

AMA LLULLA: PRIMERA RED DE MEDIOS PARA LA VERIFICACIÓN DE INFORMACIÓN EN PERÚ

Informe de resultados

AMA
LLULLA
ELECCIONES 2021

© PNUD, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2021

Todos los derechos reservados.

Elaborado por: Karla Paola Ramírez Camarena

Editado por: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

Av. Jorge Chávez N.º 275, Miraflores. Lima-Perú

Proyecto Innovación para la Participación Política Ciudadana, PNUD Perú:

Denise Ledgard, oficial de Gobernabilidad Democrática

Rodolfo Benites, coordinador del proyecto

Sonia Pérez, comunicadora del proyecto

Paola Rojas, asistente del proyecto

INTRODUCCIÓN

Esta investigación busca conocer la labor de la plataforma colaborativa de verificación Ama Llulla (no mentirás), la cual operó entre los meses de enero y junio de 2021, en el marco de las Elecciones Generales en Perú, impulsada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en alianza con el medio peruano de investigación Ojo Público.

El presente trabajo tiene la garantía de una opinión independiente, crítica y constructiva sobre los logros obtenidos, además de recomendaciones con aspectos a mejorar e implementar en la red. Para ello, se acudió a la fuente directa, el equipo de Ama Llulla, y a fuentes externas: otros equipos de verificación, medios de comunicación que son miembros de la red y especialistas en materia electoral.

Durante los primeros dos capítulos, describimos las principales características de gestión de la red Ama Llulla, la variedad de sus medios aliados y la trascendencia e impacto que generó su puesta en marcha en los comicios peruanos. Un tercer capítulo está abocado al benchmarking de dos de los verificadores de mayor relevancia en latinoamérica, mientras que el cuarto capítulo aterriza en la identificación de dificultades y recomendaciones que empoderen la labor de la red Ama Llulla como plataforma colaborativa en Perú y como base para otras iniciativas en el mundo.



ÍNDICE

Pág. 4 I. SURGIMIENTO DE LA RED AMA LLULLA

- a) Miembros de la red
- b) Alianzas, producción y difusión
- c) Metodología
- d) Nuevas herramientas e innovación

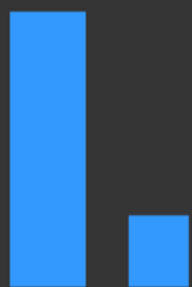
Pág. 17 II. IMPACTO Y ALCANCES DE AMA LLULLA

- a) Publicaciones en redes sociales (gráficas y estadísticas)
- b) Posición de la red frente a verificadores peruanos privados y estatales
- c) Reconocimientos y menciones a la labor desarrollada por Ama Llulla

Pág. 29 III. ANÁLISIS DE AOS FATOS DE BRASIL Y CHEQUEADO DE ARGENTINA A TRAVÉS DEL MÉTODO DE BENCHMARKING

- a) Alianzas, producción y difusión
- b) Metodología
- c) Nuevas herramientas e innovación
- d) Financiamiento

Pág. 34 IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



SURGIMIENTO DE LA RED

AMA LLULLA



I. SURGIMIENTO DE LA RED AMA LLULLA

La red Ama Llulla es una plataforma colaborativa de verificación periodística en Perú, conformada por 25 medios de comunicación a nivel nacional. Desde su lanzamiento, se apoyó en una página web propia, <https://redamallulla.pe/>, así como en las redes sociales de Twitter, Facebook e Instagram para reforzar su independencia.



@AmaLlulla_2021



AmaLlulla2021



@AmaLlulla2021



Ama Llulla fue concebida en diciembre del 2020 con el objetivo de hacer frente, a través del sistema de fact-checking, a la desinformación en las Elecciones Generales 2021 en Perú, llevadas a cabo en abril y junio (primera y segunda vuelta electoral).

El contexto nacional en que surgió la red Ama Llulla fue el de proliferación de noticias falsas sin precedentes. Para la realización de este informe, el secretario general de la Asociación Civil Transparencia Perú, Iván Lanegra, explicó que “aunque no existe un sistema de registro completo de los casos de desinformación sistemática, el impacto de las noticias falsas ha sido claramente más notorio en estas últimas elecciones”.

Lanegra, experto en legislación electoral, hizo hincapié en que “la pandemia ya había mostrado lo fácil que podía calar la desinformación en un contexto de alta desconfianza y baja institucionalidad. A esto se le agregó el clima de polarización que vivimos en la segunda vuelta electoral”.

Para el politólogo Fernando Tuesta Soldevilla, el último proceso electoral fue, “sin duda, el más complejo en relación con los fake-news”. Agregó que “gran

parte de la campaña se trasladó al ámbito del ciberespacio y hubo mucho más tráfico de este tipo de modalidad de desinformación en comparación con campañas anteriores”.

Tuesta Soldevilla remarcó la importancia del fomento de plataformas de chequeo o verificación de las llamadas fake-news. Consideró que, incluso, “en campaña electoral tiene que haber un acuerdo, una alianza entre iniciativas del ámbito privado más ONG, más organismos electorales”. Por su parte, para Lanegra el “impacto [de dichas iniciativas] es aún insuficiente, aunque es claro que **contribuyeron decididamente a evitar un efecto negativo mayor sobre las elecciones y su legitimidad**”.



“El impacto de las noticias falsas ha sido claramente más notorio en estas últimas elecciones”.

Iván Lanegra, Asociación Civil Transparencia Perú.



Rodrigo Salazar Zimmermann es director ejecutivo en el Consejo de la Prensa Peruana y, como tal, fue director periodístico de **PerúCheck**, una alianza colaborativa de fact-checking que contó con la participación de 12 medios aliados, tres de ellos de alcance y reconocimiento nacional: El Comercio, RPP Noticias y La República. PerúCheck, al igual que Ama Llulla, logró obtener reconocimiento internacional por su labor de verificación en las pasadas contiendas electorales peruanas. Salazar precisó que el Consejo de la Prensa Peruana sabía “que esta iba a ser una campaña tremendamente desinformativa”.

a) Miembros de la red

Gracias al impulso y alianza con el PNUD, la organización y coordinación de la red Ama Llulla estuvo a cargo de Ojo Público, medio digital periodístico de investigación fundado el 2014, que desde el 2015 trabaja en procesos de fact-checking.

