

Rutinas profesionales para la verificación de datos: El caso de los periodistas de prensa en España

Álvaro López-Martín, Bernardo Gómez-Calderón y Alba Córdoba-Cabús

Universidad de Málaga (España)

En la última década, la desinformación ha tenido un impacto sin precedentes en la sociedad, convirtiéndose en un problema global con efectos en todos los segmentos de la población y ámbitos (Tandoc et al., 2018; García-Marín y Salvat-Martinrey, 2022). La difusión masiva de bulos ha agravado la vulnerabilidad de los ciudadanos frente a la mentira y la manipulación, potenciado por los cambios en los hábitos de consumo de información y el creciente protagonismo de las redes sociales como canales de información (Cunningham y Craig, 2017; González-Cortés et al., 2020; Digital News Report, 2022).

Ante este contexto, el papel del periodista es crucial para corregir la desinformación que a veces se cuela en la agenda mediática (Román et al., 2020). Ufarte-Ruiz et al. (2018) y Moreno-Gil et al. (2022) sostienen que la moderna verificación de datos o *fact-checking* requiere una formación y actualización constante en las últimas tecnologías y recursos digitales, en las herramientas de búsqueda de información y en redes sociales, e incluso en el uso de robots. A esto se añade la idoneidad de la capacitación en programación, el manejo de herramientas especializadas en verificación y el periodismo de datos, según Vizoso y Vázquez-Herrero (2019). Todas estas habilidades y destrezas, que son fundamentales para el perfil del periodista actual o verificador, son denominadas por Himma-Kadakas y Ojamets (2022, p. 883) como “herramientas forenses digitales”.

El propósito de esta investigación estriba en explorar las rutinas profesionales en materia de verificación de los periodistas españoles que desarrollan su labor en empresas de prensa o revistas, tanto en papel como digital. Para el diseño de la encuesta se tomaron como referencia estudios previos y se añadieron variables *ad hoc* vinculadas con los propósitos del estudio. En él se combinan preguntas cerradas con otras de escala tipo Likert. La encuesta se distribuyó de manera *online* en dos oleadas, obteniéndose un total de 362 respuestas.

Los resultados muestran que los periodistas dedican, por lo general, un máximo de 30 minutos para la verificación (47,5%), si bien varía sustancialmente en base de la temática de las informaciones. Los profesionales manifiestan que Política (62,4%) y Economía (37%) son las áreas más complejas de chequear. Sin embargo, el código comunicativo del mensaje no parece suponer una dificultad añadida para su verificación: el 40,1% señala que no hay diferencias entre los distintos soportes –texto, imagen, vídeo, audio...-. En cuanto a las fuentes empleadas, se constata que las de carácter gubernamental (68,5%) y las académicas o expertas (61,6%) son a las que recurren en mayor medida; también en las que más confían. Frente a esto, se evidencia el escaso protagonismo de las herramientas digitales para esta tarea, siendo residual la incidencia de uso y conocimiento que registran herramientas específicas para la verificación como Wayback Machine (14,9%), CrowdTangle (6,4%) o TinEye (2,8%). El 85,9% de los periodistas asegura que podría verificar mejor las informaciones si tuviera una menor carga de trabajo, mientras que de manera (casi) unánime (96,8%) reclaman a sus empresas más medidas contra la desinformación.

Palabras clave: Desinformación; verificación; prensa; redes sociales; herramientas digitales.