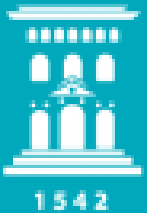


LA NECESIDAD DE LA VERIFICACIÓN EN EL PERIODISMO ACTUAL

Dr. Tamara Morte Nadal
10 de julio de 2024



Cursos Extraordinarios
Universidad Zaragoza

Entendiendo la desinformación

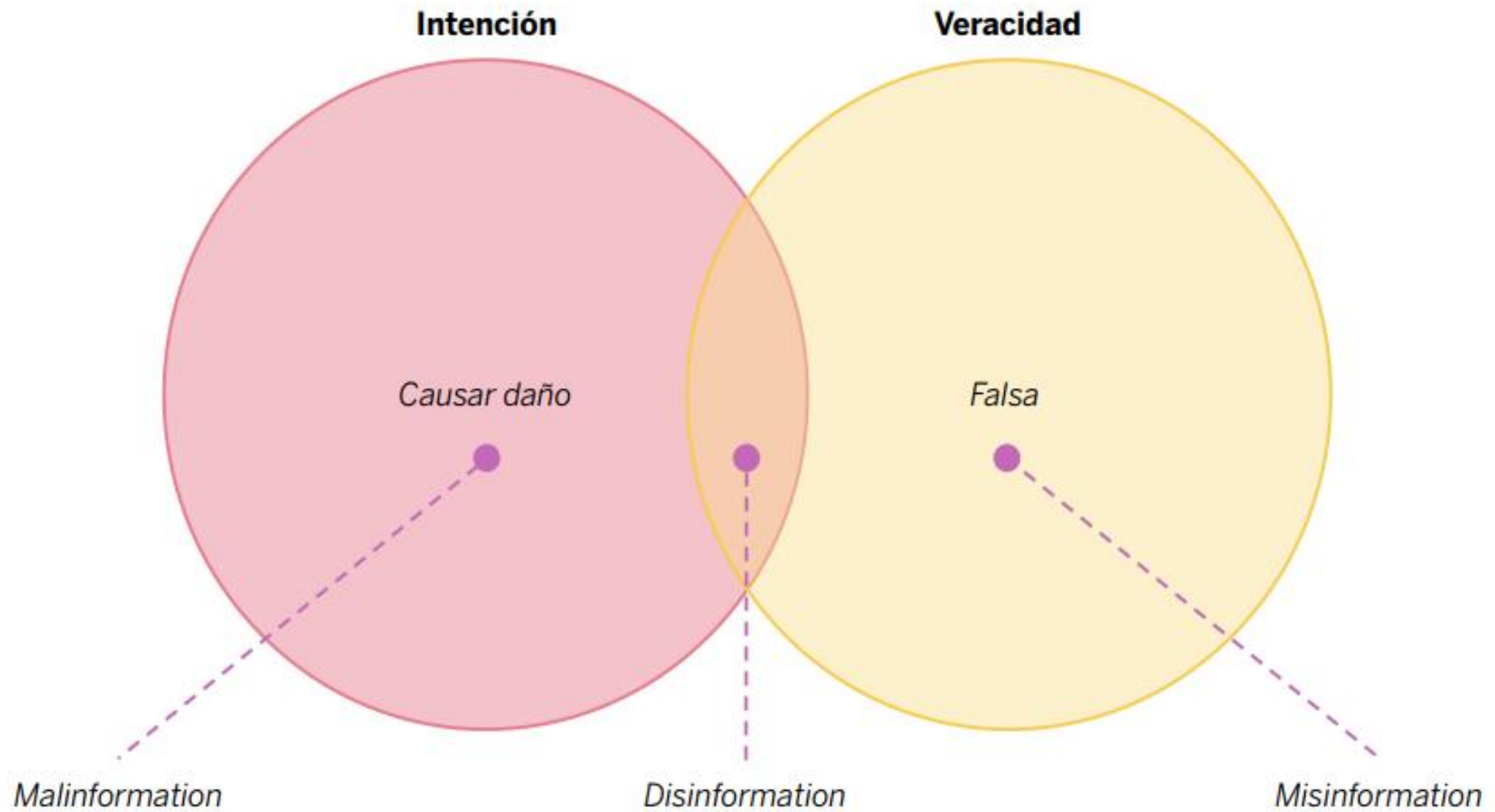
Para entender este ecosistema informativo, tenemos que tener en cuenta tres elementos:

- Los diferentes **tipos** de contenido que son creados y compartidos.
- Las **motivaciones** de aquellos que crean y difunden este contenido.
- Las **formas** en las que este contenido se difunde.

Desinformación y definiciones

La Comisión Europea (CE) acuñó el concepto “desorden informativo”, vocablo que comprende:

- **Información errónea (misinformation).** Es falsa, se comparte inadvertidamente y sin intención dañina porque alguien ha sido engañado, por creencias genuinas o simple descuido.
- **Información dañina (malinformation):** puede ser real o falsa, no siempre es verificable y se comparte con el fin de causar daño explícito. Puede incluir opinión, información personal o de otro tipo robada o expuesta sin permiso.
- **Desinformación (disinformation):** información verificablemente falsa o engañosa que se crea, presenta y divulga con fines lucrativos o para engañar deliberadamente a la población y que puede causar un perjuicio público.



7 tipos de desinformación

- SÁTIRA O PARODIA: el contenido es irónico, no busca engañar.
- CONEXIÓN FALSA: clickbait.
- CONTENIDO ENGAÑOSO: uso engañoso del contenido.
- CONTEXTO FALSO: contenido real con información de contexto falsa.
- CONTENIDO IMPOSTOR: suplanta fuentes genuinas.
- CONTENIDO MANIPULADO: textos o imágenes reales manipuladas.
- CONTENIDO INVENTADO: contenido completamente falso, creado para engañar. Deepfakes.

**SATIRE OR PARODY**

No intention to cause harm but has potential to fool

**MISLEADING CONTENT**

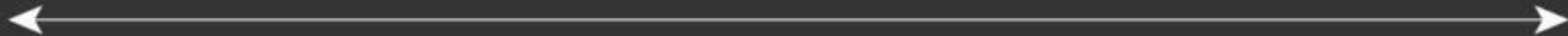
Misleading use of information to frame an issue or individual

**IMPOSTER CONTENT**

When genuine sources are impersonated

**FABRICATED CONTENT**

New content is 100% false, designed to deceive and do harm

**FALSE CONNECTION**

When headlines, visuals or captions don't support the content

**FALSE CONTEXT**

When genuine content is shared with false contextual information

**MANIPULATED CONTENT**

When genuine information or imagery is manipulated to deceive

7 tipos de desinformación

- **SÁTIRA O PARODIA:**
el contenido es irónico, no busca engañar pero puede tener ese efecto y hacer daño.

Casi un 80% de las familias confiesa no recordar a qué campamentos de verano apuntaron finalmente a sus hijos

"CONOCIÉNDOME, TIENE QUE SER UNO QUE ESTÉ LEJOS", ADMITE UN PADRE



Apúntate a nuestro boletín de titulares



El boletín de EMT

Boletín gratuito con las noticias más relevantes de la semana.

By El Mundo Today - Over 25,000 subscribers

Escribe tu correo electrónico

Suscribirse

By subscribing you agree to [Substack's Terms of Use](#), our [Privacy Policy](#) and our [Information collection notice](#)

#substack

Últimas publicaciones

7 tipos de desinformación

- **CONEXIÓN FALSA:**
cuando los titulares,
imágenes o pies de
fotos no se
corresponden con el
contenido. Clickbait.

Man Tries to Hug a Wild Lion, You Won't Believe What Happens Next!

EARTH FORM — 1620 COMMENTS



<https://ethicalmediatraining.eu/training/activities/media-disinformation/>

7 tipos de desinformación

- **CONTENIDO ENGAÑOSO:**
uso engañoso del contenido, estadísticas mal usadas, citas parciales, etc.
- Uso engañoso de información para incriminar a alguien o algo.

