

Módulo 2 - ¿Cómo crear tu propia metodología?

[00:00:02] Hola. Bienvenidos al curso otra vez. Este es más un video y mucha atención, porque vamos a hablar de un tema fundamental que es la metodología. Sin la metodología de trabajo, un fact-checker no es nada, nadie. Pues entonces os invito a entender un poco cómo se construye algo tan crucial.

[00:00:23] Para empezar, es vital que sepamos qué tipo de contenido vamos a chequear, qué tipo de universo hablo, ¿no? Hay chequeadores que trabajan con la política nacional, hay chequeadores que están dispuestos a observar los alcaldes, la política local. También hay los que están dedicados a temas de salud, a temas medioambientales. Entonces me pregunto, ¿cuál es tu interés? Esto es el punto número uno. Vamos a abrir un Google Docs o una página de Word y empezar a decidir cómo es el proceso de producción en tu unidad de chequeo - si es que todavía no existe-, o cómo mejorar la información o el trabajo que se hace en la unidad en la que estás trabajando hoy día. Primer punto entonces dejar muy claro el límite del trabajo.

[00:01:19] Y ahora quiero también subrayar el límite en el sentido de tiempo de trabajo y de medios que serán observados. En líneas reales pregunto, ¿tú y tu equipo estáis dispuestos a chequear un tweet que salga a las 3 de la mañana de un sábado? ¿O sólo van a observar las frases dichas en el Congreso, por ejemplo? Son cuestiones así, que son importantes de debatir y claro, tener escritas y bien detalladas cuáles son los límites de trabajo.

[00:01:56] Bueno, luego vamos a llegar a un momento muy importante también que es pensar cómo elegimos la cantidad, entre la cantidad de informaciones que pueden chequearse, cuáles son las que nos interesan chequear. Y ahí, claro, entrará en juego la cuestión periodística del fact-checking. Seguramente en este documento que estamos escribiendo juntos habrá que pensar en escribir preguntas como ¿quién ha dicho esta información? Porque claro, si es alguien muy importante, esto estará muy grande. También, ¿está viral este contenido? ¿Está saltando de una plataforma a otra, por ejemplo? Y eso quiere decir que claro mucha más gente de varios tipos de perfiles están viendo el mismo contenido. Y también ¿qué daño sufriría el mundo o alguien si esta información no la chequeamos? Este es el lado periodístico del fact-checking y jamás podemos dejar de lado.

[00:02:57] Después de esta idea yo invito a que echéis un vistazo en otras organizaciones de fact-checking y en sus metodologías. Es muy interesante e importante saber que hay varios fact-checkers trabajando ya y gente muy buena y que es perfectamente aceptable copiar y pegar sus metodologías y ajustar sus metodologías a la realidad de tu país, de tu ciudad, de tu cultura, de tu política. Entonces esta es una idea muy importante y esto suele tomar tiempo. Digo desde ya, porque observar la metodología y la aplicación de metodología en otros medios es un ejercicio interesante, pero va a tomar un par de horas por lo menos.

[00:03:41] Bueno, entonces vamos a partir un momento después de analizar la metodología ajena y adaptarla a nuestra realidad, pues tenemos el paso a paso del reporte, de la apuración de un chequeo. Entonces ya vas a tener claro si, por ejemplo, vas a llamar a un especialista, vas a usar las comillas del especialista o no, esto es sólo off the record y no estará en el texto final. Vas a llamar rápidamente a la persona o la entidad chequeada o esto sólo al final después de la conclusión del chequeo. Son cuestiones así que tú y tu equipo de fact-checkers pues tienen que tener todos muy claro.

[00:04:22] Luego yo digo que es la hora de estudiar si vamos o no vamos a aplicar etiquetas. Entiendo que mucha gente conoce el fact-checking como este tipo de periodismo que dice falso o verdadero. Pero por ejemplo factcheck punto org [factchek.org] en los Estados Unidos no usa etiquetas y ahí está y hace un trabajo fantástico. Es hora de discutir, debatir si hace falta, combina, queda bien con tu iniciativa tener etiquetas. Caso positivo, es hora entonces de escribir cuáles son las etiquetas. La escala entre verdadero y falso. ¿Cuántas etiquetas van a haber? Y por favor, que la descripción de cada etiqueta sea muy cortita. Una dos frases como mucho para que tú y tu equipo jamás utilicéis etiquetas diferentes para situaciones semejantes. Entonces esto va a ser un guía interno prácticamente, ¿no?, saber cuando se aplica cada una de las etiquetas.

[00:05:17] Bueno, después, siguiendo en la creación de una metodología, es hora de hacer el evidente pensar en la distribución. El reparto de tu chequeo. Eso es el momento de decir "bueno, ¿dónde publicamos este chequeo?". Va a ser en una página web, va a ser sólo en redes sociales, va a ser bueno en tu unidad de chequeo es parte de un programa de televisión, de programa de radio, por ejemplo. Entonces explicar al lector, a la audiencia en general, cómo y dónde pueden encontrar la información chequeada publicada por tu equipo.

[00:05:52] Y así os invito a ahora mismo empezar a pensar en la metodología vuestra y mejorarla, perfeccionarla. Esto es algo, como dije antes, que toma tiempo, pero es vital. La credibilidad del chequeador está enraizada, está basada en su metodología. Por eso, "perder" - entre muchas comillas - tiempo con este paso del fact-checking no es realmente una mala idea y sí muy indicado.

[00:06:23] Adelante, os espero en el próximo video. Un abrazo.