



Revista de Estilos de Aprendizaje / Journal of Learning Styles

ISSN: 1988-8996 / ISSN: 2332-8533

## La verificación de hechos (*fact checking*) y el pensamiento crítico para luchar contra las noticias falsas: alfabetización digital como reto comunicativo y educativo

### Jorge Gallardo-Camacho

Facultad de Comunicación y Humanidades, Universidad Camilo José Cela (Madrid, España)

Atresmedia, Antena 3 Noticias (Madrid, España)

[jgallardo@ucjc.edu](mailto:jgallardo@ucjc.edu)

<https://orcid.org/0000-0002-9691-7811>

### Carmen Marta-Lazo

Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Zaragoza (Zaragoza, España)

[cmarta@unizar.es](mailto:cmarta@unizar.es)

<https://orcid.org/0000-0002-0004-1094>

La Sociedad de la Información se enfrenta a un nuevo contexto en el que muchos ciudadanos han pasado de ser meros receptores a convertirse en “prosumidores”, es decir, en consumidores de información que, al mismo tiempo, participan en su producción. El acceso democratizado a Internet, la creación de redes sociales y, en definitiva, la llegada de esta nueva Era Digital han facilitado que cualquier persona pueda crear información que llegue a todas las capas de la Sociedad a través de la *viralización* del contenido. De esta manera, “los paradigmas tradicionales, propios de una sociedad de masas, quedaron atrás” y se “han generado nuevas interacciones y nuevas formas de definir y pensar” (Álvarez y Botero, 2015: 11).

En este cambio de los paradigmas tradicionales, la Sociedad se enfrenta a la desinformación por dos motivos: por un lado, porque se encuentra con una sobreexposición informativa donde se hace complicado discernir entre lo interesante y lo banal; y, en segundo lugar, por la difusión de informaciones falsas a una velocidad frenética. Sin embargo, los ciudadanos empiezan a ser conscientes, al menos, de la existencia de las denominadas *fake news*, bulos o informaciones falsas. En pocas ocasiones nos encontramos con ciudadanos responsables que advierten de la falta de rigor de una noticia falsa durante sus conversaciones reales o virtuales (en grupos de Whatsapp, por ejemplo). Por tanto, ante la falta de entornos responsables o informados podríamos pasar a encontrarnos en un contexto en el que la Sociedad de la Desinformación prepondere.

Una de las primeras *fake news* de la Historia Contemporánea fue publicada por el periódico neoyorquino The Sun en 1835 cuando informaba de seres que habitaban en la Luna (Salas Abad, 2019). Pero el impacto de esa información se limitó a las zonas donde llegaba ese diario. Ahora la situación se complica porque las informaciones falsas o *fakes* alcanzan el ámbito global gracias a Internet y una mentira puede dar la vuelta al mundo en cuestión de minutos. Es decir, el problema de las noticias falsas se acentúa con las nuevas formas de comunicación digital ya que “pueden llegar a más gente, más

rápidamente, con mayor contundencia y la cascada de adjetivos es ahora inagotable y parece que nadie puede librarse de quedar sumergido en ella” (Losada, 2020: 49).

Ante esta situación, los medios de comunicación tradicionales han adquirido un papel esencial para convertirse en fuente de referencia de veracidad de contenidos. Aún así, han surgido medios digitales nativos cuyo leitmotiv se centra en el *fact checking* o verificación de hechos. Es decir, han surgido medios que basan su esencia en la definición más pura de lo que es el periodismo: intentar contar los hechos de la manera más objetiva posible. Puede sonar redundante el hecho de que un comunicador o periodista tenga que ser periodista, pero los medios de comunicación son conscientes de que no solo deben informar sobre los hechos, sino que ahora tienen también que desmentir los bulos que se difunden a su alrededor. En este sentido, uno de los mayores grupos de comunicación audiovisual de España, Atresmedia, ha apostado por poner en marcha mecanismos que garantizan la credibilidad de las noticias de los servicios informativos de sus dos grandes cadenas: Antena 3 Noticias y La Sexta Noticias. Por ejemplo, Antena 3 Noticias ha desarrollado Verifica A3N en su página web [antena3noticias.com](http://antena3noticias.com) y en su magacín informativo Espejo Público para desmentir bulos. En La Sexta, por su parte, sus redactores colaboran con el equipo de chequeo de informaciones de la *start up* Newtral especializada en verificación. Todo se debe a un “compromiso con los valores de veracidad y rigor y por ello ponemos en marcha mecanismos que garantizan la credibilidad de nuestras informaciones” (Atresmedia, 2020).