<https://www.rtve.es/noticias/20240618/falso-meloni-no-rechaza-abrazo-lula-cumbre-del-g7-video-recortado/16152570.shtml>

Giorgia Meloni no rechaza un abrazo de Lula da Silva en la cumbre del G7, el video está recortado

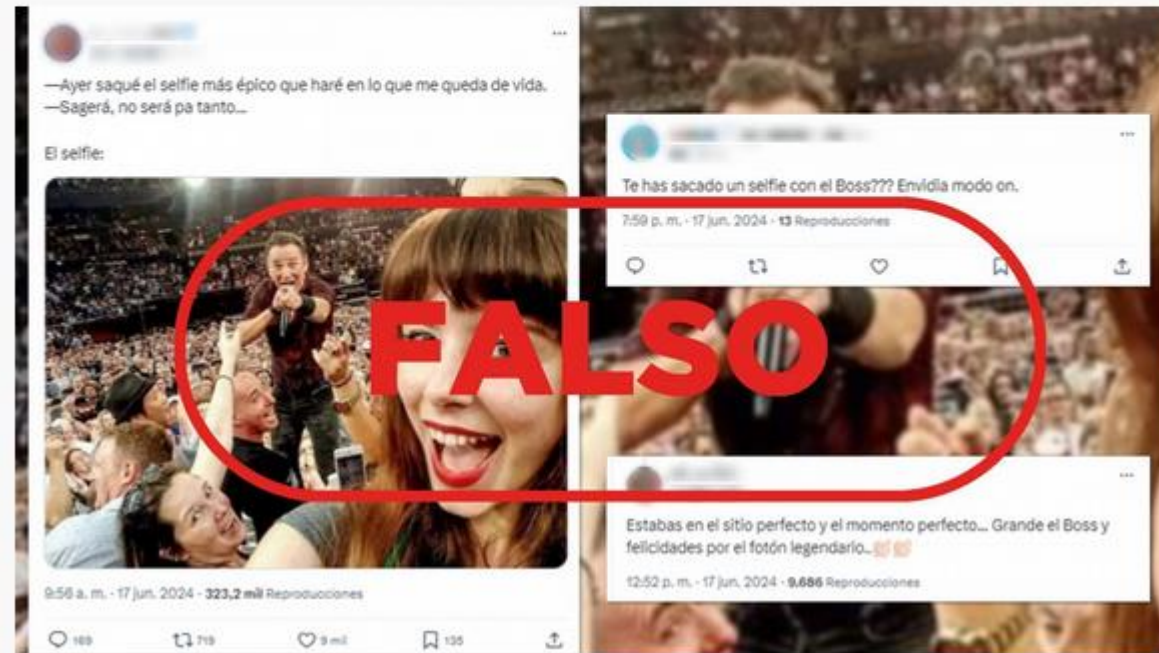


7 tipos de desinformación

- **CONTEXTO FALSO:**
contenido real con
información de contexto
falsa.

Difunden en redes sociales una fotografía *selfie* de una joven en un concierto de Bruce Springsteen como si se hubiera realizado en los conciertos que el artista dio en junio en Madrid. La imagen corresponde a un concierto que Springsteen dio Australia, en 2017.

Este 'selfie' no corresponde a los conciertos de Bruce Springsteen en Madrid, es Sídney en 2017



<https://www.rtve.es/noticias/20240618/este-selfie-no-corresponde-a-conciertos-bruce-springsteen-madrid-sidney-2017/16152609.shtml>

7 tipos de desinformación

CONTENIDO IMPOSTOR:
suplanta fuentes genuinas.
Webs falsas con logos
similares o idénticos al real.



7 tipos de desinformación

CONTENIDO MANIPULADO:

Montaje que manipula un vídeo publicado por la propia Sheinbaum en sus redes para incorporarle una voz que imita a la suya expresándose en ruso y que además añade unos símbolos soviéticos de fondo que no constan en la grabación original.

Video original:

<https://twitter.com/Claudiasheinbaum/status/1798788320073556049>

México: Este vídeo de Claudia Sheinbaum hablando ruso con símbolos comunistas es un bulo



7 tipos de desinformación

- **CONTENIDO INVENTADO:**
contenido completamente falso, creado para engañar. CGI (Imágenes Generadas por Ordenador, tecnología que permite que la ficción parezca lo más real posible mediante trucos informáticos). Deepfakes. Teorías de la conspiración



Javier 🇦🇷 @javierellob0 · 1d

Cuál es el propósito d ocultar la verdad sobre los gigantes ???

La Biblia habla d gigantes.

Las civilizaciones antiguas dejaron historias sobre gigantes.

Los huesos d hombres gigantes se encuentran en todo el mundo, incluso están representados en los jeroglíficos d Egipto. 🤔



Trompeta de la desinformación

¿Cómo se amplifica la desinformación?

Existen personas que crean desinformación, muchas de ellas utilizan espacios anónimos en internet para publicar sus mentiras y contenido fabricado y esperan que llegue a espacios públicos y medios de comunicación. Así se distribuye la desinformación que consumimos:



**MALDITA
EDUCA**

FUENTE: Elaboración propia a partir de First Draft News

¿Por qué se creen las noticias falsas?

- Los motivos del auge de las falsas informaciones los recoge la organización

First Draft en las llamadas **8P** (Meléndez y Pérez, 2023) :

- Periodismo Deficiente
- Parodia
- Provocación
- Pasión
- Partidismo
- Provecho
- Poder o Influencia Política
- Propaganda

¿Por qué se creen las noticias falsas?

- **Emociones.** Las noticias falsas apelan a las emociones, más convincentes para el ser humano que los datos o estadísticas. El contenido que despierta fuertes emociones se propaga más rápido y más ampliamente por las redes sociales.
- Las mentiras tienen un 70% más de posibilidades de difusión ([Estudio de la MIT, 2018](#)).
- **Atajos cognitivos.** Procesamos un mensaje utilizando “atajos cognitivos” si carecemos de tiempo, conocimientos o motivación.

- **Filtro burbuja** se entiende como la capacidad de un algoritmo para predecir y seleccionar la información para el usuario en base a los datos que se conocen de él o de ella.
- Como resultado, el usuario es expuesto a información y puntos de vista que se alineen con sus gustos, lo cual crea a su alrededor una *cámara de eco*
- **Cámara de eco.** Situación en la que la información ideas o creencias son amplificadas en un sistema donde las visiones diferentes son censuradas o están minoritariamente representadas.



¿Por qué se creen las noticias falsas?

- **Sesgos.** Cierta tipo de información se acepta sin críticas por encajar con nuestras ideas, creencias o principios.
- Las **redes sociales** contribuyen a perpetuar estos sesgos: amplifican la polarización de actitudes, repetición de información falsa, reducen la tolerancia a visiones alternativas... Lo primero que vemos o escuchamos sobre un tema es lo que recordamos como verdadero.

La industria periodística

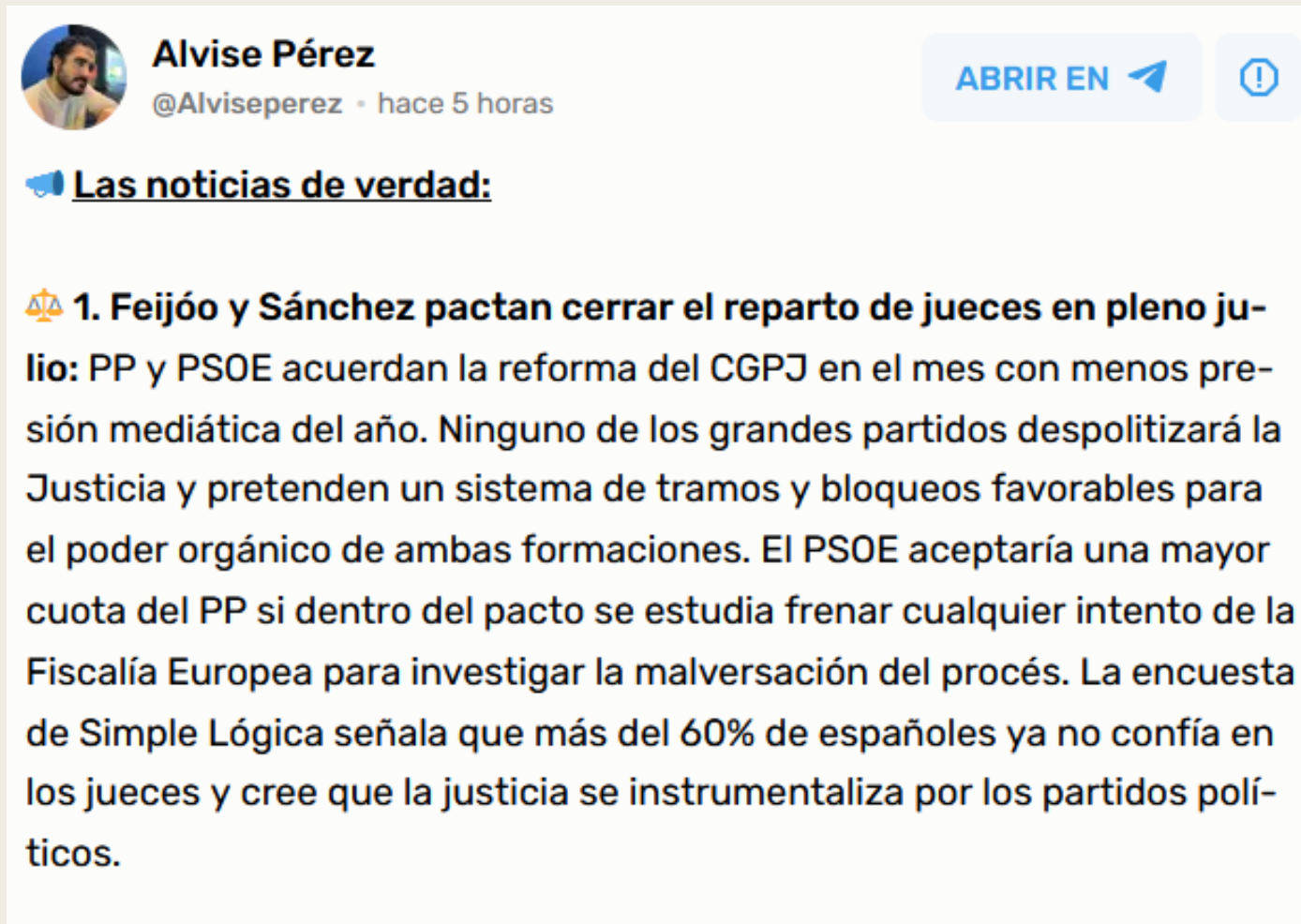
- La crisis de la industria periodística y la precariedad provocó que entre 2008 y 2015 los medios de comunicación destruyeran **más de 12.200 empleos** ([Asociación de la Prensa de Madrid, 2015](#)).
- Los periodistas han tenido que asumir la **rapidez** de las informaciones en los sitios web y redes sociales y, por lo tanto, con **menos recursos** y **menos plantilla** para hacer más información, esta se publica en ocasiones sin contrastar, lo que puede llevar a incurrir en fallos y, como consecuencia, a la pérdida de la confianza por parte de los receptores (Meléndez y Pérez, 2023)

