AYUNTAMIENTO DE MAIRENA DEL ALJARAFE

Curso 2020/2021

CREDIBILIDAD Y PROFESIONALIZACIÓN MEDIÁTICA ANTE LAS 'FAKE NEWS'





CREDIBILIDAD Y
PROFESIONALIZACIÓN MEDIÁTICA

Comunicación y credibilidad

Comunicación → Paralelo a la evolución de Internet, las nuevas tecnologías...

Auge de las Fake News → Provoca la pérdida de credibilidad en los medios de comunicación



INFLUYE EN LA OPINIÓN PÚBLICA

CREDIBILIDAD Y
PROFESIONALIZACIÓN MEDIÁTICA

Credibilidad de la audiencia en los medios

Ciudadanía → Desencanto con los medios de comunicación

Ciudadanía ↓ Poca percepción del trabajo de los medios de comunicación → Reflejo en encuestas y estadísticas como *Digital News Report 2020* ↓ Nivel más bajo de los últimos cinco años

36%

Confianza de la audiencia en los medios de comunicación



CREDIBILIDAD Y
PROFESIONALIZACIÓN MEDIÁTICA

Periodismo y profesionalización



Herramienta para combatir a las Fake News → **PROFESIONALIZACIÓN**

Objetivo → Información construida sobre criterios periodísticos y que no cambie los hechos acontecidos



Diferenciar siempre → Programas de información general con programas crónica social o cómicos

→

CREDIBILIDAD Y
PROFESIONALIZACIÓN MEDIÁTICA



La credibilidad informativa para los jóvenes

La credibilidad informativa en jóvenes





Credibilidad informativa → Asignatura pendiente en los medios de comunicación

Causas del origen de noticias falsas →
- Factores de diverso tipo
- Periodismo entendido como modelo de negocio

→ **DISTORSIÓN DE LA REALIDAD INFORMATIVA**

CREDIBILIDAD INFORMATIVA PARA LOS JÓVENES

La credibilidad informativa en jóvenes





Colectivo que menos cree en los medios de comunicación → **LOS JÓVENES**

Razones:

- Poca confianza en las redes sociales
- Formación general en diferentes áreas

Aumento del rechazo con el paso de los años →

CREDIBILIDAD Y
PROFESIONALIZACIÓN MEDIÁTICA



Los medios de comunicación, cercanía y profesionalización

Información local y profesionalización

Aspectos importantes de cara a la profesionalización

- **ESPECIALIZACIÓN**
- **INFORMACIÓN LOCAL**



Información local → En auge para la audiencia en los últimos años







CREDIBILIDAD Y
PROFESIONALIZACIÓN MEDIÁTICA

Información local y profesionalización

FN

Cuanto mayor sea el grupo de edad → Mayor es el consumo de información local

La información de proximidad tiene una nueva función → **VISIBILIZACIÓN**

El ámbito local → Dificultad de aparición de Fake News





→

CREDIBILIDAD Y
PROFESIONALIZACIÓN MEDIÁTICA

Información local, redes sociales y fuentes oficiales



Información local → No está exento de sufrir Fake News en su día a día

Ejemplo → Grupos de personas de un determinado municipio en redes sociales



Lector debe de buscar las fuentes oficiales de información →
- Instituciones públicas como Ayuntamiento, organismos públicos,...
- Medios de comunicación locales

CREDIBILIDAD Y
PROFESIONALIZACIÓN MEDIÁTICA



El sello de calidad, un paso más en la profesionalización y credibilidad periodística

Especialización y profesionalización



Especialización periodística → Ámbito adecuado para la profesionalización periodística

Para la profesionalización → **SELLO DE CALIDAD**



Los medios deben de cumplir criterios periodísticos

Sello de calidad

Se designa a ese medio de comunicación caracterizado por sus principios éticos de **imparcialidad, pluralidad informativa** y el **compromiso** con la sociedad de aportar una información contrastada y de calidad.