Son **25 los miembros de la red Ama Llulla**. Estos pueden subdividirse en **dos grupos**: uno de **medios digitales de alcance nacional en castellano** y otro grupo de **emisoras radiales de alcance regional multilingüe**.



En el primer grupo de 11 medios digitales, el alcance total en las redes sociales supera los 5 millones de seguidores. Destacan portales como Útero, que solo en Twitter supera los 1,300.000 seguidores, y LaMula.pe con 1,000.000 seguidores.

Miembros de la red con alcance nacional (11)

(según número de seguidores)

MIEMBRO	TWITTER	FACEBOOK	INSTAGRAM
ÚTERO	1'300,000	450,569	46,200
LAMULA.PE	1'000,000	531,967	68,500
IDL-R	785,200	288,927	34,200
OJO PÚBLICO	165,300	141,882	79,000
IDEELE RADIO	88,300	123,029	6,280
CONVOCA	47,700	82,865	2,417
SUDACA	27,600	5,296	9,966
EL BÚHO.PE	23,400	119,760	7,459
EL FILTRO	8,627	1,774	2,511
DIARIO EL GOBIERNO	2,393	6,921	4,584
NOTICIAS TRUJILLO	---	54,652	---

El segundo grupo de 14 radio emisoras de ocho regiones del Perú con altos índices de pobreza, siete radioemisoras ubicadas en Loreto, Amazonas, Madre de Dios y Puno, se encuentran en zonas de frontera, mientras que 11 de ellas difundieron información de la red Ama Llulla en lenguas originarias.

Miembros de la red con alcance regional (14)

(según orden alfabético de región)

MIEMBRO	REGIÓN	IDIOMA(S)	ÁREA GEOGRÁFICA
ESTACIÓN WARI	Ayacucho	Quechua chanka y español	Centrosur / Sierra
VRAE TV CANAL 10	Ayacucho/Vraem (San Francisco)	Asháninka y español	Centrosur / Sierra
REINA DE LA SELVA	Amazonas	Español	Zona de frontera Norte / Selva
SAN JERÓNIMO	Apurímac	Quechua chanka y español	Centrosur / Sierra
SANTA BEATRIZ	Apurímac/ Abancay	Quechua chanka y español	Centrosur / Sierra
RADIO ANDAHUAYLAS	Apurímac/Andahuaylas	Quechua chanka y español	Centrosur / Sierra
RADIO SATIPO 91.3	Junín/Satipo	Asháninka y español	Centro / Sierra
RADIO MARANKI	Junín/Perené	Asháninka y español	Centro / Sierra
SEÑAL LAGUNAS	Loreto	Solo español	Zona de frontera Noroeste/Selva
LA VOZ DE LA SELVA	Loreto	Solo español	Zona de frontera Noroeste/Selva
RADIO MADRE DE DIOS	Madre de Dios	Quechua collao y español	Zona de frontera Sur/Selva
RADIO ASWANQHARI	Puno	Quechua collao y español	Zona de frontera Centrosur/Selva
LA DECANA	Puno/Juliaca	Quechua collao y español	Zona de frontera Centrosur/Selva
RADIO PACHAMAMA	Puno	Quechua collao y español	Zona de frontera Centrosur/Selva



b) Alianzas, producción y difusión

Ama Llulla estableció **dos tipos de alianzas** entre los 25 miembros de la red: **aliado generador de contenido** (para la producción de contenido de verificación) y **aliado difusor** (para la publicación los contenidos verificados).

Aunque, al principio, nueve de los 25 miembros se comprometieron a asignar a un/a periodista para producir un chequeo semanal, este pacto se diluyó al corto tiempo. Sin embargo, gracias al impulso del PNUD, Ama Llulla operó con un equipo base de cuatro periodistas y un coordinador para el equipo de verificación, una persona para las redes sociales y especialistas en traducción a lenguas originarias, a fin de que se hicieran cargo del proceso de generación de contenido verificado para la red.

Angelo Torres, socio fundador de El Filtro, medio miembro de la red, recordó que “en un principio” tenían toda la vocación de colaborar con un periodista para “la producción de contenido”; sin embargo, “hizo falta recurso humano, al ser solo 10 en el grupo y no pudimos apoyar”. Torres, sin embargo, hizo hincapié en que siempre fueron parte “del equipo editorial que estaba al tanto de todas las investigaciones y sus resultados”.

Con el equipo periodístico de Ama Llulla establecido, todos los medios miembros de la red pasaron a convertirse en aliados difusores. Los 25 medios cumplieron siempre con respetar la metodología de trabajo establecida y en publicar tal cual las calificaciones (etiquetas) asignadas tras cada proceso de verificación.

Romina Mella, editora periodística de IDL Reporteros, también afirmó que su medio, por falta de personal, solo pudo tener un rol difusor, tanto en sus redes como en su página web, donde hay una sección dedicada a las verificaciones de Ama Llulla. Mella enfatizó que ser parte de la red les fue muy provechoso debido a que “**varios de los chequeos complementaban o potenciaban algunas de las investigaciones**” que IDL Reporteros tenía en curso.

Para El Filtro, medio digital dedicado solo a procesos de verificación, la ventaja de ser miembro de la red Ama Llulla fue que los catapultó como referente periodístico independiente dentro de las redes sociales: “**Sentimos que nos ayudó incluso a**



crecer en la comunidad de seguidores. Hacer este tipo de asociaciones nos beneficia a todos. Nos hace más fuertes”.

En el grupo de 14 radios regionales, se difundieron verificaciones e informes cortos de coyuntura electoral y sanitaria a través de **podcasts en castellano y en los idiomas originarios quechua y asháninka,** y en sus variantes según la zona. Dos ediciones fueron preparadas en aimara.

PODCASTS AMA LLULLA

CASTELLANO	ASHÁNINKA	QUECHUA COLLAO	QUECHUA CHANKA	AIMARA
39	39	39	37	2

Total: 156 podcast.