Desinformación y nuevas tecnologías

- **Cambio de paradigma** en la forma de consumir noticias: pérdida de hegemonía de los medios de comunicación tradicionales.
- **Ecosistema mediático híbrido**: los medios de comunicación se hacen eco de lo que se difunde en las redes sociales.
- Desinformación a **gran escala**: problema global.
- Nos enfrentamos a las **particularidades** y funcionamiento de plataformas diferentes.
- Impacto de la **IA en el periodismo**: preocupaciones e incertidumbres sobre el impacto que esta nueva herramienta pueda tener en la calidad del periodismo.

Desinformación y nuevas tecnologías

- Redes de mensajería instantánea:
 - *La desinformación se propaga más despacio y por lo general a menos gente.*
 - *Difícil detección de la desinformación: se difunde por grupos o conversaciones privadas.*



<https://www.abc.es/tecnologia/hormigonera-alvise-utilizo-telegram-antisistema-elecciones-20240611170610-nt.html>

<https://www.rtve.es/noticias/20240610/quien-es-alvise-perez-vota-se-acabo-fiesta/16141009.shtml>

Desinformación y nuevas tecnologías

■ **Infoxicación:** sobreabundancia de información

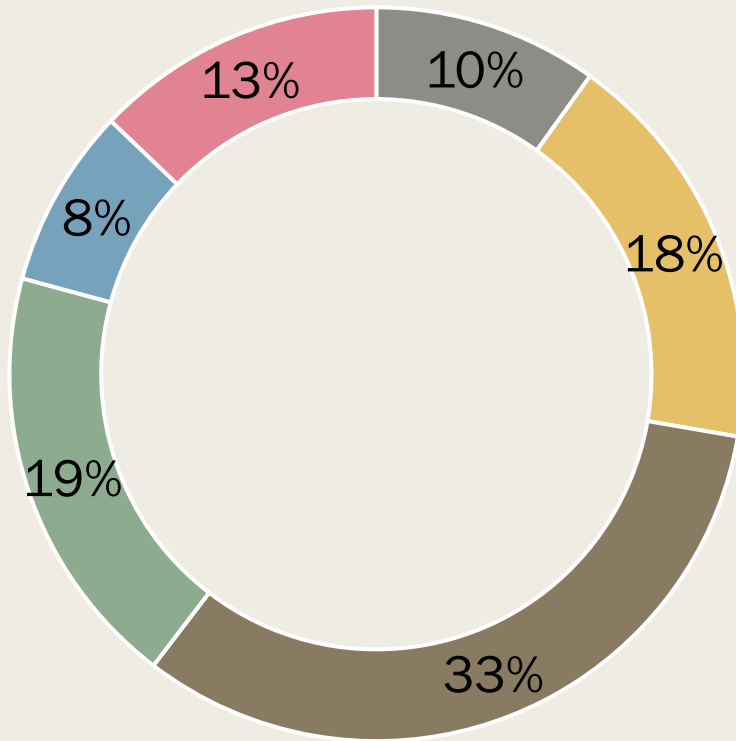
- Abruma a las personas: debilita su capacidad de filtrar, procesar y comprender los datos.
- Sospecha sistemática sobre la veracidad de la información que recibimos: tenemos acceso a tanta información que no sabemos distinguir verdadera de falsa.
- Efectos negativos sobre nuestra confianza en las instituciones.

Impacto de la desinformación

«La desinformación repercute negativamente sobre la salud o la seguridad ciudadana. Erosiona la democracia y algunos derechos fundamentales, que no pueden darse por sentados y han de ser protegidos (Oficina de Ciencia y Tecnología del Congreso de los Diputados , 2023)»

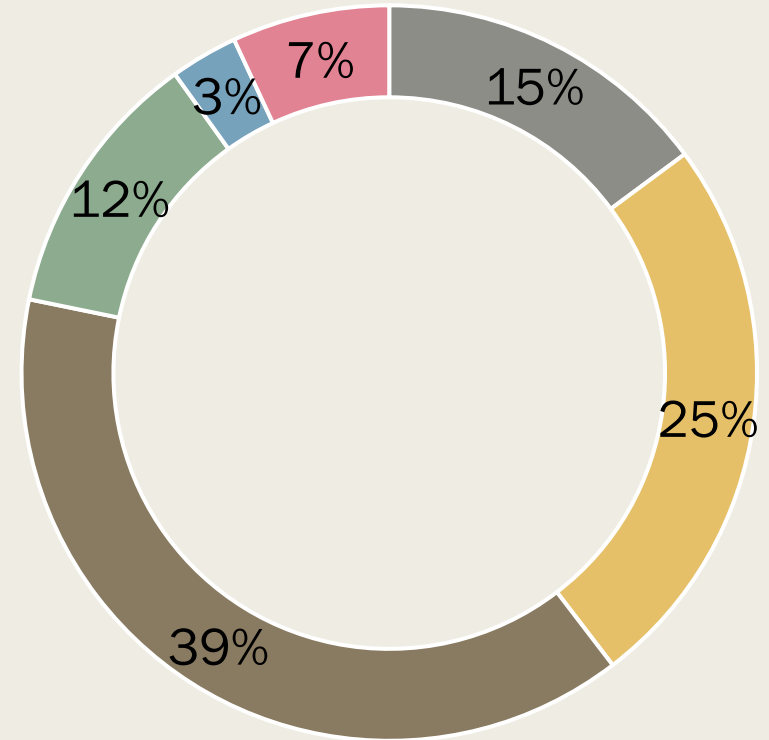
Oficina de Ciencia y Tecnología del Congreso de los Diputados
(Oficina C). Informe C: Desinformación en la era digital.
(2023) www.doi.org/10.57952/j3p6-9086

¿Con qué frecuencia cree que ha estado expuesto a desinformación y noticias falsas en los últimos 7 días? (UE)