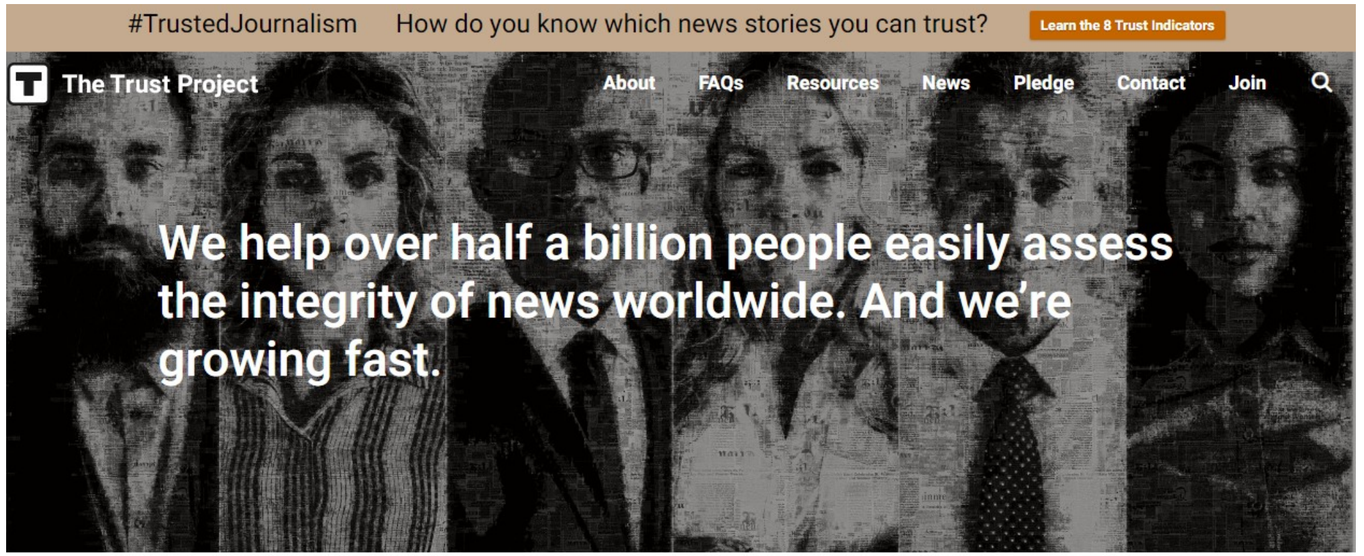
Objetivos finales del sello de calidad

- Evitar la difusión de Fake News
- Fomentar la inclusividad de colectivos y transparencia en la información

SELLO DE CALIDAD Y PROFESIONALIZACIÓN

The Trust Project (I)

https://www.thetrustproject.org/



We Stand for Integrity

Look for our 8 Trust Indicators, now presented on hundreds of news sites. They are the first global transparency standard that helps people know who and what is behind a news story: policies to ensure honesty, accuracy and fairness, commitments to own up to mistakes, details about ownership, info on a journalist's expertise, and more.

SELLO DE CALIDAD Y PROFESIONALIZACIÓN

The Trust Project (II)

The Trust Project

Proyecto consistente en mejorar la credibilidad y el profesionalismo de los medios de comunicación

Miembros → Medios de comunicación a nivel internacional



Mejora de la credibilidad de las empresas periodísticas → Indicadores de confianza

→

SELLO DE CALIDAD Y PROFESIONALIZACIÓN

The Trust Project (III)

The Trust Project



Compromiso de los medios

- Equidad y exactitud
- Misión, fuentes de financiación y estructura organizativa de los medios
- Métodos de obtención de la información
- Pluralidad de voces
- Espacios de fomento del diálogo con los lectores

The Trust Proyect → Objetivo de conseguir mayor compromiso con los medios con valores como la inclusión, la transparencia o la objetividad

→

SELLO DE CALIDAD Y PROFESIONALIZACIÓN

The Trust Project (IV)

The Trust Project



Indicadores de confianza →

- Mejores prácticas
- Experiencia del periodista
- Tipo de trabajo
- Citas y referencias
- Métodos de trabajo
- Contexto local
- Voces diversas
- Comentarios de los lectores