Las emisoras Radio Maranki, Vrae TV Canal 10 y Satipo difundieron chequeos e informes en asháninka; Santa Beatriz, San Jerónimo, Andahuaylas y Estación Wari en quechua chanka; La Decana, Radio Madre de Dios, Aswanqhari y Pachamama en quechua collao, y Señal Lagunas, La Voz de la Selva y Reina de La Selva en castellano.

Los audios (redacción, traducción y grabación) fueron elaborados por el equipo de periodistas de Ama Llulla y presentados a modo de pastillas informativas, primero de hasta cinco (5) minutos de duración y luego de hasta dos (2) minutos.



Enlace a podcasts en lenguas originarias: <https://soundcloud.com/alianza-ama-llulla/sets/verificaciones-en-lenguas>



Rafael Carbajal, administrador de la **radio Satipo**, en Junín, relató que entre febrero y julio, **Ama Lulla les entregó hasta seis (6) audios por mes que eran repetidos 36 veces por semana** en horarios diarios de: 6 a. m, 8 a. m, 11 a. m, 2 p. m y 6 p. m. Explicó que, en una primera etapa, los audios de la red referidos a la pandemia del Covid-19 eran los más solicitados por sus radioescuchas, pero que conforme se acercaba la segunda vuelta electoral (6 de junio de 2021) la ciudadanía se interesó más en contenidos sobre los comicios.

La provincia de Satipo tiene a dos de los distritos más pobres de Junín. Entre el 25% y 30% de su población es asháninka y alberga a 68 comunidades nativas. Radio Satipo llega al 72% de la provincia que reúne a más de 112 mil electores. Rafael Carbajal recordó que los jefes de las comunidades se mostraron “muy contentos de que se les reconozca y no discrimine con el acceso a información en su propio idioma”. Agregó que se sentía muy agradecido por que cada entrega de Ama Lulla “amplió la calidad de contenido de la radio”.

Arístides Pereira, de **Radio Señal Lagunas**, sostuvo que los podcasts que más impactaron en los cuatro distritos donde se escucha su emisora fueron aquellos referidos a la pandemia: “aquí hubo un medio que difundió mucho miedo y muchos no querían vacunarse. Gracias a los spots que difundimos, cada media hora o cada hora, la gente fue entrando en conciencia y hoy en día el 90% de población mayor vulnerable ya está vacunada con las dos dosis”.

Pereira narró que su equipo ha logrado tener capacitaciones por parte de Ama Lulla y que hoy tienen más claro el método para lograr enfrentar una eventual ola desinformativa para los próximos comicios regionales: “aquí hay población de extrema pobreza, hay distritos de frontera con Ecuador. En algún momento ellos quieren hacer escuchar su voz a través de este medio”.



Cabe destacar que según los registros de la red Ama Llulla, durante la campaña electoral, se lograron tres (3) talleres de capacitación virtual con los equipos periodísticos de los miembros regionales. Se llegó a capacitar a más de medio centenar de periodistas (54).

c) Metodología

El Flujo Editorial de Ama Llulla va desde la emisión de la propuesta de verificación del equipo de redacción, hasta su publicación o descarte. Así, el proceso editorial implica la intervención de una coordinación editorial hasta en dos partes del proceso: primero, para solicitar correcciones de verificación y, en la etapa final, para determinar su descarte o publicación.



REDACCIÓN VIRTUAL

Los verificadores de la alianza presentan sus propuestas o los avances.

SÍ

NO

1 Empieza el proceso de verificación.

El verificador realiza el chequeo con la metodología de la alianza.

2 Entrega de la 1ra versión.

3 El coordinador editorial realiza anotaciones y solicita precisiones.

4 El verificador procede a las correcciones.

5 El coordinador editorial sube el contenido a una carpeta de drive.

El acceso está restringido a los responsables de enlace.

7 **PUBLICACIÓN DE LA ALIANZA AMA LLULLA**

Falta info.

Vuelve a consulta.

TODAVÍA NO SE PUBLICA

Ó

Casos especiales: alerta de embargo.



“Se decidió aplicar un estándar internacional, promovido por el periodismo estadounidense y adoptado por la International Fact-Checking Network”, según explicó David Hidalgo, coordinador del equipo editorial de Ama Llulla. **El proceso se rige en cinco pasos prácticos:**

1. Toda versión a verificar debe ser un dato o hecho que pueda ser contrastado con evidencia.
2. Se solicita al autor/a de la versión el sustento de su afirmación. Si es anónimo, se identifica dónde circuló.
3. Se consultan tres tipos de fuentes: datos públicos, estudios académicos o científicos y expertos.
4. Según la evidencia, se califica el dato como **VERDADERO, FALSO, ENGAÑOSO o IMPRECISO.**
5. Se presenta de manera clara la evidencia que sustenta el veredicto a través de cards y artículos explicativos.

La calificación de “Engañoso” apunta a los casos en que la data tiene elementos reales, pero que, fuera de contexto, genera ideas distorsionadas a lo factual. La etiqueta “Impreciso” se refiere a declaraciones o publicaciones cuyos datos no son fieles a lo real o corroborable.



d) Nuevas herramientas e innovación

Para reforzar su equipo, en medio de una imparable ola de fakes news, la red **lanz**ó la **campaña Cazadores de Mentiras** que permitió el reclutamiento de 30 **jóvenes que conformaron un voluntariado** para colaborar en los procesos de verificación.

Este grupo participó en la etapa de identificación de noticias falsas en las redes y, en algunos casos, también colaboraron con los pasos subsiguientes de chequeo. Si bien la campaña estuvo enfocada en el proceso electoral, algunos miembros continúan colaborando con la red después de los comicios.



Valeria Mogollón, estudiante universitaria del décimo ciclo de Comunicaciones, resumió su experiencia como “cazadora de mentiras” con una frase: “en estos tiempos que la desinformación ataca tan fuerte y desde distintos canales, el periodismo de fact-checking ha cobrado tanta relevancia que puede considerarse un nuevo género periodístico”.



“...el periodismo de fact checking ha cobrado tanta relevancia que puede considerarse un nuevo género periodístico”.

Valeria Mogollón, Cazadores de Mentiras.