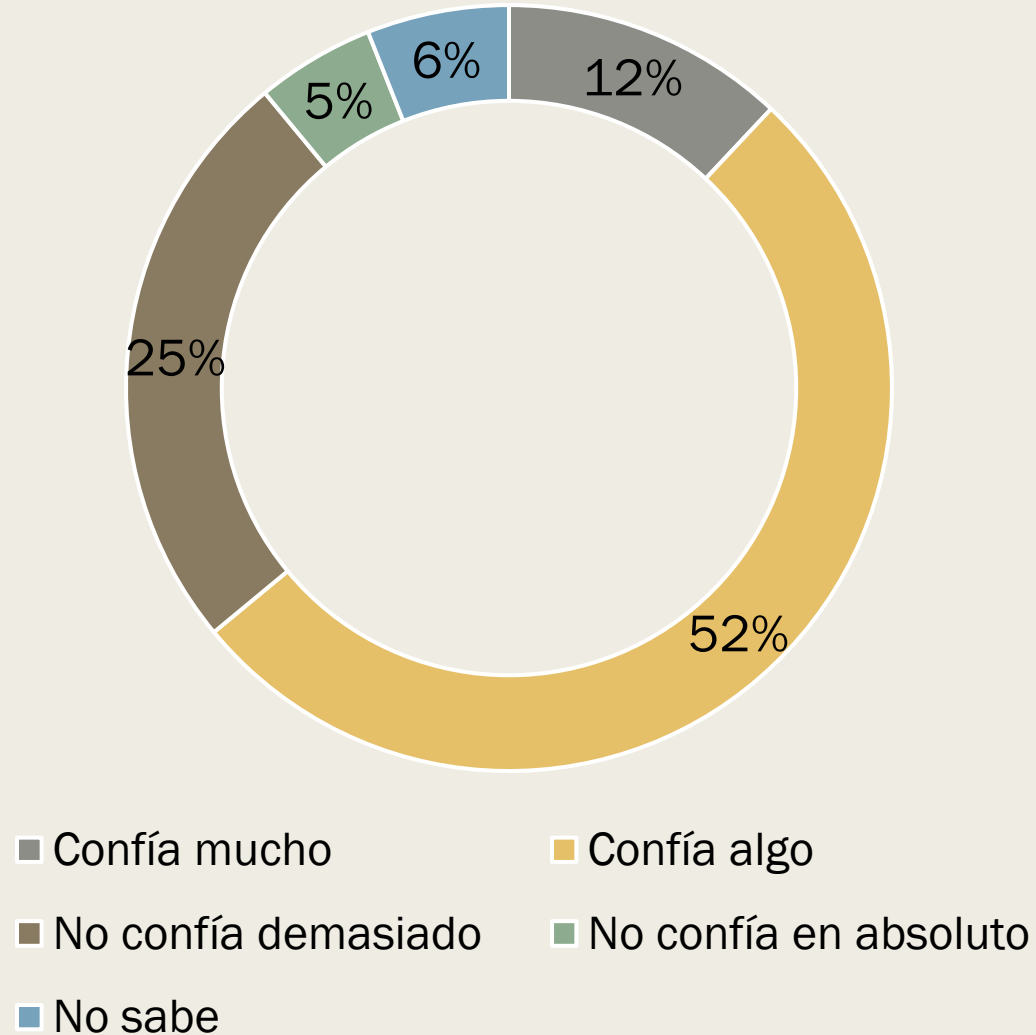
■ Muy a menudo
■ A menudo
■ A veces
■ Raramente
■ Nunca
■ No lo sé

¿Con qué frecuencia cree que ha estado expuesto a desinformación y noticias falsas en los últimos 7 días? (España)

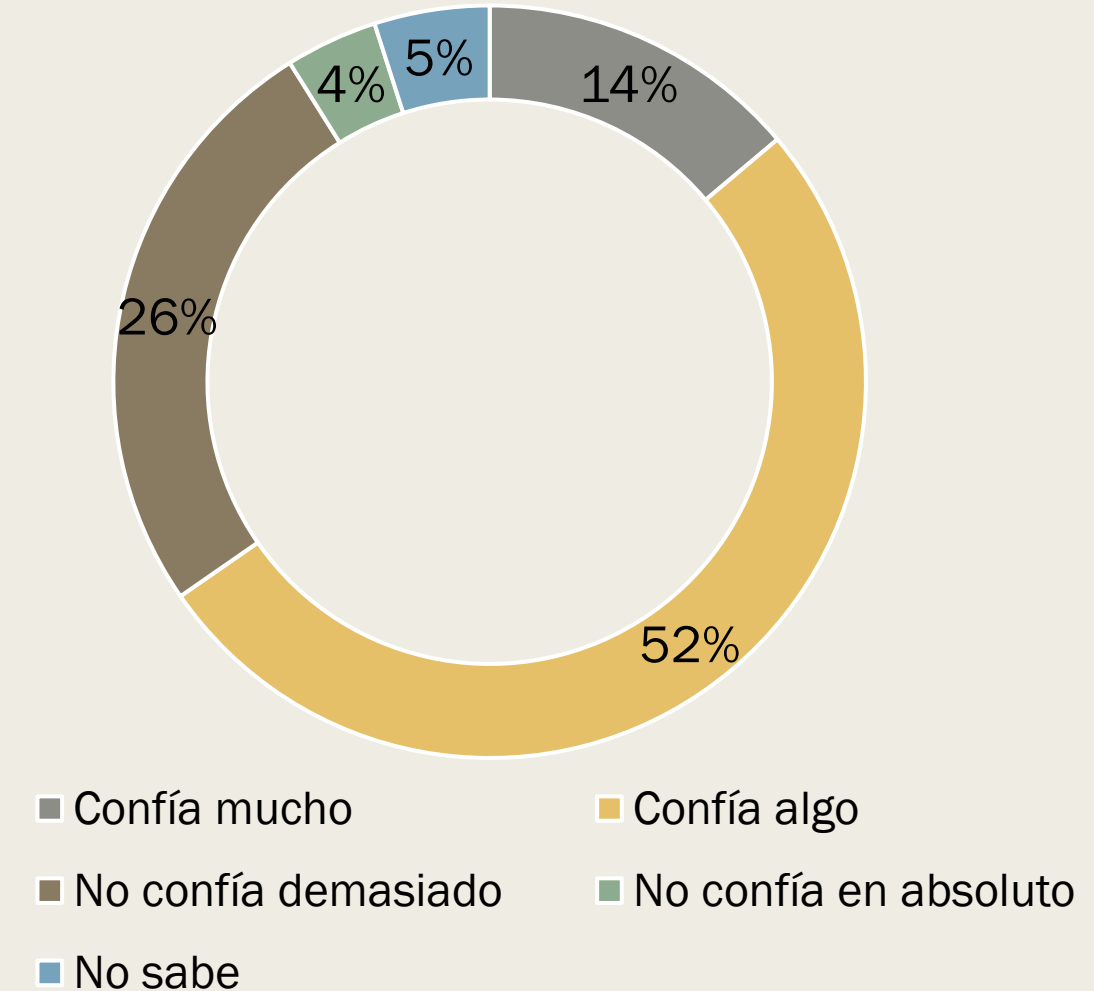


■ Muy a menudo
■ A menudo
■ A veces
■ Raramente
■ Nunca
■ No lo sé

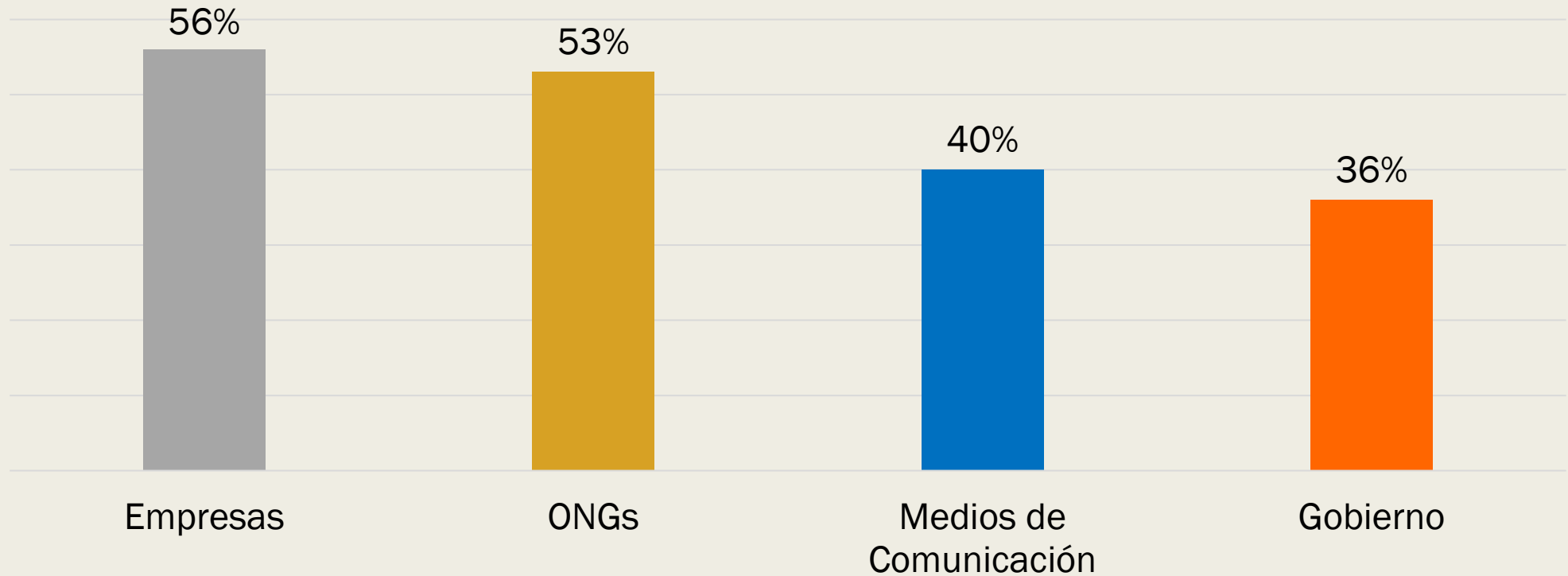
¿Confía en ser capaz de reconocer la desinformación cuando se la encuentra? (UE)



