

Combatiendo la desinformación desde la Universidad. Talleres de fact-checking en asignaturas de Periodismo

Fighting disinformation from the University. Fact-checking workshops in Journalism subjects

Concha Pérez-Curiel

Cómo citar este artículo:

Pérez-Curiel, Concha (2024). "Combatiendo la desinformación desde la Universidad. Talleres de fact-checking en asignaturas de Periodismo [Fighting disinformation from the University. Fact-checking workshops in Journalism subjects]". *Infonomy*, 2(1), e24002.
<https://doi.org/10.3145/infonomy.24.002>



Concha Pérez Curiel

<https://orcid.org/0000-0002-1888-0451>

<https://www.directorioexit.info/ficha4543>

Universidad de Sevilla, Facultad de Comunicación,
Departamento de Periodismo 2

Américo Vespucio, 27

41092 Sevilla, España

cperez1@us.es

Resumen

El periodismo vive momentos difíciles para defender su papel de gatekeeper de las noticias falsas. Quizás, su próximo reto sea poner el foco en los furos profesionales de la comunicación, hoy todavía estudiantes universitarios. Promover metodologías activas, aplicables al caso real en las aulas universitarias, preparar al alumnado para detectar la desinformación, el bulo y la mentira y especialmente, incidir en cómo elaborar las noticias insertando las marcas de calidad informativa (contraste de las fuentes, uso de antecedentes, contextualización, explicación y la interpretación de los hechos, además de un lenguaje divulgativo) y combatir los riesgos en un escenario digital necesario.

Palabras clave

Periodismo; Desinformación; Proyectos docentes; Educación mediática; Ciudadanía; Medios de comunicación; Universidad.

Abstract

Journalism is going through difficult times to defend its role as gatekeeper of fake news. Perhaps, its next challenge will be to focus on the future communication professionals, today still university students. Promote active methodologies, applicable to the real case in university classrooms, prepare students to detect disinformation, hoaxes and lies, and especially, focus on how to prepare the news by inserting the marks of informative quality (contrast of sources, use of background, contextualization, explanation and interpretation of the facts, in addition to an informative language) and combat the risks in a necessary digital scenario.

Keywords

Journalism; Disinformation; Teaching projects; Media education; Citizenship; Media; University.

1. Introducción

Cada vez hay más noticias de los mismos temas, se publica rápidamente con insuficiente verificación y contexto, y se propagan contenidos imprecisos y superficiales (Furst, 2020; Palau-Sampio; Gómez-Mompart, 2015; Pellegrini; Múgica, 2006).

Como medida alternativa para combatir la desinformación, los *news media* han enfatizado el *fact-checking*, aportando consejos para evitar la desinformación, controlando los rumores y las noticias falsas y educando a la ciudadanía para diferenciar la información creíble de la no fiable (Ali; Gatiti, 2020).

El proyecto de innovación docente titulado *Periodismo y desinformación. Aplicación de técnicas digitales y verificación de noticias en las aulas de grado* (Ref.221 del IV Plan Propio de Docencia de la Universidad de Sevilla) se basa en la aplicación de una metodología específica para localizar las noticias falsas en el marco de las redes sociales y establecer procedimientos de contraste y verificación informativa por parte de los estudiantes de Grado y Doble Grado de Periodismo.

Esta propuesta responde a unos antecedentes y un contexto que son necesarios conocer: la participación de algunos de los docentes de la asignatura de Periodismo Político y Económico en proyectos de investigación I+D+I como:

- a. Proyecto *DebaTrue* "Lucha contra la desinformación y criterios de valor en los debates electorales en televisión y medios digitales: plataforma de verificación y blockchain". Entidad financiadora: *Ministerio de Ciencia e Innovación*. Referencia: PDC2021-121720-100
- b. Proyecto "Mapa de la desinformación en las comunidades autónomas y entidades locales de España y su ecosistema digital (FAKELOCAL)". *Ministerio de Ciencia e Innovación*. Referencia: PID2021-124293OB-I00.

