



## Reuters y Facebook se unen para verificar publicaciones durante las elecciones presidenciales en EEUU

Reuters, en asociación con Facebook, estableció una nueva unidad encargada de identificar información errónea en las redes sociales.

El medio de comunicación [informó](#) el 12 de febrero que para el programa de verificación de hechos de terceros de Facebook y Reuters, lanzaron en conjunto una iniciativa de verificación de hechos en un intento por identificar información errónea en las redes sociales.

Específicamente, Reuters verificará la información publicada en Facebook e Instagram en el período previo a las elecciones de Estados Unidos y posterior.

La unidad dedicada de Reuters evaluará la autenticidad de los archivos multimedia, titulares y otros contenidos generados por el usuario, tanto en inglés como en español. Al comentar sobre la iniciativa, Jess April, directora de asociaciones globales de Reuters, dijo:

*«Estamos reconociendo firmemente la magnitud de la desinformación que tiene lugar en todo el mundo. Es un problema creciente que afecta a la sociedad a diario y es responsabilidad de las organizaciones y plataformas de noticias detener la difusión de noticias falsas».*

La iniciativa fue anunciada justo después de que Reuters aprobara la certificación necesaria por parte de la Red Internacional de Verificación de Hechos (IFCN) el 7 de febrero. Aunque Reuters es una organización de noticias bien establecida que previamente produjo verificaciones de hechos, aún no lo ha producido de forma regular durante un período prolongado de tiempo, según Michael Wagner, un evaluador de IFCN.

*«Es el caso de que la política de actividad política y comunitaria de Reuters no cumplirá con los estándares de IFCN, pero debe tenerse en cuenta que su política es realista y razonable»*, dijo Wagner.



## Reuters y Facebook se unen para verificar publicaciones durante las elecciones presidenciales en EEUU

No es extraño que Facebook quiera verificar la información publicada por los usuarios, ya que el año pasado, la compañía se encontró en medio de problemas regulatorios cuando [Cambridge Analytica recopiló datos de usuarios de Facebook](#) de aproximadamente 50 millones de personas sin su consentimiento, para dirigirse a ellos con anuncios personalizados durante las elecciones presidenciales estadounidenses de 2014.

Mientras tanto, la comunidad de tecnología de criptomonedas y blockchain perdió a un defensor y aliado en el panorama político estadounidense, Andrew Yang. El empresario y candidato demócrata en las elecciones presidenciales de Estados Unidos de 2020, suspendió su campaña presidencial anoche y dijo:

*«Si bien queda mucho trabajo por hacer, sabes, yo soy el chico de las matemáticas, y esta noche está claro por los números que no vamos a ganar esta carrera... No soy alguien que quiera aceptar donaciones y apoyo en una carrera que no ganaremos. Y esta noche estoy anunciando que suspenderé mi campaña para presidente».*