Tras ver la convocatoria en redes, Mogollón postuló y fue aceptada como una Cazadora de Mentiras. Firmó una declaración jurada de no ser parte de ningún partido político y de respeto y aceptación de un código de ética y de metodología de chequeo. Su tarea fue revisar entrevistas en prensa escrita y televisión, monitorear redes “hasta cazar una aparente falsedad, una mentira”.

Si bien su rol era de monitoreo y recopilación de datos para entregárselos al equipo de verificación de Ama Llulla, la estudiante mencionó que su mayor satisfacción fue cuando logró colaborar con un artículo **“yo fui como voluntaria y mi afán era buscar algo tan fuerte que me diera la oportunidad de tener mi publicación”**.

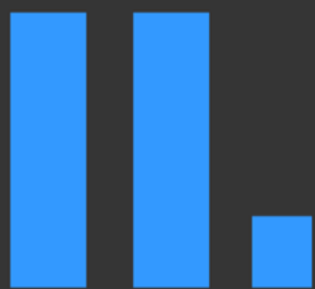


En base a lo explicado, la **red Ama Llulla** concluye que la declaración del candidato presidencial Rafael Santos, acerca de que la vacuna peruana es un desparasitario, es falsa.

**Este chequeo fue desarrollado en colaboración con Valeria Mogollón y Hiro Ramos, verificadores voluntarios de la Red Ama Llulla.*

Los primeros contactos de la red Ama Llulla con jóvenes, con interés en la labor de verificación, se dio entre enero y febrero del 2021, gracias a la ejecución de dos talleres de orientación y capacitación. Las presentaciones de esos y otros talleres pueden ser revisados en su página web: <https://redamallulla.pe/>





IMPACTO Y ALCANCES DE AMA LLULLA



II. IMPACTO Y ALCANCES DE AMA LLULLA

De enero hasta junio de 2021, Ama Llulla logró captar 11600 seguidores en Twitter, 6232 en Facebook y 6349 en Instagram.

SEGUIDORES EN REDES SOCIALES DE AMA LLULLA

TWITTER	FACEBOOK	INSTAGRAM
11,600	6,232	6,349

Las cifras muestran que la fortaleza de Ama Llulla está en sus aliados difusores de alcance nacional cuyos seguidores fijos en Facebook y Twitter superan los cinco millones.

SEGUIDORES EN LAS REDES SOCIALES DE LOS MIEMBROS* DE LA RED AMA LLULLA

TWITTER	FACEBOOK	INSTAGRAM
3,449,520	1,811,712	256,447

* Sumatoria de seguidores de miembros de la red de alcance nacional.

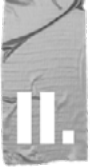
a) Publicaciones en redes sociales.

Las publicaciones de Ama Llulla, desde sus cuentas, lograron más de tres millones de interacciones durante los meses de cobertura electoral (enero a junio del 2021).

INTERACCIÓN* DE VERIFICACIONES EN LAS REDES SOCIALES DE AMA LLULLA

TWITTER	FACEBOOK	INSTAGRAM
2,940,000	252,983	180,549

* Twitter: Medición de "Interacciones Totales" / Facebook e Instagram: Notificaciones por publicación. Fuente: Ama Llulla.



Durante el mismo periodo (enero a junio de 2021), **Ama Llulla publicó 116 cheques** bajo dos estilos: i) Cheques publicados con links a artículos explicativos en las páginas web de los miembros, y ii) Cheques solo con cards que explican la calificación de **Falso, Verdadero, Engañoso o Impreciso**.

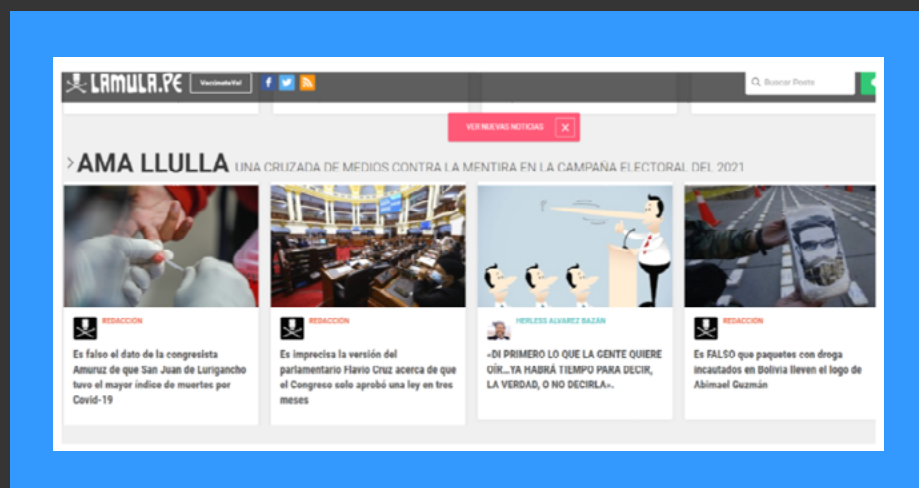
AMA LLULLA	
→ Verificaciones:	116
→ Cheques solo con cards:	3%
→ Cheques con link a texto explicativo:	97%

La red Ama Llulla, como tal, no cuenta en su página web con una sección o espacio para difundir los artículos explicativos, al igual que ninguno de los 14 miembros regionales (emisoras radiales). Esta situación, sin embargo, es distinta en los 11 miembros de alcance nacional; ya que **10 cuentan con páginas web donde publicaron los textos explicativos o ampliados de cada verificación**:

1. ÚTERO



2. LA MULA





3. IDL REPORTEROS

IDL - REPORTEROS

Sí, si hay programas de protección a la madre gestante
3 noviembre, 2021
Por Red Ama Llulla.-

Durante su intervención en el Pleno del Congreso, el congresista Alejandro Muñante, del partido Renovación Popular, criticó a la presidenta del Consejo de Ministros, Mirtha Vásquez, por su exposición sobre la salud materna en el Congreso. En ese marco, y para sostener sus argumentos, señaló: "No existe un programa de protección a la madre gestante". Tras revisar los antecedentes sobre el tema, la red Ama Llulla concluye que esta versión es falsa. [\[Seguir leyendo\]](#)

Los 'errores' de Fujimori
16 septiembre, 2021
Por Red Ama Llulla.-

Durante una reciente entrevista, la congresista Rosangela Barbarán fue consultada sobre los errores y delitos cometidos durante el gobierno del expresidente Alberto Fujimori. En ese marco, Barbarán indicó que Fujimori cometió errores, pero no delitos y lo sustentó con la siguiente afirmación: "Las pruebas [por los casos que fue sentenciado Alberto Fujimori], hasta el día de hoy, no lo inculpan a él". Tras revisar a detalle las sentencias contra Fujimori, Ama Llulla concluye que esto es falso. [\[Seguir leyendo\]](#)

Las verificaciones del «voto de confianza»
27 agosto, 2021
Por Red Ama Llulla.-

4. OJO PÚBLICO

OJO PÚBLICO

Las historias que otros no te quieren contar.