¿Confía en ser capaz de reconocer la desinformación cuando se la encuentra? (España)



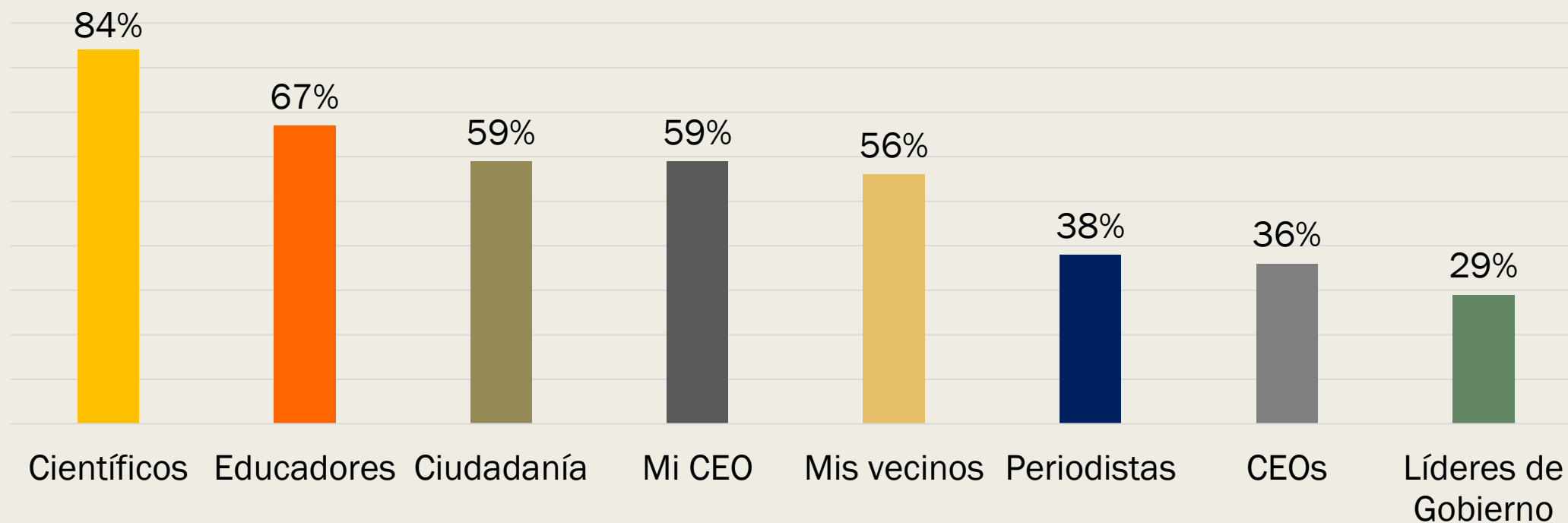
Confianza en las instituciones en España



Fuente: 2024 Edelman Trust Barometer

Confianza en los diferentes actores

Los líderes del Gobierno y los periodistas son de las figuras en las que menos confiamos



Desconfianza en los líderes

El **61%** de la población española tiene **miedo a la desinformación**

Existe la impresión de que estos líderes están manipulando la verdad al hacer afirmaciones que saben que son falsas o exageradas