Medios españoles pertenecientes a The Trust Project →

El País

El Mundo

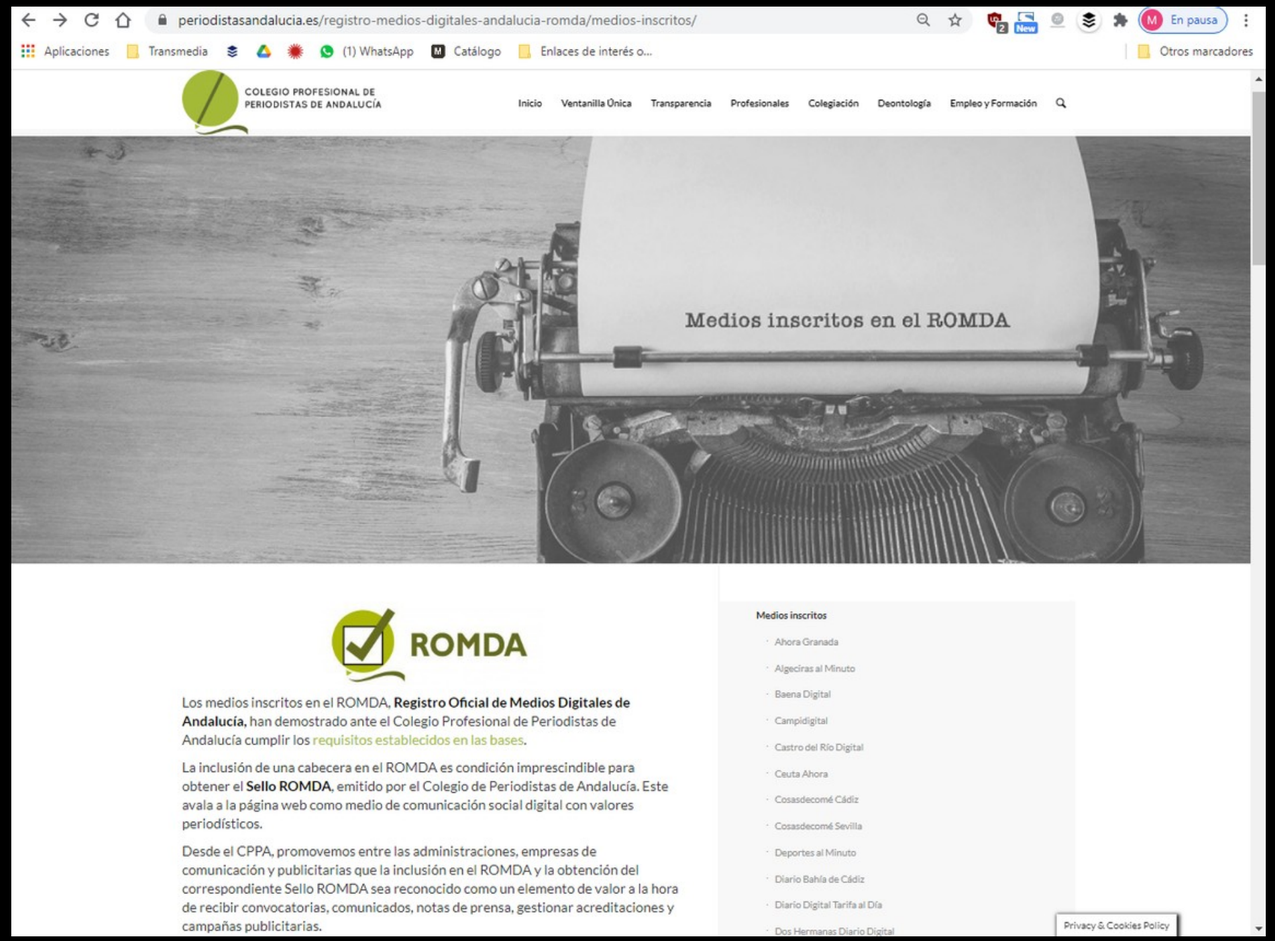
Cambio 16

Medios internacionales y agencias de comunicación pertenecen al proyecto →

SELLO DE CALIDAD Y PROFESIONALIZACIÓN

Sello ROMDA (I)

https://periodistasandalucia.es/registro-medios-digitales-andalucia-romda/medios-inscritos/



SELLO DE CALIDAD Y PROFESIONALIZACIÓN

Sello ROMDA (II)

Sello perteneciente al Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía

Registro Oficial de Medios Digitales de Andalucía

Objetivo → Labor de una cabecera digital sea valorada en el entorno digital



El Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía → Diferenciar contenidos promovidos por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) del resto de contenidos virtuales

27 medios andaluces (sumando el diario digital *Ceuta Ahora*)

→

SELLO DE CALIDAD Y PROFESIONALIZACIÓN

Medidas estatales para la profesionalización



Algunos Estados → Dedican una partida presupuestaria para financiar el periodismo de calidad

Objetivos →
- Mejor organización de la comunicación
- Evitar la creación de una lista negra de medios poco fiables



Ejemplo: Departamento de Estado de los Estados Unidos

→



CREDIBILIDAD Y
PROFESIONALIZACIÓN MEDIÁTICA

¡MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN!

Ayuntamiento de Mairena del Aljarafe

Curso 2020/2021