesas de tertulia o debates de opinión

Con un equipo multidisciplinar de expertos en datos, en economía, política o en educación, *El Objetivo* verifica semanalmente las palabras y argumentos más repetidos de la vida pública; en *prime time*, con una media de dos millones de espectadores.

Además, estos últimos meses, *El Objetivo* ha dado un paso más. En la página web del programa se pueden consultar no solo las pruebas realizadas durante el programa, sino otras muchas no emitidas. Fue la plataforma que usó este es-

² <http://www.lasexta.com/programas/el-objetivo/>

pacio para cubrir en directo el debate de investidura de Mariano Rajoy el pasado mes de octubre³. Casi 20 afirmaciones del propio Rajoy, Antonio Hernando, Pablo Iglesias o Albert Rivera fueron verificadas en directo.

El día a día del ‘fact-checker’

En el equipo de verificación no nos importa el signo político, investigamos todas las palabras dudosas que escuchamos, y son muchas. Decidimos siempre en función de variables periodísticas. Así, se escoge la declaración que tras la resolución más aporte al espectador, que más clarifique y explique la actualidad. Nuestra principal aspiración es que el público esté informado y pueda conformar, siempre con datos, su propia opinión al respecto.

En La Sexta trabajamos muy pegados a la actualidad informativa. Los componentes del equipo de la sección de “Pruebas de Verificación” parten de una completa agenda de hechos destacados del día para escuchar y transcribir de forma completa y detallada: entrevistas, ruedas de prensa, declaraciones, sesiones de control y hasta comentarios en Facebook o Twitter de los principales actores políticos.

Los medios y organizaciones tienen un método de verificación más o menos similar. El punto de partida en el equipo de redacción es una declaración proba-

ble con datos y hechos. El contexto se convierte en una base fundamental, no se puede verificar un dato sin saber lo que ha dicho antes o después. Igualmente, no es de justicia dar por falsa una declaración cuando unos minutos después, en la misma entrevista, el protagonista vuelve a clarificar ese mismo aspecto.

Es un equipo multidisciplinar con expertos en datos, economía, política...

Una vez decidida nuestra apuesta, nos interesa saber si el político es reincidente. E incluso contraponer la opinión sobre el mismo tema de su oponente. En estos casos es muy común encontrar falta de rigor y manipulación. Cada uno usa los datos a su antojo. Se retuercen mucho las cifras, y más en campaña electoral.

Para investigar, vamos siempre a fuentes oficiales y, además, hablamos con los mayores expertos en la materia para que nos indiquen posibles interpretaciones sobre el asunto. Hay hasta tres filtros para determinar si es verdadero o falso. Una vez que el redactor del equipo que investiga un determinado argumento ha terminado, lo expone al resto del grupo. ¡Y hay mucho debate! Después, las dudas y las conclusiones se trasladan al equipo de dirección y vuelve a comen-

3 <http://www.lasexta.com/programas/el-objetivo/prueba-verificacion-4/>

zar el proceso. Algo fundamental e imprescindible para no cometer errores. Se incluye la consulta a la fuente original, para salir de dudas o simplemente para consultar qué datos hay detrás de la declaración verificada.

No morir de éxito

El *boom* del *fact-check* pone en riesgo los principios con los que comenzó. Tras el Global Fact Summit en Argentina, en el que La Sexta con *El Objetivo* fue el único medio español que acudió y ofreció sus experiencias en la ponencia principal, se comenzó a trabajar en la creación de un código de conducta para verificadores en todo el mundo.

La verificación de hechos transparente y no partidista puede ser un poderoso instrumento de rendición de cuentas, pero a la inversa puede aumentar la desconfianza en los medios y los expertos y contaminar la comprensión del público. Alexios Mantzarlis, líder del proyecto

International Fact-Checking Network, del Poynter, comenzó a detectar que, en algunos países, grupos de presión relacionados con partidos políticos habían “secuestrado” el término *fact-check* para darle más credibilidad a sus discursos o que algunos medios usaban en sus secciones el *fact-check* sin que su contenido fuera realmente fiable.

Así, Poynter, que promueve la excelencia de la verificación de hechos, comenzó a elaborar esta lista de compromisos basados en la transparencia y el buen hacer periodístico. Así, los firmantes de este código, 35 organizaciones de 27 países –entre ellos, *El Objetivo*–, se comprometen a publicar su metodología, sus fuentes. El código hace hincapié en la necesidad de que los verificadores de hechos tengan una política de correcciones abierta y honesta. Algo que en *El Objetivo* hacemos siempre que es necesario para que los espectadores confíen en la información que aportamos cada semana. ■