

Editorial 2

Dr. Pedro FARIAS-BATLLE

Universidad de Málaga. España. farias@uma.es

Dra. Dolores RODRÍGUEZ-BARBA

Universidad Complutense de Madrid. España. lolar@ucm.es

Dr. Jacob L. NELSON

Arizona State University. Estados Unidos. jacob.nelson.1@asu.edu

Noticias falsas y su impacto en la credibilidad de los medios

Misinformation and the increases of social vulnerability

El aumento de las capacidades tecnológicas de difusión y recepción en la última década ha traído enormes posibilidades para la difusión de la información. El tiempo real ha cambiado la manera en cómo interactuamos con el mundo que nos rodea transformando nuestras formas de comunicarnos e informarnos. La conectividad lo ha transformado todo. Pero algo se está perdiendo en el camino de este gran cambio, por cuanto los peligrosos desequilibrios en los flujos de información aumentan y se advierte cierta pérdida de valores.

Aumenta la desinformación con lo que también aumenta la vulnerabilidad social a la manipulación. Los medios tradicionales (por su bajo consumo, por la pérdida de calidad de las informaciones, por la deficiente adaptación al cambio que ha debilitado sus redacciones, por la competencia de nuevos actores no profesionalizados más ágiles y atractivos tecnológicamente) no están sirviendo para cumplir su función de referentes para una información creíble y contrastada.

La paulatina pérdida de confianza en las informaciones de los medios, el aumento de las noticias falsas y la disminución de la credibilidad de las instituciones son uno más de los efectos del proceso, pero que entraña enormes riesgos. Es preocupante el creciente escepticismo de los ciudadanos ante cualquier tipo de información (individual, institucional o de los medios), que con su efecto expansivo genera grandes incertidumbres ante qué es cierto o qué no lo es. El escepticismo, que es un magnífico sistema de defensa crítica ante las informaciones, se puede convertir en un problema cuando se produce sin la suficiente alfabetización mediática y capacidad crítica de la audiencia. Más aún si se encuentra ante una deficiente calidad de la información profesional que hacen que se desista de ver a los medios y sus informaciones como referentes de confianza.

El término de posverdad (o de forma más precisa de postactualidad) que se aplica al momento actual, hace referencia al fenómeno por el cual los hechos objetivos tienen menos influencia que la apelación a las emociones. Es el momento en el cual "que algo aparente ser verdad es más importante que la propia verdad" (Caro, 2016). Es también el alarmante tiempo en el que las informaciones se confunden con las opiniones y la propaganda. Cuando el desprestigio de los hechos y la emergencia de la "truthiness" (o mera apariencia de verdad) "facilita la emergencia o crecimiento de los populismos" (Arias, 2016).

Hoy se dan estas circunstancias: los tiempos de exposición a las noticias de medios profesionales se han visto reducidos, las informaciones son cada vez más superficiales y banales, la confusión entre lo que es información y opinión es creciente y las noticias sin suficiente contraste o falsas inundan la red y bombardean al ciudadano como información incidental.

Y en este proceso de enorme confusión para el receptor de la información (que intenta simplificar la hoy complicada acción de informarse) parece instalarse la tendencia de "sentirse" informado frente al esfuerzo y el tiempo que le exige conseguir estar "verdaderamente" informado, pues ahora esto le exige contrastar el torrente de informaciones que diariamente recibe sin tener claro cuáles son las fuentes de referencia.

Si no se confía en los medios ni en la información que elaboran, si no se confía en las instituciones y se duda de su información, si la formación para ejercer la crítica ante el bombardeo de informaciones es bajo... si todo esto ocurre, las posibilidades de que la desinformación que inunda la red, mucha recibida de manera incidental, se convierta en el principal nutriente informativo de la población, es aún mayor. Como lo es también las posibilidades de manipulación de quien, denostando a los medios como referentes, se alzan como únicas fuentes dignas de calidad y confianza y avasallan con campañas orquestadas de desinformación. Todo esto dota de menor musculatura al sistema de medios, lo que produce también una enorme debilidad social.

"Noticias falsas y su impacto en la credibilidad de los medios", abre con el artículo de Juan-Pedro Molina-Cañabate y Raúl Magallón-Rosa donde se estudia el caso de *Maldita Ciencia*, también buen ejemplo de periodismo emprendedor y que en su primer año de vida ha dado muchas pruebas sobre la necesidad de verificación en la información especializada, en este caso, la científica. Desgraciadamente, los acontecimientos son más rápidos que las publicaciones. Al cierre del monográfico, España sufre las consecuencias de la pandemia de 2020 y un artículo como este, sobre desinformación y periodismo científico, es más pertinente que nunca.

Seguramente, una de las principales conclusiones a las que llegará el lector es que no es posible la verificación sin independencia e impulso innovador en las empresas periodísticas. María-José Ufarte Ruiz, Guiseppe Anzera y Francisco-José Murcia-Verdú hacen un mapa de las plataformas independiente de *fact-checking* en España e Italia, profundizando en su metodología de trabajo y sus características.

La desinformación o los bulos intencionados no son un fenómeno nuevo. La novedad está en la velocidad y la amplitud que se puede alcanzar en la propagación. Juan-Luis Manfredi y Miguel del-Fresno-García ponen el foco en las 24 horas transcurridas entre el 26 y el 27 de octubre de 2017, cuando una noticia no confirmada supuso el cambio de percepción de la ciudadanía sobre Carles Puigdemont. La imagen del entonces presidente del gobierno regional de Cataluña se polarizó en ese pequeño espacio de tiempo del héroe al traidor.

En la misma línea y también con foco en Cataluña, Julen Orbegozo-Terradillos, Jordi Morales-i-Gras y Ainara Larrondio-Ureta, aplican técnicas de análisis de datos masivos en redes sociales y consiguen conocer así cómo la información incorrecta y las correcciones posteriores se difunden de manera desigual en una red altamente politizada a la que diferentes grupos de usuarios están expuestos sin ejercer o siquiera disponer de capacidad crítica suficiente.

Leticia Rodríguez-Fernández, completa el recorrido por el uso de la información trucada en política con su artículo *Junk News* y "medios de desinformación" en la campaña electoral del 10-N (España) analizando el contenido de varias páginas españolas, identificadas dentro del denominado "ecosistema desinformativo".

Las técnicas "*news find me*" son el objeto de análisis del artículo de Francisco Segado-Boj, Jesús Díaz-Campo, Enríque Navarro-Asencio y Lorena Remacha-González. Tomando los contenidos sobre cambio climático consumidos por los individuos de una muestra sensible y receptiva, se analiza la evaluación y posterior interacción según la percepción del usuario sobre "encuentro" o "selección" con dichos contenidos.

Para cerrar, María-del-Carmen García-Galera, Mercedes del-Hoyo-Hurtado e Ignacio Blanco-Alfonso, se centran en el desempeño profesional. Su artículo habla de desinformación e intención comunicativa, de la responsabilidad de los periodistas de no servir de transmisores de noticias falsas por falta de rigor. La credibilidad y la confianza van minándose y se destruyen sin remedio si no se dedican recursos suficientes para producir contenidos perfectamente verificables.

Gracias a los autores y autoras y a nuestras editoras y editor, Victoria Tur-Viñes, Carmen Marta-Lazo y Jesús Segarra-Saavedra por todo su apoyo y trabajo junto a nosotros.