A ello se suma la experiencia docente adquirida durante el curso 2021-2022 a partir de una actividad de movilidad para la formación (*Erasmus Plus*), dirigida a alumnos de posgrado del *College of Europe* de Varsovia, en el que participan tres profesores del Grado y Doble Grado que han impartido docencia en Periodismo Político y Económico. El objetivo fue estudiar a través de la técnica de *focus groups* la capacidad de los estudiantes

para localizar marcas de factualidad y desinformación en las noticias publicadas en medios digitales europeos. Los resultados ponen de manifiesto que, incluso en este perfil de alumnado de posgrado, la dificultad para localizar recursos de calidad periodística es importante.

Estos antecedentes son factores de motivación para proponer actividades fuera y dentro del aula, que proporcionen sistemas, herramientas y recursos digitales a los estudiantes y futuros profesionales de la Comunicación y del Periodismo. El fin principal es distinguir la factualidad de la desinformación y aprender a detectar las noticias falsas y los bulos en el ámbito de los medios de comunicación, de las agencias de fact-checking o de los departamentos de comunicación de las instituciones públicas y privadas, entre otros.

2. Objetivos y metodología

En el contexto de una materia como el Periodismo Político y Económico impartida en 3º de Grado y dirigida a futuros periodistas y expertos en comunicación audiovisual, se establece un doble objetivo:

1. Comprobar en qué medida, el propio alumnado de estos estudios universitarios es capaz de detectar la mentira a partir del análisis del discurso político, mediático o digital.
2. Identificar cuáles son las marcas que definen a un periodismo de calidad, en el que la verificación y el contraste de la información son la parte esencial del proceso de producción, redacción y difusión de las noticias.

El carácter transversal del proyecto permite una planificación docente en el que puedan integrarse un total de 10 asignaturas de tres titulaciones, impartidas en la *Facultad de Comunicación* de la *Universidad de Sevilla*, así como otro profesorado externo, que trabaja en línea con la temática objeto de estudio. Estas materias son: Periodismo Político y Económico, Redacción Periodística, Producción Periodística, Técnicas de Investigación en el Periodismo; Historia del Periodismo Español, Periodismo Especializado, Opinión Pública, Periodismo Deportivo, Tecnología y Diseño de la Información Escrita.

A la dinámica principal de trabajo en el aula, en la que el tratamiento de las noticias falsas y la influencia de la desinformación son parte de los proyectos docentes de cada una de las materias implicadas, se añade la organización de talleres didácticos de fact-checking, en los que pueden participar profesores, alumnos y profesionales del ámbito de la comunicación, cursos de formación del profesorado, asistencia a congresos docentes o publicaciones científicas derivadas

La metodología es multimodal y contempla análisis práctico de contenidos periodísticos sobre distintos ámbitos (política, economía, cultura, sociedad, deporte...), análisis de técnicas de investigación para detectar y combatir las estrategias desinformativas de las fuentes y análisis de nuevas narrativas digitales, herramientas hipertextuales y block-

chain, aplicadas a la verificación de la información. A la dinámica principal de trabajo en el aula, en la que el tratamiento de las noticias falsas y la influencia de la desinformación son parte de los proyectos docentes de cada una de las materias implicadas, se añade la organización de talleres didácticos de fact-checking, en los que pueden participar profesores, alumnos y profesionales del ámbito de la comunicación, cursos de formación del profesorado, asistencia a congresos docentes o publicaciones científicas derivadas.

3. Claves para reconocer una noticia falsa en las plataformas digitales

DECÁLOGO PARA LA VERIFICACIÓN DE NOTICIAS
<p>1. El titular. Se dice que a veces la realidad supera a la ficción...pero en contadas ocasiones. En la era de las redes sociales, los titulares tienen más importancia que nunca, por eso los que se refieren a noticias falsas suelen ser demasiado llamativos e incluyen afirmaciones difíciles de creer.</p>
<p>2. El autor. Si la noticia carece de firma, es un aspecto que puede hacernos sospechar. Las fake news generalmente tienden a ser anónimas y nunca incluyen el nombre del autor.</p>
<p>3. La fuente y el medio. Las noticias falsas suelen tener como fuente medios desconocidos, muchas veces que no habíamos oído nunca.</p>
<p>4. La “exclusividad”. Cuando la noticia es auténtica, es difícil que conserve la exclusividad y es muy probable que tenga repercusión en distintos medios. Si sólo aparece en uno de estos medios poco conocidos, mala señal.</p>
<p>5. El formato. Para llamar la atención, las <i>fake news</i> suelen contar con un formato peculiar, diferente al habitual, con colores y tamaños excesivamente llamativos, el uso desmedido de mayúsculas...</p>
<p>6. La fecha. Es otro punto a tener en cuenta. La actualidad prima y las noticias online reflejan pormenorizadamente la fecha e incluso la hora. Por el contrario, las informaciones falsas descuidan este aspecto, con fechas anticuadas o directamente obviando el dato.</p>
<p>7. La redacción. Una noticia de un medio creíble debe tener siempre una redacción impoluta. Cuando la información tiene errores en la puntuación, fallos ortográficos... desconfiemos.</p>
<p>8. Las imágenes y videos. El apoyo visual de las noticias es fundamental y las imágenes/fotografías/videos deben estar muy cuidados. Las noticias falsas se ilustran con imágenes sacadas de contexto o con retoques excesivos, con defectos. También pueden ser imágenes de baja calidad.</p>
<p>9. Los links. Las <i>fake news</i> tratan de simular las URLs de los medios habituales para ser más “creíbles” pero revisando los pequeños detalles de sus</p>