81%

Líderes de Gobierno

79%

Periodistas

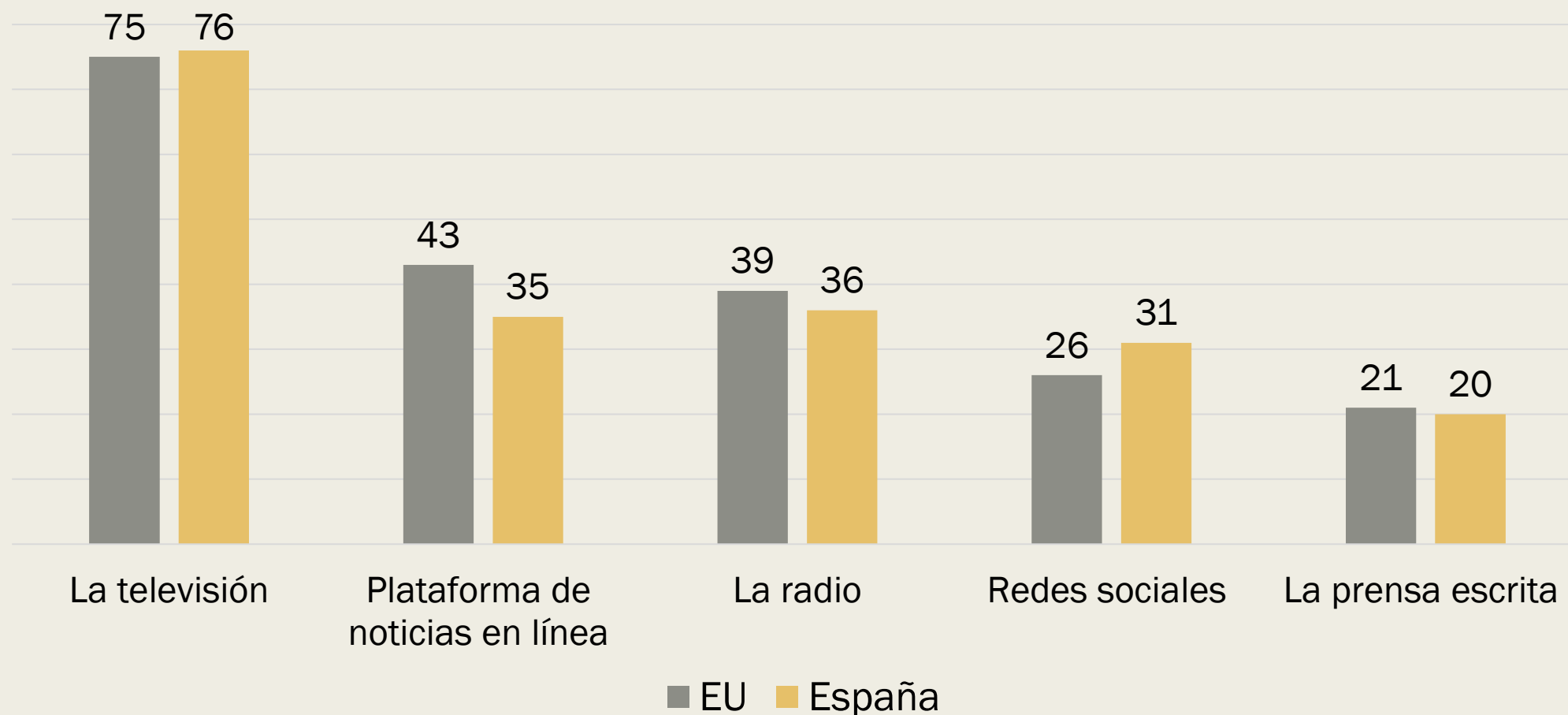
73%

Líderes de empresas

Fuente: 2024 Edelman Trust Barometer

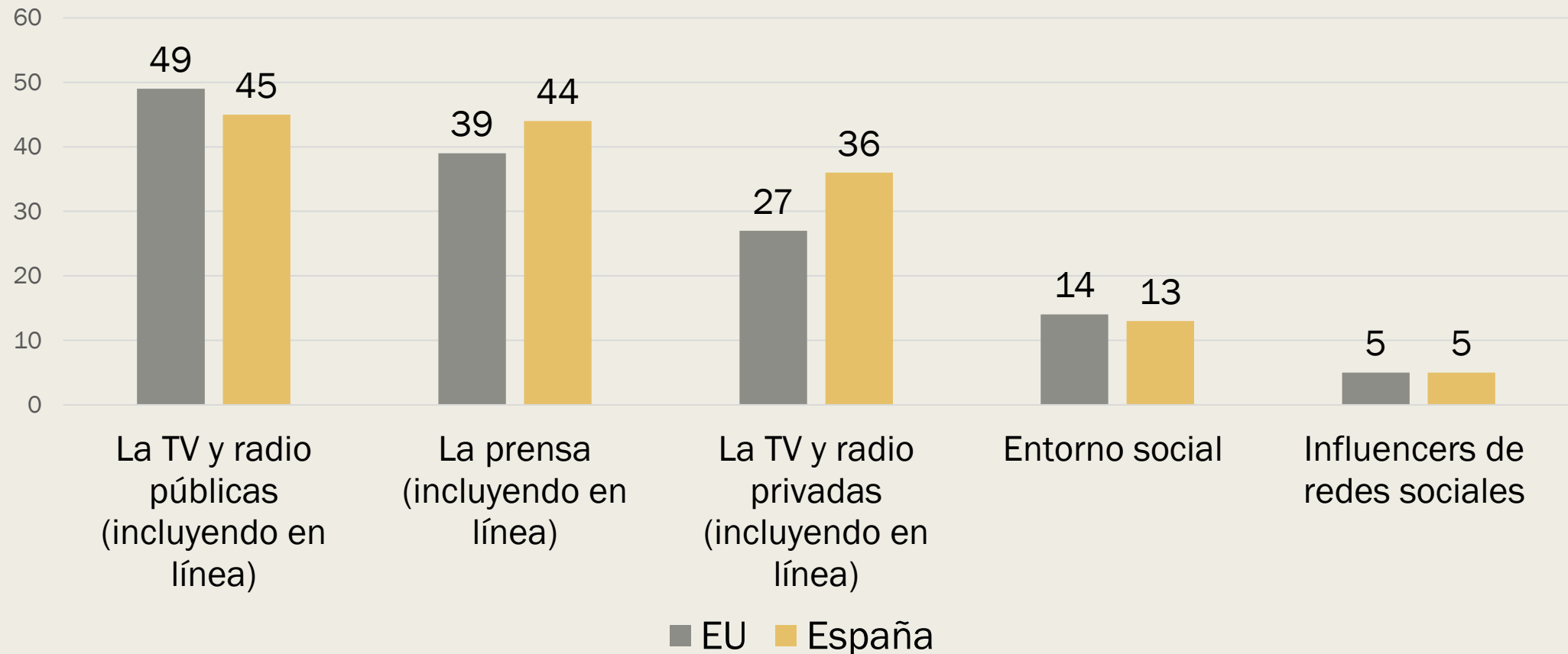
Acceso a las noticias

¿Cuál de los siguientes medios de comunicación ha utilizado más para acceder a las noticias en los últimos siete días?

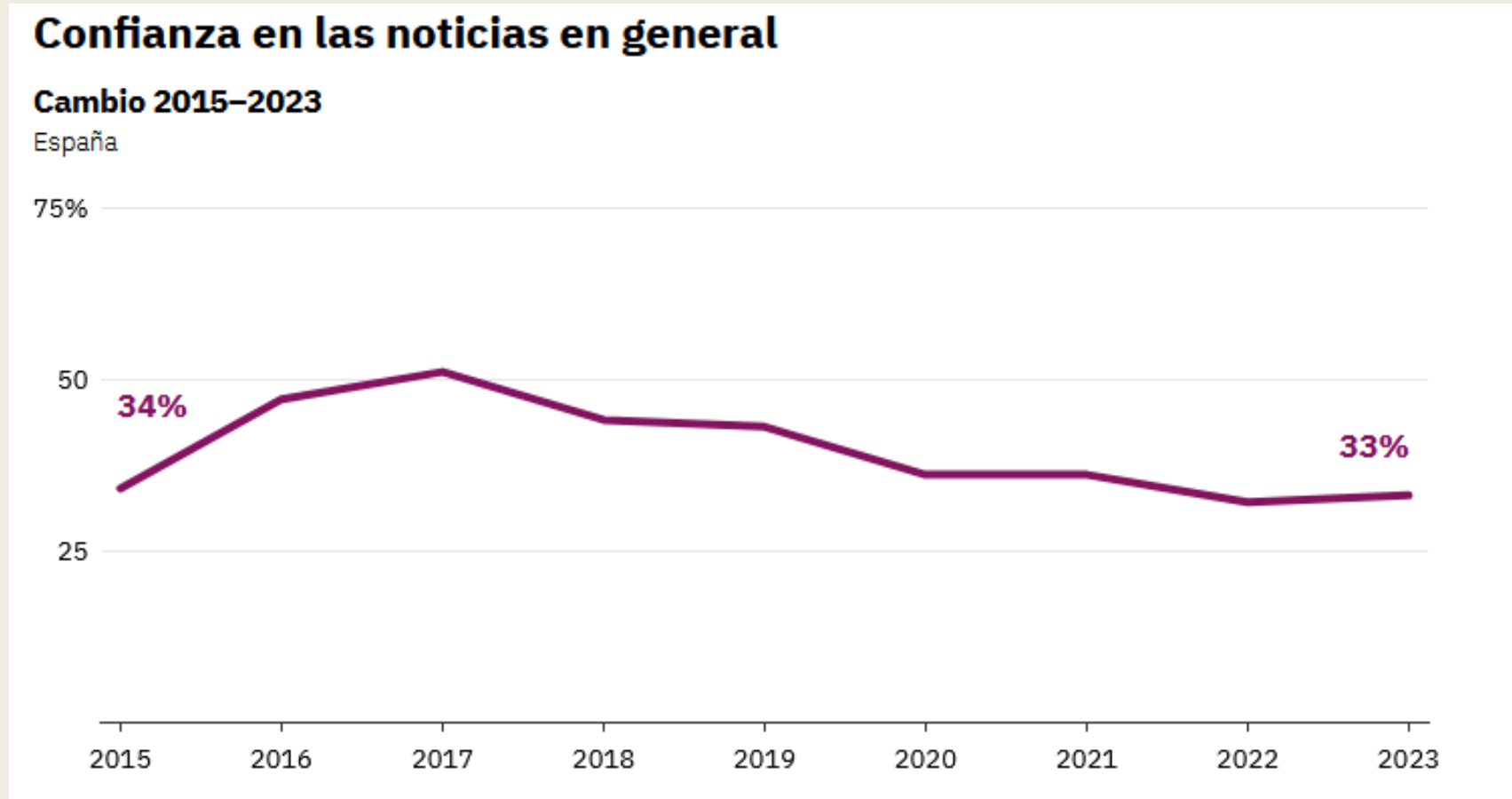


Confianza según la fuente de noticias

¿En qué fuentes de noticias confía más?



Confianza en las noticias



33%

Confianza en las
noticias en general

40%

Confianza en las
noticias que consumo

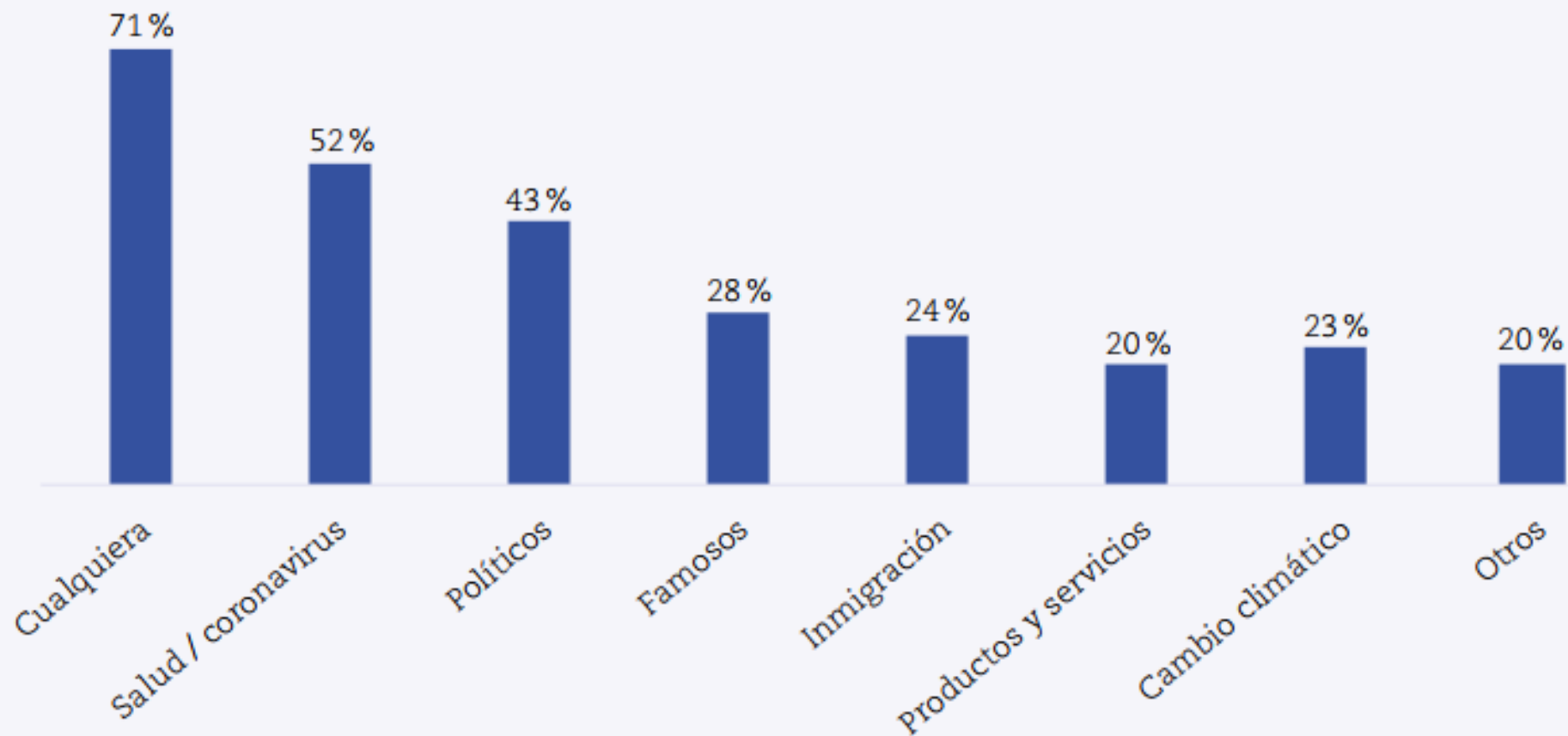
Confianza en las noticias

- Sólo el **51%** de los encuestados afirma estar extremadamente o muy interesado en las noticias (este porcentaje alcanzaba en 2018 el 83%)
- Entre los mayores de 45 años, la televisión es la principal fuente de noticias, mientras que los menores de esa edad prefieren las redes sociales.