NOTICIAS ▾ ESPECIALES ▾ OJO BIÓNICO ▾ ENGLISH ALIADO/A LA TIENDA

Ama Llulla

OJOBIÓNICO

Dato de Isabel Cortez sobre número de mujeres en el Congreso es falso

La virtual congresista, de Juntos por el Perú, aseguró que en el nuevo Parlamento la presencia de mujeres se ha duplicado, con relación al 2016.
27 ABRIL, 2021

OJOBIÓNICO

Versión de Yonhy Lescano sobre los preceptos morales incas es falsa

Diversos investigadores han precisado que se trata de una versión surgida en épocas posteriores al incanato.
11 MARZO, 2021



5. IDEELE RADIO



6. CONVOCA



7. SUDACA

El portal periodístico Sudaca tuvo una sección en su página web dedicada a los artículos en detalle de las verificaciones; sin embargo, el 30 de octubre pasado "se levantó esa sección porque no generaba tráfico", según explicó Paolo Benza, editor periodístico de Sucada. Benza detalló que durante la campaña electoral "hubo mucho impacto en redes y en la web" tras cada verificación, por lo que consideran reabrir la sección de Ama Llulla en una siguiente contienda electoral.

8. EL BÚHO.PE



The screenshot shows the website for EL BÚHO, featuring a navigation bar with categories like PORTADA, NOTICIAS, DESTACADOS, CULTURAL, COLUMNAS, and LA REVISTA. Below the navigation is a banner for 'EuReKa' with the text 'Con diseños muy divertidos y colores para crear outfits para toda ocasión plazaVea'. The main content area is titled 'Verificación' and contains two fact-checking articles. The first article, titled 'Chequeo al Congreso: datos ciertos, falsos y engañosos en el debate sobre la cuestión de confianza al gabinete Bellido', includes a photo of a man wearing a face mask and a 'VERIFICACIÓN' label. The second article, titled 'FALSO. Gonzales Posada: (Sentencia del PJ) le niega competencia al Congreso de elegir miembros del TC', includes a photo of a man in a suit and a 'VERIFICACIÓN' label with a red 'FALSO' banner. The text of the second article states: 'Es falsa la versión de Gonzales Posada de que fallo judicial que suspendió elección de magistrados del Tribunal Constitucional le [...]'. A small 'ELECCIONES 2021' label is also visible above the second article.

9. DIARIO EL GOBIERNO



The screenshot shows the website for DIARIO EL GOBIERNO, featuring a navigation bar with categories like PORTADA, POLÍTICA, ACTUALIDAD, ECONOMÍA, DEPORTES, MUNDO, OPINIÓN, and SOCIEDAD. Below the navigation is a search bar and a 'CATEGORÍA: FACT-CHECKING' section. The main content area displays two fact-checking articles. The first article, titled 'Es falsa la versión del intento de huida de López Aliaga en accidente de la Via Expresa', includes a photo of a car accident and a large red 'FALSO' banner. The text of the article states: 'El pasado domingo 24 de octubre, Rafael López Aliaga fue intervenido en la Via Expresa por...'. The second article, titled 'Dato del ministro de Educación sobre que los niños son el grupo que más transmite el COVID-19 es falso', includes a photo of a man and a 'FACTCHECKING' label with a red 'FALSO' banner. The text of the article states: 'Dato del ministro de Educación acerca de que los niños son el grupo que más contagia la Covid-19 es falso'. A 'BUSCADOR' section is also visible on the right side of the page.



10. NOTICIAS TRUJILLO



11. EL FILTRO

Solo El Filtro, no cuenta con una página web donde se puedan consignar los informes detallados. Sin embargo, procuró plasmarlos a través de textos más extensos, audios o videos en sus plataformas de Instagram, Spotify y Tik Tok, "respetando siempre la esencia, el contenido de cada chequeo y dando los créditos a Ama Llulla", según explicó Angelo Torres, periodista de El Filtro.





Para tener una referencia del impacto de las verificaciones publicadas, **Ojo Público** brindó (para fines de esta investigación) un ranking de los diez chequeos explicativos de la red Ama Llulla más visitados en su página web:

RANKING DE LAS 10 PUBLICACIONES MÁS LEÍDAS

(según el número de vistas en la web de Ojo Público)

TEMA	NÚMERO DE VISTAS
1. Versión de Pedro Castillo sobre sentencia de Vladimir Cerrón es falsa.	35,707
2. Dato del candidato López Aliaga sobre gastos en consultorías es falso.	21,310
3. Es falso que acaban de incluir a Cerrón en la plancha de Perú Libre.	19,898
4. Dato de López Aliaga sobre cartillas para homosexualizar es falso.	9,479
5. Versión de Yohny Lescano sobre los preceptos morales incas es falsa.	8,472
6. Dato de candidata Barbarán sobre devolución del presupuesto es falso.	7,681
7. Es falso que Poder Judicial admitió hábeas corpus a favor de Guzmán.	7,473
8. Es falso el presunto tuit de Nicolás Maduro felicitando a Castillo.	6,869
9. Dato de Martín Vizcarra sobre cantidad de camas UCI es falso.	5,830
10. Es falso que Perú Libre haya pagado S/ 500 mil por impugnar.	5,251

b) Posición de la red frente a verificadores peruanos privados y estatales.

