

CAJA DE HERRAMIENTAS DE VERIFICACIÓN PARA PERIODISTAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

I. Un año “súper electoral” y un país en tensión

En 2024, el mundo vivió uno de los ciclos electorales más intensos de su historia reciente. Más de 70 países celebraron elecciones y más de la mitad de la población mundial fue convocada a las urnas.

En casi todos estos procesos —desde las elecciones en Venezuela y México hasta la contienda en Estados Unidos— la desinformación electoral jugó un papel central: campañas de miedo, manipulación de encuestas, videos y audios alterados, así como operaciones coordinadas en redes sociales.

Honduras llega a las elecciones generales del 30 de noviembre inmersa en la misma corriente. El país carga con la experiencia de procesos previos —incluidas las primarias del 9 de marzo de 2025— en las que circularon rumores de fraude, cadenas virales sin fundamento y material visual descontextualizado.

El panorama actual combina varios factores de riesgo:

Un padrón superior a 6.4 millones de hondureños, con casi 700,000 nuevos votantes que pueden definir el resultado, según analistas. Una diáspora numerosa, con cerca de 400,000 hondureños en Estados Unidos aptos para votar.

Un simulacro electoral en 584 centros de votación, que uno de los consejeros del Consejo Nacional Electoral calificó como fallido, poniendo en duda la preparación técnica del sistema.

Alianzas entre candidatos presidenciales, renunciaciones para apoyar a otros aspirantes, llamados públicos a no votar en plancha por ciertos diputados, confrontaciones mediáticas y una auténtica “guerra de estructuras, postureos y publicidad” entre partidos.

Una ciudadanía agobiada por desempleo, inseguridad, falta de acceso a educación y deficiencias en salud, cansada de discursos y ávida de acciones concretas.

En este contexto, la desinformación no es un ruido colateral: es un instrumento capaz de dañar procesos democráticos, deslegitimar instituciones y fomentar el abstencionismo.

Y hoy, además, ya no basta revisar únicamente lo que “se ve”: la inteligencia artificial (IA) permite crear escenas que nunca sucedieron, clonar voces para poner palabras en boca de líderes que nunca las pronunciaron y generar imágenes de hechos inexistentes.

CAJA DE HERRAMIENTAS DE VERIFICACIÓN PARA PERIODISTAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

II. Fact-checking como disciplina central de la profesión

En el lenguaje mediático se ha popularizado el término “fake news”, pero en la práctica el problema es la desinformación sistémica y la solución pasa por asumir el fact-checking como una disciplina profesional diaria.

El fact-checking, entendido como el proceso sistemático y transparente de verificación de datos, imágenes y narrativas, se ha convertido en la principal herramienta para enfrentar la desinformación, siempre que esté acompañado de una cultura de educación mediática en las audiencias.

III. Integrar la caja de herramientas en el flujo de trabajo

En el lenguaje mediático se ha popularizado el término “fake news”, pero en la práctica el problema es la desinformación sistémica y la solución pasa por asumir el fact-checking como una disciplina profesional diaria.

El fact-checking, entendido como el proceso sistemático y transparente de verificación de datos, imágenes y narrativas, se ha convertido en la principal herramienta para enfrentar la desinformación, siempre que esté acompañado de una cultura de educación mediática en las audiencias.

Buscadores como primera línea de defensa

Usar Google con operadores avanzados y filtros por fecha como primer paso para revisar declaraciones, cifras y cronologías.

Consultar de forma sistemática la Zona de Verificación de EL HERALDO y la Zona de Verificación de LA PRENSA para evitar repetir narrativas ya refutadas.

Emplear Fact Check Tools para identificar verificaciones sobre temas similares en otros países.

Complementar con Yandex, Bing, Baidu, I Search From, Intelligence X y búsqueda booleana en LinkedIn para perfilar fuentes y localizar documentos.

CAJA DE HERRAMIENTAS DE VERIFICACIÓN PARA PERIODISTAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Imágenes, video e IA

Establecer como norma la búsqueda inversa de imágenes ([Google](#), [Bing](#), [Yandex](#)) ante cualquier material visual que muestre cierres de campaña, violencia, supuestas pruebas de fraude u otros hechos sensibles.

Analizar videos con [InVID](#), extrayendo fotogramas para su búsqueda posterior; usar [FotoForensics](#), [Forensically](#), [Diff Checker](#), [Metadata2Go](#), [EXIF Data](#) para detectar ediciones o inconsistencias.

Revisar videos alojados en plataformas con [YouTube DataViewer](#) o [TubePilot](#) para conocer su historial de publicación.

Cuando haya sospecha de deepfakes, pasar el material por herramientas como [Hive](#), [Hiya](#) y [Deepware](#), dejando claro a la audiencia que son indicios técnicos, nunca pruebas absolutas, y complementar siempre con fuentes y documentos.

También es fundamental que los periodistas incluyan una rotulación o advertencia clara cuando utilicen imágenes ilustrativas generadas con inteligencia artificial, como parte del compromiso ético con la transparencia en el uso de estas herramientas.

Redes sociales: mapa de operaciones, no solo termómetro de tendencias

Utilizar [Botometer](#), [Botosentinel](#), [Hoaxy](#) para detectar posibles redes coordinadas de cuentas que amplifican ciertos mensajes.

Analizar enlaces con [URL Scan](#) para conocer redirecciones, capturas y detalles técnicos.

Monitorear contenidos geolocalizados con [Facebook Live Map](#), [YouTube Geofind](#), y observar grupos públicos de [Telegram](#) (vía Intelligence X) o servidores de [Discord](#) con relevancia pública.

CAJA DE HERRAMIENTAS DE VERIFICACIÓN PARA PERIODISTAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

IV. Verificación como cultura de sala de redacción

El desafío no es solo producir piezas de fact-checking, sino que toda la redacción piense en clave de verificación:

- Ser profesionalmente escépticos ante filtraciones, audios y capturas.
- Evitar titulares que reproduzcan literalmente una falsedad;
- Ofrecer siempre contexto y evidencia.
- Documentar los pasos de verificación para fortalecer la confianza del público.

En un entorno donde verdad y mentira compiten en las mismas plataformas, los medios que integran el fact-checking como disciplina cotidiana se vuelven fundamentales para que millones de votantes —incluidos los casi 700,000 que lo harán por primera vez— tomen decisiones informadas y libres.

Esta guía forma parte del programa de educación mediática de EH Verifica y LA PRENSA Verifica. Fue elaborada por Carlos Girón, editor de ambos equipos y referente del fact-checking en Honduras; José Quezada, coeditor de las secciones de verificación; Paola Ávila, responsable de los programas de educación mediática de EL HERALDO y LA PRENSA; Daniel Girón, periodista de investigación especializado en el rastro de patologías de la desinformación; y Perla Ordóñez, periodista multimedia.