La **percepción social del periodismo** : el 57% de los españoles escucha habitualmente críticas negativas de la profesión, tanto en su entorno social o familiar cercano (48%) como en boca de políticos (42%) o de otros periodistas o medios de comunicación (40%).

Fake news escuchadas por temas

FAKE NEWS ESCUCHADAS (PORCENTAJE POR TEMAS)



Fuente: Universidad de Navarra (2022), Digital News Report España.

Consecuencias de la desinformación: movimientos antivacunas

- **Movimientos antivacunas**, difusión, en los medios y redes, de ciencia dudosa, de resultados experimentales, e incluso de estudios científicos falsos.



ixpanea ✓
@ixpanea

Seguir



Pfizer no probó la vacuna antes de ponerlas 🤔
¿alguien sabe si hay mucha diferencia de la moderna? Yo creo que por el tiempo en el que salieron realmente no muchas de probaron pero ni lo van a decir. 🤔

Consecuencias de la desinformación: negacionismo climático

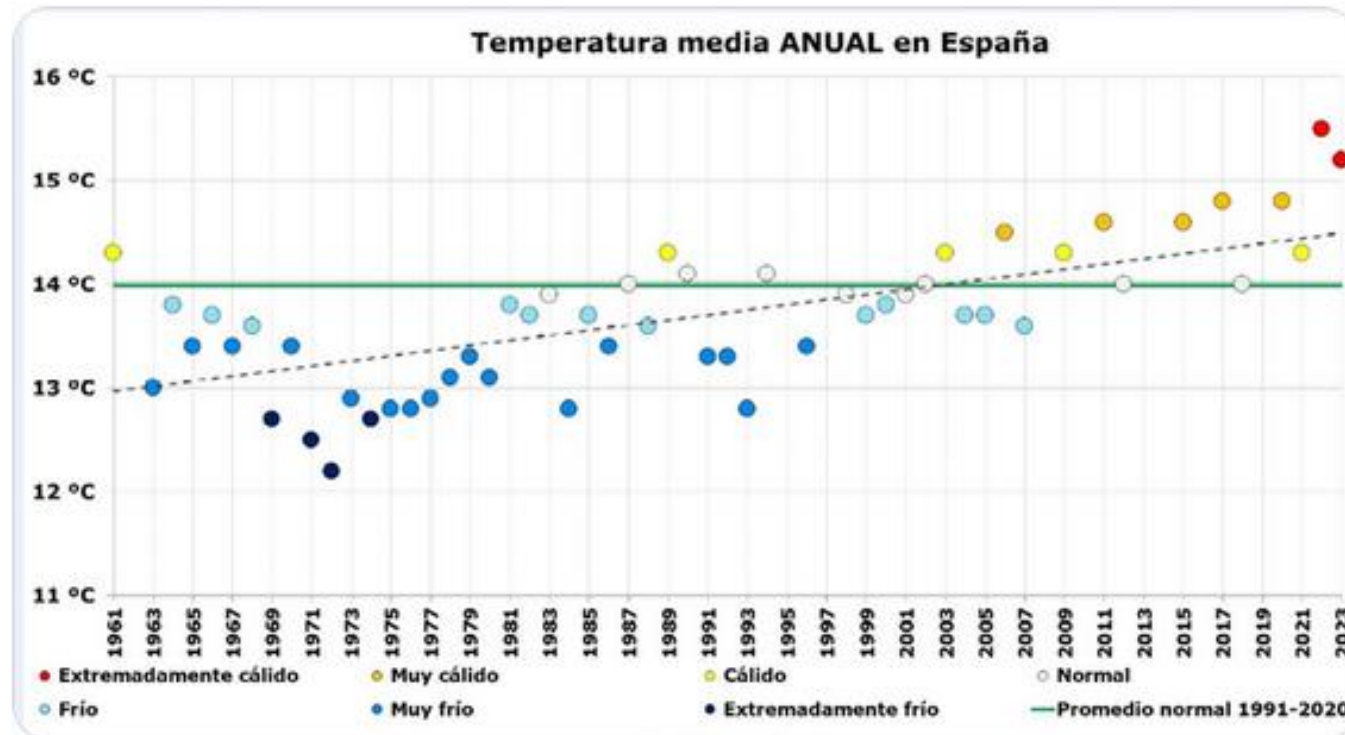
No, España no alcanzó los 50 °C en agosto de 1957: la revista que lo publicó es real pero los valores no están medidos de manera correcta y no hay registros históricos en España esta temperatura



Consecuencias de la desinformación: negacionismo climático

AEMET
@AEMET_Esp

En España sí se están viviendo temperaturas diferentes a las de los últimos años: la temperatura media anual en España ha experimentado un incremento ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVO de 1,57 °C.



Consecuencias de la desinformación: promoción curas milagrosas

Rosalía y el suplemento alimenticio 'Sirtfood Diet': cómo usan la imagen de la cantante para falsas entrevistas

Rosalía Vila ha sido demandada por divulgar el secreto para adelgazar



BULO

Consecuencias de la desinformación: alteración del debate político

Declaración falsa
del primer ministro
de Francia, Gabriel
Attal, sobre “el fin
de la energía
nuclear”



Consecuencias de la desinformación: lucha contra la violencia de género

No, ni los fondos europeos ni la financiación en materia de violencia de género se reparten en función de las denuncias que tiene cada país



Consecuencias de la desinformación: lucha contra la violencia de género

GRÁFICO 47. Grado de acuerdo con afirmaciones sobre violencia de género: "La violencia de género es un problema social muy grave". Por género. (%)



Pregunta 82. Las siguientes afirmaciones reflejan algunas opiniones sobre la VIOLENCIA DE GÉNERO (física, sexual, económica, de control...). ¿Cuál sería tu grado de acuerdo con cada una de ellas en una escala de 0 (nada de acuerdo) a 10 (totalmente de acuerdo)? Ns / Nc: 99. "La violencia de género es un problema social muy grave". Datos en % según categoría de respuesta en cada una de las afirmaciones. Agrupación de la escala: "Desacuerdo" = 0 a 3; "Indiferente" = 4 a 6; "Acuerdo" = 7 a 10. Base: 1.500 jóvenes de 15 a 29 años residentes en España.

Consecuencias de la desinformación: xenofobia

Los productos de origen marroquí no están exentos de controles

El aceite de oliva de origen marroquí, lleno de pesticidas y sin controles, ya entra a la UE sin aduanas como si fuera país miembro, con España como perjudicado. España ya es una colonia alemana sin fuerza ni voz propia. Nos han vendido a Rabat y a Berlín.



De [channel name]
4:15 p. m. · 20 mar. 2024 · 115,9 mil Reproducciones

Yo no sé lo que es, pero... cuidado con lo que compráis. Parece ser que solo se ve con luz ultravioleta.



5:55 p. m. · 4 mar. 2024 · 1 M Reproducciones

Consecuencias de la desinformación: LGTBIQ+

- La asociación del colectivo con trastornos sexuales como la pedofilia suponen el 68,2% de las verificaciones relacionadas con esta narrativa.

Es falso que el colectivo LGTB vaya a incluir en sus siglas la 'P' de 'pedófilos'

No hay constancia de que ninguna asociación LGTB haya pedido la inclusión de los pedófilos en el colectivo. Es FALSO.



Estrategias ante la desinformación

- El [Código de Buenas Prácticas en materia de Desinformación reforzado](#) fue firmado y presentado por la Comisión Europea el 16 de junio de 2022 por 34 signatarios que se han sumado al proceso de revisión del Código de 2018. Diez signatarios más se han unido desde entonces.
- Se trata de un conjunto de normas para combatir la desinformación, firmado voluntariamente por plataformas, redes sociales, anunciantes e industria publicitaria.
- El Código de Buenas Prácticas reforzado contiene 44 compromisos y 128 medidas específicas.