Durante el proceso electoral, **Ama Llulla logró establecer una alianza con el Comité Técnico de Fact Checking del Jurado Nacional de Elecciones (JNE)**, órgano jurídico electoral peruano. En la medida que dicho comité fue creado semanas después de la primera vuelta electoral, el acuerdo verbal de colaboración se hizo para confrontar la desinformación durante la segunda fecha de la contienda, 6 de junio.

El acuerdo consistió en que aquel 6 de junio, el JNE se convirtiera en una fuente directa con los verificadores de Ama Llulla a fin de responder de forma inmediata a todas las incidencias del día. La red Ama Llulla, por su parte, difundiría todos los fact checkings que emitiera el JNE. “nos convertimos en fuente de primera mano en adelante”, señaló Janett Talavera, asesora de Comunicaciones de la presidencia del JNE.



Talavera también describió dicha colaboración como “muy provechosa” para ambas partes: “En primer lugar, por la difusión y, segundo, porque significó un reforzamiento exterior a lo que respondíamos desde el JNE ante algún hecho falso”. Además, enfatizó en el nivel de polarización vivido durante la contienda electoral peruana, al punto que hubo “un sector con una verdad ideologizada que no creía en nada al JNE, que lo ve como enemigo de sus fines políticos”. Agregó que el hecho de que sus “chequeos fueran difundidos por equipos investigadores serios y con prestigio como IDL Reporteros u Ojo Público, les daba peso y fuerza a nuestras verificaciones”.

Talavera relató que aquella segunda fecha electoral fue dura respecto a información falsa o desinformación en redes. Ella explica, sin embargo, que no todos los datos podían ser desmentidos por el JNE. Esto debido a que dicho organismo tiene funciones de juez en materia electoral y algunas verificaciones podrían ser luego citadas como adelanto de opinión. En este sentido, la alianza con Ama Llulla les permitió, como entidad, precisar datos factuales como fuente oficial a la red de Ama Llulla, sin comprometerse jurídicamente en eventuales litigios.

Ama Llulla
@AmaLlulla_2021

#EleccionesBicentenario Es #FALSO que las cédulas de votación se anulan si no tienen las firmas de los personeros. Según la Ley Orgánica de Elecciones, es obligatorio que tengan la firma del presidente de mesa, pero los personeros firman de manera opcional. Cc @JNE_Peru

FALSO

1:02 p. m. · 6 jun. 2021 · Twitter Web App

26 Retweets 44 Me gusta

JNE Perú
@JNE_Peru

#JNEFactChecking
El Comité Técnico de Fact Checking del #JNE precisa que, según la ley electoral, las cédulas de sufragio deben estar firmadas, de forma obligatoria, solo por los presidentes de mesa. La firma de los personeros es opcional.
#HechosConfirmados

FALSO

Ama Llulla
@AmaLlulla_2021

#EleccionesBicentenario Es #FALSO que se haya prohibido votar en Miami a votantes vestidos con la camiseta de Perú. A través de Cancillería, el cónsul en Miami, Edwin Gutiérrez, indicó a #AmaLlulla que compatriotas con ese atuendo no han tenido restricciones a este derecho.

FALSO

6:18 p. m. · 6 jun. 2021 · Twitter Web App



El equipo de verificadores en la Oficina Nacional de Procesos Electorales (Onpe), organismo electoral peruano responsable de la logística y puesta en marcha de la contienda, cumplió un rol importante durante la jornada electoral, que fue aplaudido por líderes de opinión y fue materia de publicaciones periodísticas.

Susana Vital, directora de comunicaciones de la Onpe, afirmó que “sí existe la posibilidad de hacer alianzas [con la red Ama Lulla] en otros comicios. No existen desventajas. Las ventajas son muchas, pero la más importante es aquella por la cual nos permite desmentir más bulos de los que podríamos hacer solos con nuestro esfuerzo”.

Vital relató que su equipo de contenidos digitales estuvo “compuesto por un total de 12 personas” y que “dentro de ese grupo humano, cuatro personas se dedicaban exclusivamente a la verificación”. Situación que denota la necesidad de un equipo periodístico dedicado a contenidos.

Explicó que su metodología de trabajo se basó mucho en fuentes de carácter oficial “la mayoría de los ataques fueron directos, por lo que acudimos a fuentes internas para responder de forma rápida y evitar demoras en las respuestas. Con los fact-checkers o medios periodísticos tuvimos una política de puertas abiertas para responder sus preguntas y dudas. También coordinamos con el JNE y el Reniec para difundir algunos de nuestros contenidos en redes sociales”.

c) Reconocimientos y menciones a la labor desarrollada por Ama Lulla.

La labor de la red Ama Lulla como verificador en Perú, además de haber sido citada por medios periodísticos locales que no son parte de la red, **ha sido felicitada por veedores electorales de la Unión Europea**. La Misión de Expertos Electorales de la Unión Europea menciona en su Informe Final de las Elecciones Generales 11 de abril de 2021, Segunda vuelta presidencial 6 de junio 2021 que la red Ama Lulla fue una de “las iniciativas más destacadas [...] de verificación de la información (fact-checking) sobre elecciones”.



Diferentes medios de comunicación aunaron esfuerzos para desarrollar iniciativas de verificación de la información (*fact-checking*) sobre elecciones publicada tanto en los medios tradicionales como en las redes sociales. Perú Check (que incluye a todos los medios nacionales adheridos al CPP más algunos locales) y *Ama Llulla*, financiada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Agencia Española para la Cooperación Internacional al Desarrollo (AECID), e integrada por nueve medios digitales y algunas radios en regiones andina y amazónica, fueron las iniciativas más destacadas.

Además de los 25 medios de comunicación miembros de la red, esta iniciativa ha sido resaltada por otros medios periodísticos radiales, televisivos y digitales, como Servindi, Exitosa, RPP, La Razón, La Encerrona, El Diario de Curwen, entre otros donde citaron las verificaciones de la red Ama Llulla en temas sobre la pandemia por la Covid-19 y las elecciones generales.