links, que además suelen dar error, se encuentran fallos y diferencias.

10. Los hechos. Las informaciones falsas hablan de hechos, datos... que difícilmente es posible verificar. Comprobarlos con una búsqueda de estos aspectos es muy útil para dar con un bulo.

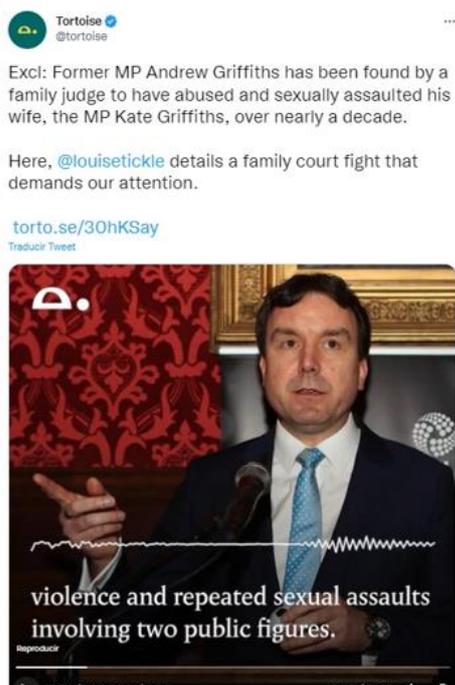
Fuente: *Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA)*

4. Actividad propuesta

Los tres ejemplos siguientes, derivados de la investigación que se llevó a cabo en el *College of Europe* de Varsovia (Polonia), se aplicaron en el taller de fact-checking del grupo de tercero de grado de Periodismo Político y Económico para comprobar la capacidad y recursos del alumnado para distinguir el grado de verdad/falsedad en mensajes publicados por distintos medios en sus cuentas de Twitter.

1) Hecho noticioso: El Tribunal de Justicia británico acusa al ministro conservador Andrew Griffiths de abusos sexuales y violación a su esposa.

-¿Hasta qué punto cree que estas afirmaciones de los tweets son verdaderas, parcialmente verdaderas o falsas?



2) Hecho noticioso: Exclusiva #PandoraPapers. 11,9 millones de documentos filtrados de 14 despachos de abogados especializados en crear empresas en paraísos fiscales revelan la existencia de 754 sociedades offshore relacionadas con propietarios o empresas en España.

-¿Qué tuit es el más atractivo y atrayente para conseguir engagement? ¿Por qué?



« Pandora Papers » : plongée mondiale dans les secrets de la finance offshore

Traducir Tweet



lemonde.fr

« Pandora Papers » : plongée mondiale dans les secrets de la finance offshore
« Le Monde » et le consortium de journalistes ICIJ ont eu accès aux données confidentielles de quatorze cabinets spécialisés dans les paradis fiscaux, ...

6:55 p. m. · 3 oct. 2021 · Echobox

90 Retweets 10 Tweets citados 134 Me gusta



#PandoraPapers: biggest ever leak of offshore data exposes financial secrets of rich and powerful

Traducir Tweet



theguardian.com

Pandora papers: biggest ever leak of offshore data exposes financial secrets of...
Millions of documents reveal offshore deals and assets of more than 100 billionaires, 30 world leaders and 300 public officials

7:07 p. m. · 3 oct. 2021 · TweetDeck

4.145 Retweets 635 Tweets citados 7.458 Me gusta

3) Hecho noticioso: asistencia de Pablo Casado, líder del PP, a la misa en recuerdo del dictador Francisco Franco

-¿Qué enfoque de la noticia es el más completo según el número y la calidad de las fuentes empleadas?