Código de buenas prácticas

- **Interrumpir los ingresos publicitarios** de ciertas cuentas y sitios web que difunden la desinformación
- Hacer que la publicidad **política** sea más **transparente**
- Integridad de los servicios. Obligaciones de transparencia para los servicios de IA
- **Empoderar a los consumidores** para informar desinformación y acceder a diferentes fuentes de noticias, al tiempo que mejora la visibilidad y la capacidad de encontrar contenido autorizado
- **Empoderar a la comunidad de investigación** para monitorear la desinformación en línea a través del acceso que cumple con la privacidad a los datos de las plataformas.
- **Empoderar a la comunidad de verificadores** de noticias, dar soporte a sus actividades y cooperar con estas plataformas.

Estrategias ante la desinformación

- Alfabetización mediática
- Promoción de la investigación basada en evidencias
- Regulación efectiva de las plataformas de redes sociales para combatir la difusión de información falsa
- **Verificación de noticias.** Los periodistas tienen la responsabilidad de informar con precisión y objetividad. La verificación de hechos es una parte esencial de este deber, ya que ayuda a garantizar que la información presentada sea confiable y precisa. Al verificar los hechos, los periodistas se mantienen responsables de su trabajo y contribuyen a mantener altos estándares éticos en el periodismo.

Verificación de noticias

- La **verificación de noticias** consiste en el uso de técnicas y recursos digitales para comprobar contenidos e individuos. Se inició en los Estados Unidos con la aparición de Factcheck.org en 2003, y empezó a tener reconocimiento con la concesión del Premio Pulitzer a *PolitiFact* en 2009.
- Posteriormente el número de sitios web de verificación no ha hecho más que crecer, y en 2015 Pointer Institute lanzó *The International Fact-Checking Network* para reunir y certificar organizaciones de verificación de hechos y promover mejores prácticas e intercambios en este campo.

Agencias de verificación de noticias

- Las agencias de verificación juegan un papel importante y positivo en la lucha contra la desinformación.
- Nos ofrecen una aproximación científica al Periodismo.



VerificaRTVE

Agencias de verificación de noticias

- Proceso metódico: se sigue un protocolo replicable por cualquier persona.
- Uso de fuentes de información públicas.
- Proceso objetivo: No puede depender de preferencias o sesgos.
- Verificar una noticia va más allá de dar una mera puntuación: exige contexto, explicaciones, no se puede simplificar.

Actitudes para detectar bulos

- Comprobaremos la fiabilidad de la **fuentes** y del **autor**. Comprobaremos si las noticias van **firmadas**. (dirección de correo o cuenta de X o perfil en una web o red social).
- No nos quedaremos en el **titular**, y averiguaremos sobre el **contexto**. Los titulares alarmistas buscan nuestro *clic*, es necesario leer todo el contenido en informaciones muy llamativas.
- Desconfiaremos del **lenguaje** simplista, exagerado, maniqueo o más centrado en lo emocional que en transmitir información factual.

Actitudes para detectar bulos

- Confiaremos en las argumentaciones que se apoyan con **datos o declaraciones**. Los datos deben poseer enlaces a las fuentes consultadas y las declaraciones provenir de una persona claramente identificable.
- Obviaremos **cadenas de WhatsApp** que no indican quien es el autor, la fuente o fecha del contenido. En el mismo sentido, no tendremos en cuenta audios o vídeos de los que no conocemos su **origen**.

Actitudes para detectar bulos

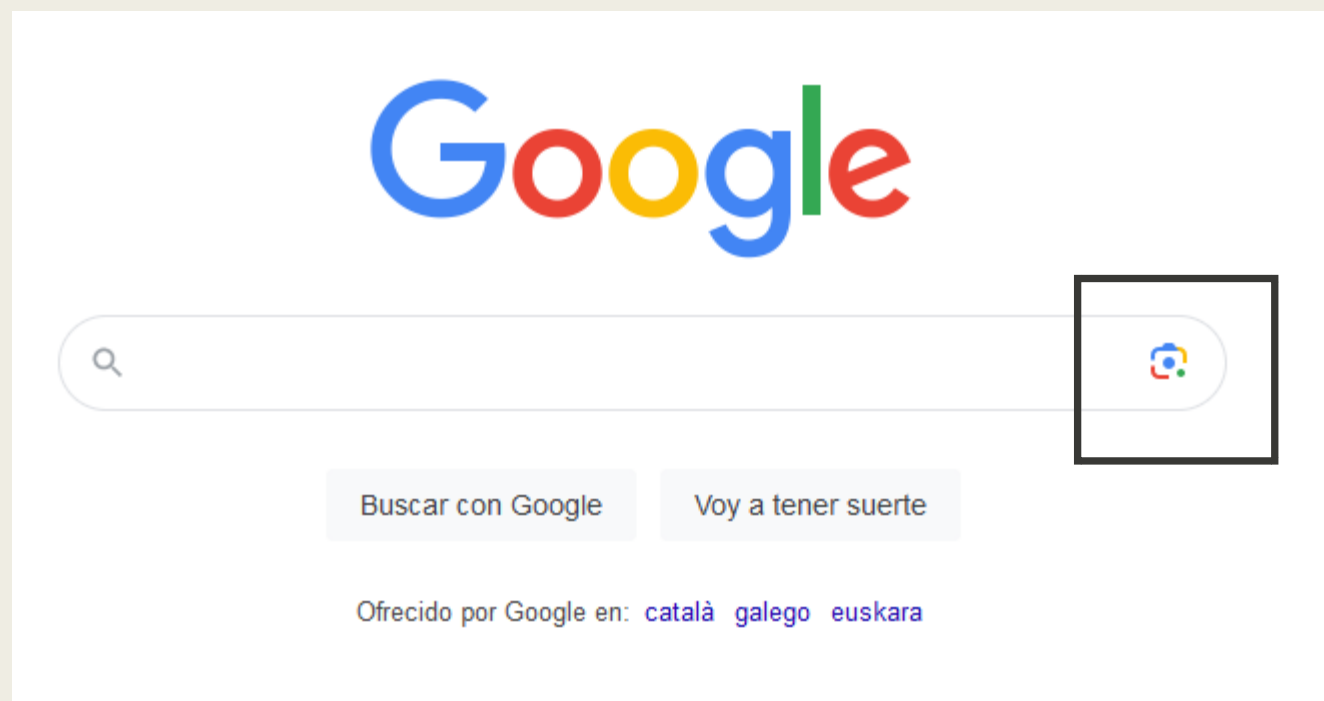
- **Encuentra el contenido original** para saber dónde y cuándo se generó y por quién. Debemos preguntarnos sobre **cómo nos ha llegado** esta noticia: nuestros allegados también pueden cometer el error de no comprobar un contenido dudoso y reenviarlo a su círculo más cercano.
- **Nunca reenviaremos** información **sin comprobarla** previamente.
- Analiza la **respuesta emocional**. Ambas reacciones son señales de advertencia. Muchas noticias falsas juegan con nuestras creencias preexistentes.

Actitudes para detectar bulos

- Consideraremos el **sesgo ideológico** de los contenidos excesivamente politizados. En situaciones de extrema incertidumbre como la que vivimos, la desinformación interesa para sacar rédito político o beneficiarse económicamente. Desconfía de historias que atacan a un enemigo genérico como “la izquierda, “la derecha” o “los partidarios de Sánchez”. Un buen contenido no hace este tipo de generalizaciones.
- **Nos cuidaremos de las pseudoterapias.** La ciencia puede probarse con hechos y su publicación se somete a un sistema de control, mientras que la pseudociencia se basa en hipótesis y teorías no probadas.

Actitudes para detectar bulos

- Si una información nos resulta sospechosa, la buscaremos y **contrastaremos con otras fuentes** de información que sepamos son rigurosas. Googléala y compara los resultados obtenidos.
- Comprobaremos la veracidad de las imágenes y vídeos sospechosos que nos llegan usando la [búsqueda inversa de imágenes de Google](#).





“Internet es el escándalo de una memoria sin filtro, donde no se distingue el error de la verdad”

En el futuro, la educación tendrá como objetivo aprender el arte del filtro. Ya no hace falta enseñar dónde queda Katmandú o quien fue el primer rey de Francia, porque eso se encuentra en todas partes.

En cambio, habría que pedirles a los estudiantes que analicen quince sitios para determinar cuál es para ellos el más confiable. Habría que enseñarles la técnica de la comparación.



SIPRESS

*"My desire to be well-informed is currently
at odds with my desire to remain sane."*

Muchas
gracias por
vuestra
atención