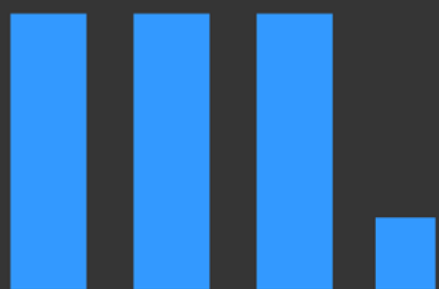


Sinopharm en el mundo

Algunos candidatos presidenciales, entre ellos Rafael López Aliaga, han incurrido en graves yerros al afirmar que la vacuna Sinopharm no tiene certificación en ninguna parte del mundo, lo cual es falso según la red Ama Llulla, la propia OMS ha reconocido que la vacuna ha sido autorizada hasta la fecha en 16 países del mundo, además del Perú.



Existe una sola publicación adversa a la red Ama Llulla, escrita en una columna del diario Perú21, difundida antes de que la red iniciara la publicación de sus verificaciones.



**ANÁLISIS
DE AOS FATOS
DE BRASIL
Y CHEQUEADO
DE ARGENTINA
A TRAVÉS DEL
MÉTODO DE
BENCHMARKING**



III. ANÁLISIS DE AOS FATOS DE BRASIL Y CHEQUEADO DE ARGENTINA A TRAVÉS DEL MÉTODO DE BENCHMARKING

Este capítulo está dedicado a la recopilación de datos y análisis de modelos de éxito referenciales. Para esta investigación se ha escogido a dos de los verificadores más importantes de la región cuyas metodologías y procesos son un estándar a seguir para todo proyecto de verificación que aspire a lograr el éxito: **Chequeado de Argentina y Aos Fatos de Brasil.**

Chequeado es una organización sin fines de lucro que el 2010 se convirtió en el primer chequeador de datos de América Latina, y el décimo del mundo. Es propulsor y miembro de la Fundación La Voz Pública. Su cuenta en Twitter tiene más de 300,000 seguidores.



Aos Fatos es una agencia de noticias brasileña que fue fundada el 2015. Con más de 265,000 seguidores en Twitter, Aos Fatos es uno de los verificadores de mayor alcance en su país y latinoamérica. Se ha especializado en el monitoreo e investigación de campañas de desinformación en internet que incluye, además de declaraciones, imágenes e incluso memes.





a) Alianzas, producción y difusión.

Chequeado y Aos Fatos difunden su información desde sus propias plataformas web y redes sociales. Por sus estrictos métodos de trabajo, ambos son responsables de la producción de su contenido.



Aos Fatos tiene un acuerdo pagado de difusión con el programa 'Damas Independientes' y un acuerdo de emisión gratuita con TV Cultura Brasil, canal de propiedad del gobierno federal de Sao Paulo.

Chequeado es coordinador y miembro de **Reverso**, una alianza con medios de comunicación masivos para la generación de contenidos y difusión durante campañas electorales. Reverso cuenta con el financiamiento de Facebook Journalism Project, Google News Initiative, TikTok y Twitter. Con Reverso, los medios argentinos mantienen contacto diario, durante la campaña electoral, para el monitoreo y producción de información bajo un mismo método y estándar de calidad inquebrantable. Reverso cuenta, para ello, con un equipo central de prensa que se sostiene con los recursos antes mencionados.

b) Financiamiento

El modelo de negocio o financiamiento de **ambos verificadores excluye siempre aportes de entidades públicas o autoridades**. Tanto **Chequeado** como **Aos Fatos** coinciden en ingresos por suscripción, aportes individuales, ayuda internacional, consultorías, talleres y eventos sobre verificación del discurso público.

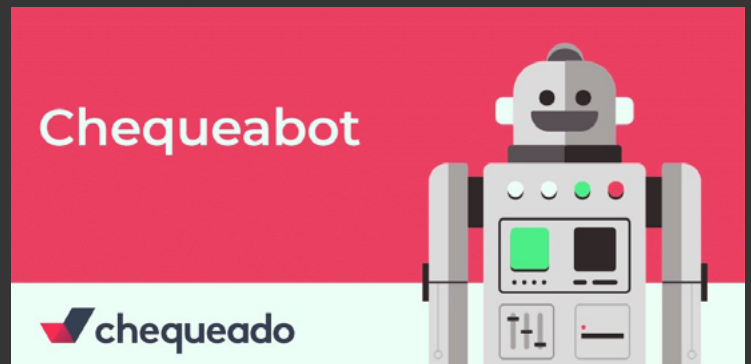
c) Nuevas herramientas e innovación

Ambas plataformas de chequeo coinciden en haber establecido herramientas tecnológicas que le permiten el monitoreo y hallazgo rápido de información falsa, tanto en redes como en medios periodísticos. Esto les asegura una reacción más rápida sobre la mentira, así como prevenir su viralización.

Chequeado cuenta con **Chequeabot**, un algoritmo que permite detectar fake news a diario, los cuales son reportados al equipo de periodistas de la plataforma. Pablo Fernández, director de Innovación y Comunicación de Chequeado, estima que alrededor de 50% de verificaciones que producen parten de los reportes de Chequeabot.

Ganadora del Premio Fundación Gabo 2020 a la Innovación, Aos Fatos ha implementado **Radar Aos Fatos**, una herramienta de inteligencia artificial que permite alertar sobre la propagación de contenidos potencialmente engañosos que circulan en sitios web y redes sociales. Tai Nalon, directora ejecutiva y cofundadora de Aos Fatos, precisó a la Fundación Gabo que Radar Aos Fatos llega a analizar alrededor de 90 mil publicaciones por semana.

“Teníamos la sensación de que únicamente verificando declaraciones estábamos





perdiendo el enfoque”, dijo Nalon y recordó que “el principal problema es la cantidad masiva de desinformación que se mueve en formatos digitales”.

d) Metodología

Fundadora del formato en latinoamérica, Chequeado establece como metodología de trabajo ocho pasos básicos que son: 1) Seleccionar una frase del ámbito público, 2) ponderar su relevancia o impacto, 3) consultar a la fuente original, 4) consultar a la fuente oficial, 5) consultar a fuentes alternativas, 6) ubicar en contexto, 7) confirmar, relativizar o desmentir la afirmación, y 8) calificar. Aos Fatos, creada cinco años después, sigue exactamente el mismo formato.