Spanish rightwing party leader under fire for attending Franco mass



theguardian.com

Spanish rightwing party leader under fire for attending Franco mass
Leader of People's party Pablo Casado's appearance at service for dictator called a 'coincidence'

7:21 p. m. · 22 nov. 2021 · Echobox

6.877 Retweets 1.113 Tweets citados 13,3 mil Me gusta



Una corona de laurel de la Fundación Francisco Franco en el altar y una bandera preconstitucional desplegada en los primeros bancos de la capilla: así fue la misa en recuerdo del dictador a la que Casado acudió "por error"

eldiario.es/andalucia/gran... Por @aIvaro_lopez



eldiario.es

Así fue la misa en recuerdo de Franco a la que Pablo Casado acudió "por error"
Una corona con la bandera española enviada por la Fundación Nacional Francisco Franco estaba situada al pie del altar. En los primeros bancos de la ...

6:49 p. m. · 22 nov. 2021 · TweetDeck

261 Retweets 49 Tweets citados 367 Me gusta

5. Evaluación de resultados

-Evaluación de actividades desarrolladas en el aula. Entre ellas, prácticas individuales y grupales de los alumnos, participación en debates, lecturas obligatorias, aplicación de la ficha de calidad periodística a textos publicados en medios impresos y digitales.

-Evaluación de la asistencia del profesorado y del alumnado a las conferencias y ponencias impartidas dentro y fuera del aula por académicos y profesionales de la comunicación.

-Evaluación de los resultados alcanzados en el Taller presencial y digital “Freno a la desinformación” analizando las estrategias para acceder a los usuarios, las propuestas de los profesionales para contribuir a la difusión de una información sana y denunciar los comportamientos que ponen en peligro a la ciudadanía, cuidar el *engagement* y la respuesta a los usuarios ante conflictos relacionados con los bulos, de lobbies o con el anonimato de las fuentes, evaluar el nivel de compromiso y participación de los alumnos en una actividad, independientemente de su calificación en la asignaturas.

-Evaluación de la colaboración del profesorado y del alumnado en las jornadas y congresos previstos.

-Evaluación de las publicaciones presentadas a congresos de innovación docente durante el ejercicio del proyecto.

6. Referencias

Ali, M. Y.; Gatiti, P. (2020). “The Covid-19 (coronavirus) pandemic: Reflections on the roles of librarians and information professionals”. *Health information & libraries journal*, v. 37, n. 2, pp. 158-162.

<https://doi.org/10.1111/hir.12307>

Furst, S. (2020). "In the Service of Good Journalism and Audience Interests? How Audience Metrics Affect News Quality". *Media and communication*, 8(3), pp. 270–280.

<https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3228>

Palau-Sampio, D.; Gómez-Mompart, J. Ll. (2015). “Calidad y credibilidad, un binomio inexorable para el futuro de los medios”. *Periodística*, n. 16, pp. 11-28.

<https://raco.cat/index.php/Periodistica/article/view/321204>

Pellegrini, S.; Múgica, C. (2006). “Valor agregado periodístico (VAP): la calidad periodística como factor productivo en un entorno medial complejo”. *Palabra clave*, v. 9, n. 1.

<https://www.redalyc.org/pdf/649/64900101.pdf>

Agradecimiento a los miembros del Proyecto

Concha Pérez Curiel: IP. *Universidad de Sevilla*

María de los Ángeles Alonso González. *Universidad de Sevilla*

Ricardo Domínguez García. *Universidad de Sevilla*

María José García Orta. *Universidad de Sevilla*

Inés Méndez Majuelos. *Universidad de Sevilla*

Sandra Méndez Muros. *Universidad de Sevilla*

Pastora Moreno Espinosa. *Universidad de Sevilla*

Paco Olivares García. *Universidad de Sevilla*

Rubén Rivas de Roca. *Universidad Rey Juan Carlos de Madrid*

José Luis Rojas Torrijos. *Universidad de Sevilla*