Coincidimos con González (2019: 48) cuando asegura que “se hace indispensable, por una parte, que los medios consoliden su credibilidad frente al público, que recuperen su confianza, y por otro, que frente a los beneficios de una comunicación *low cost* en búsqueda constante de la novedad, se apueste por un periodismo sosegado, de verificación y profundización de los temas”. Además, añade que es importante que la ciudadanía ponga de su parte aunque hay que “facilitarle la adquisición de las competencias mediáticas que les permita acceder, comprender, analizar, evaluar y distinguir entre las informaciones reales y las falsas” (González, 2019: 49). Gómez de Agreda (2019) también pone el foco en la educación del receptor y asevera que “la Sociedad en su conjunto –los internautas– tenemos que aprender a diferenciar las noticias de lo que no lo son. Para ello, será precisa una serie de acciones por parte de los responsables políticos tanto en el terreno educativo como en la regulación de la distribución de información (Gómez de Agreda, 2019: 21).

Pero también se pueden combatir las noticias falsas desde la Universidad. Autores como López-Borrull y Ollé (2019: 4) proponen crear sinergias entre grupos de investigación y bibliotecas universitarias para detectar *fake news* con la creación de “equipos interdisciplinarios con un plan de comunicación y presencia en medios sociales constantes y continuadas en el tiempo”. También ayuda a combatir las *fake news* el simple hecho de crear este número de revista académica y atraer las investigaciones que estudian este fenómeno desde una perspectiva crítica. Este volumen 13, número 26 de la Revista Estilos de Aprendizaje (*Journal of Learning Styles*) promueve el análisis de un problema que atañe a todas las sociedades del mundo. Los *papers* seleccionados y que se publican responden a todos los problemas expuestos y giran en torno a estas grandes líneas temáticas que tocan el problema de las *fake news* y de la verificación de hechos desde todas las perspectivas de interés social:

- El papel del poder político para evitar las informaciones falsas
- La importancia de las *fake news* en procesos donde es más peligrosa la manipulación de la Opinión Pública como en campañas políticas, elecciones, etc.
- El coronavirus COVID-19 como aliado de la intoxicación informativa para la expansión de noticias falsas en redes sociales: de la pandemia a la “infodemia”
- La importancia de la alfabetización visual y cómo afectan las noticias falsas en los relatos de los alumnos

Todos los autores aportan una visión novedosa sobre la situación de la verificación de datos para combatir las *fake news* y recurren al pensamiento crítico como herramienta para luchar contra las noticias falsas a través de la alfabetización digital como un gran reto comunicativo y educativo.

## Referencias

- Álvarez, M. y Botero, L.H. (2015). De ciudadanos a prosumidores: nuevas representaciones y consumo, *Anagramas: Rumbos y sentido común*, 13(26), 11–15. Recuperado de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1692-25222015000100001](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222015000100001)
- Atresmedia (2020). La problemática de la desinformación, *Atresmedia*, responsabilidad corporativa. Madrid: Atresmedia. Recuperado de [https://www.atresmediacorporacion.com/responsabilidad-corporativa/informes/etica-ejercicio-profesion\\_2012050758932d900cf2c31a5c6a2c61.html](https://www.atresmediacorporacion.com/responsabilidad-corporativa/informes/etica-ejercicio-profesion_2012050758932d900cf2c31a5c6a2c61.html)
- Gómez de Ágreda, Á. (2018). Falsas noticias, no noticias falsas, *Telos*, 109. Recuperado de: <https://telos.fundaciontelefonica.com/wp-content/uploads/2018/10/telos-109-asuntos-de-comunicacion-angel-gomez-de-agreda.pdf>
- González, M. A. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información, *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 45, 29-52. DOI: <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.03>
- López-Borrull, A. y Ollé, C. (2019). La curación de contenidos científicos como respuesta a las noticias y a la ciencia falsas, *Anuario ThinkEPI*, 13, DOI: <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2019.e13e07>
- Losada, R. (2020). Las fake news en las crisis de la sociedad digital, *Más Poder Local*, 41, Abril 2020, 48-50. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7407226>
- Salas Abad, C. (2019). La primera fake news de la historia, *Historia y comunicación social*, 24(2), 411-431. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/66268/4564456552454>