Tras sus procesos de verificación, Aos Fatos ha establecido seis y Chequeado nueve calificaciones o etiquetas. Ambos cuentan con: **Verdadero, Falso, Insostenible** (bases imposibles de verificar) y **Exagerado** (afirmación que alude a una base cierta, pero magnificada).

Hay dos calificaciones con distinto término, pero de semejante concepto. Aos Fatos tiene **Contradictorio e Impreciso** para lo que Chequeado etiqueta como **Discutible y Verdadero, pero...**, respectivamente. Las primeras (Contradictorio o Discutible) están referidas a afirmaciones cuya claridad es relativa. Las segundas (Impreciso y Verdadero, pero...) apuntan a data cierta, pero que oculta u omite información relevante o de contexto.

En adicional, Chequeado tiene: **Inchequeable** para afirmaciones que no están en su margen de acción o se sostienen sobre data que no puede ser contrastada; **Apresurado** para dichos que pueden tener una base real, pero son resultado de proyecciones que podrían hacer variar su certeza, y **Engañoso** referido a aquello que, de forma o no intencional, manipula datos reales o comprobables.

Tanto Chequeado como Aos Fatos **tienen en sus plataformas secciones para reportajes sobre hechos relevantes que no pudieron ser catalogados** a través de alguna de sus etiquetas. Aos Fatos cuenta con “Investigamos” y “Especiais”, para periodismo de profundidad, mientras que Chequeado tiene: “El Explicador”, “Hilando Fino”, “Mitos”, “FalsoEnLasRedes” y “Chequeado Investigación”.

IV.

CONCLUSIONES

Y RECOMENDACIONES



IV. Conclusiones y recomendaciones

El proyecto de la red Ama Llulla se inició en enero de 2021 en un tiempo muy acotado al inicio de los comicios en abril. La premura, sumada a la aún incipiente práctica de verificación en los medios, generó dificultades durante su primer semestre en funciones.

Sin embargo, el resultado de la experiencia es positivo y abre una perspectiva interesante para fomentar la democracia a partir del fortalecimiento del pensamiento crítico de distintos sectores de la población y el entendimiento sobre el impacto de la contaminación informativa en los procesos democráticos.

Las siguientes son algunas recomendaciones que pueden ayudar a mejorar, afianzar y expandir la experiencia:

- 1** Es importante asegurar el financiamiento de un equipo básico para sostener la generación de contenidos. Chequeado con Reverso demuestra que, incluso siendo todos sus aliados generadores de contenido, el grupo Reverso cuenta con un equipo base propio de verificación.
- 2** Es necesario reforzar las vías de financiamiento. De los modelos Chequeado y Aos Fatos, se puede replicar: i) búsqueda a través de la empresa privada y organizaciones de la sociedad civil sin vínculos políticos, ii) talleres y eventos para recaudación de fondos, iii) consultorías a empresas y ONG, iv) suscripciones, v) donantes individuales y/o vi) cooperación internacional.
Ricardo Salazar, del Consejo de la Prensa Peruana, explicó que PerúCheck paralizó acciones en octubre 2021 ante la falta de financiamiento
- 3** El fact-checking no es una práctica extendida en los medios peruanos en general. Por esta razón, las personas asignadas por los medios aliados para los chequeos pasaron más tiempo ganando práctica en la metodología. Por ello, es importante continuar con su capacitación, previo a los próximos procesos electorales.

- 4 Los medios regionales por lo general no cuentan con personal con entrenamiento periodístico. Por ello, se recomienda ofrecer capacitaciones a los verificadores de regiones, con enfoque de género y énfasis en grupos vulnerables. Los medios radiales regionales están abiertos a que sus periodistas reciban capacitaciones, a fin de lograr futuras colaboraciones.
- 5 Tal como Chequeado y Aos Fatos, Ama Llulla debe implementar en su web un espacio donde se registren sus chequeos con las publicaciones de sus textos ampliados o explicativos de chequeo. La falta de ello impide el monitoreo del impacto de sus artículos .
- 6 Los medios radiales regionales consultados coinciden en que los podcasts son bien recibidos por sus escuchas; sin embargo, necesitan que los audios sean cortos (pastillas de 1'30" como máximo) a fin de repetirlos durante sus pautas sin que afecten sus espacios publicitarios.
- 7 Se debe implementar herramientas tecnológicas para un fácil y rápido monitoreo de fake-news en redes. Las experiencias internacionales (Chequeabot o Radar Aos Fatos) pueden servir como referencia.
- 8 Reforzar la participación entusiasta de jóvenes del programa Cazadores de Mentiras, a través de entregas de certificados de prácticas preprofesionales. También debe evaluarse una compensación económica básica.
- 9 Mantener la actual alianza con el Comité Técnico de Fact Checking del Jurado Nacional de Elecciones (JNE) y establecer contactos para iniciarla con la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) y el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC), los tres organismos electorales oficiales del Perú.
- 10 Procurar que al menos un medio televisivo de señal abierto, uno de señal cerrada (cable) y otro radial (de alcance nacional) se incorporen como miembros de la red. Esto garantizará una mayor repercusión o impacto de las publicaciones.

- 11** Establecimiento de alianzas con los representantes de WhatsApp, Facebook, Instagram y Twitter a fin de combatir las fake news desde las herramientas con las que ya cuentan sus plataformas y que incluye el bloqueo de cuentas falsas.
- 12** Fomentar la participación de la academia para proveer fuentes de verificación en el análisis del impacto de la verificación y el fact-checking, en un contexto altamente polarizado.
- 13** Propiciar la participación de analistas políticos y observadores de prestigio en la discusión sobre los temas sometidos a verificación.
- 14** Convocar actividades públicas (“chequeatones”) para promover la verificación como una actividad ciudadana participativa.



The background is a solid black field filled with various blue geometric shapes. These include circles of different sizes, squares, rectangles, and thick horizontal and vertical bars. Some shapes are partially cut off by the edges of the frame, creating a sense of a larger, repeating pattern. The overall aesthetic is modern and graphic.

AMA

WLLA

ELECCIONES 2021