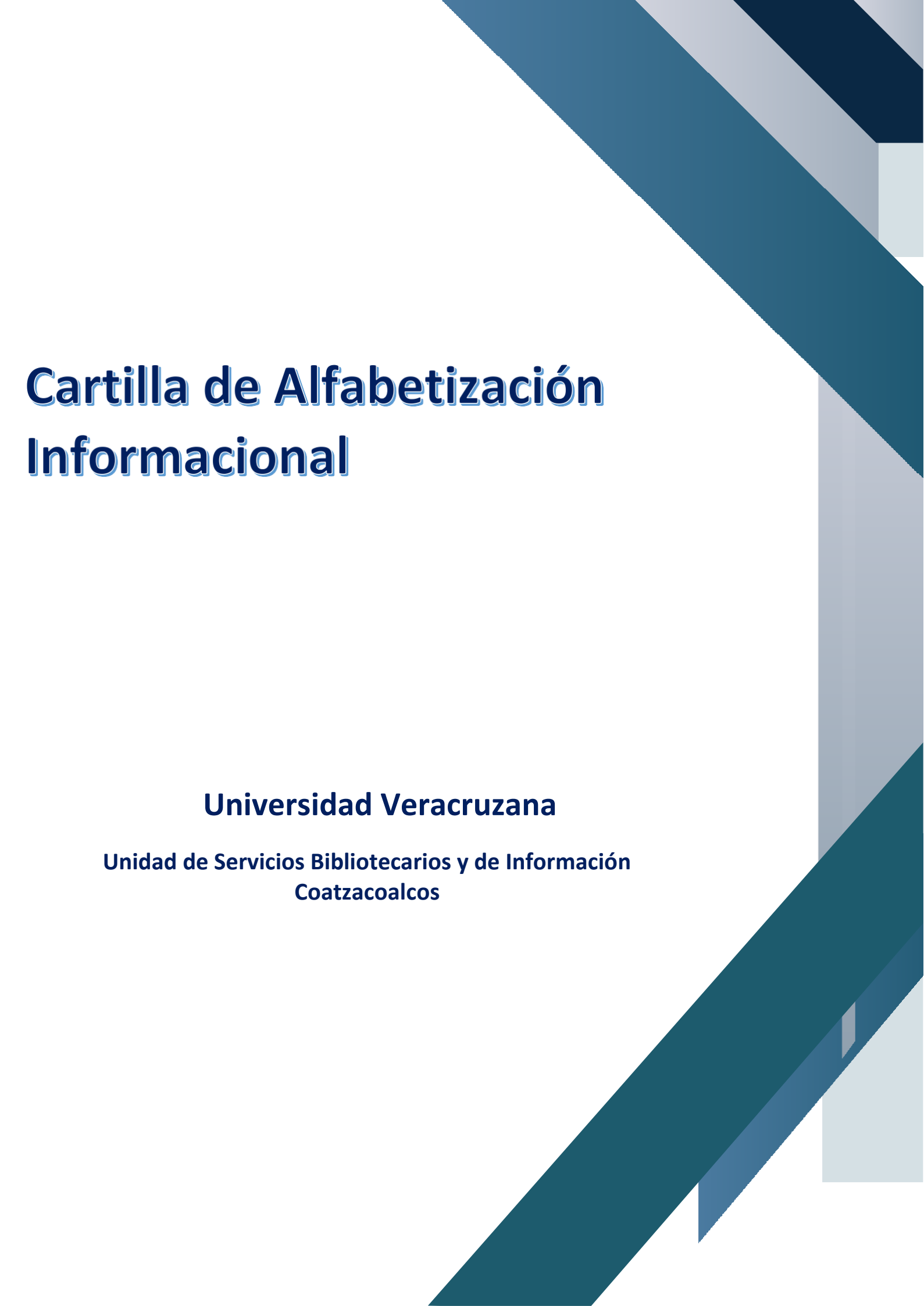




Cartilla de Alfabetización Informacional

Universidad Veracruzana

**Unidad de Servicios Bibliotecarios y de Información
Coatzacoalcos**

Universidad Veracruzana

Región Coatzacoalcos-Minatitlán

Unidad de Servicios Bibliotecarios y de Información Coatzacoalcos

Autor: Mtro. Javier Ramírez Carrillo

Diseño gráfico: Lic. Oreste Pimentel Reyes

Mayo de 2021

Contenido

3 INTRODUCCIÓN

4 LA ERA DE POSVERDAD

9 CON QUIÉN HABLO EN LAS REDES SOCIALES

14 CÓMO PROCESAR INFORMACIÓN EN ÉPOCA

DE VIRALIZAR

INTRODUCCIÓN

Se vive una época donde la información circula a una mayor velocidad en los entornos, condicionando a las personas a recibir datos a cada instante; estos datos los envían los medios de comunicación, la familia a través de WhatsApp, los maestros en las plataformas para la enseñanza digital, las pantallas de Facebook y demás redes socio digitales... es una marejada de información que obliga a aprender cómo interpretar dicha información.

La diversidad de canales por los que circula la información actual ha roto los monopolios informativos de los medios tradicionales, como la televisión o la radio, pero esta condición ha propiciado que la verificación de la información que circula quede bajo el riesgo de filtrarse con datos erróneos o falsos, lo cual coloca en una encrucijada a la veracidad de lo que se consume como una parte auténtica de la realidad.

Aunado a lo anterior, el desarrollo de programas informáticos ha permitido la creación de identidades falsas en las redes socio digitales, como el caso de Twitter, por lo que millares de personas podrían estar interactuando con perfiles que no pertenecen a persona física alguna, sosteniendo interacciones que buscan fines poco claros para las audiencias.

Esta guía es un esfuerzo didáctico para alfabetizarnos en los paisajes comunicativos que el desarrollo de la cultura digital ha traído, sobre todo en los tiempos actuales donde la verdad se está convirtiendo en rehén de indeterminadas atmósferas informativas que decrementan su valor y afectan las cotidianidades de millones de personas.

LA ERA DE LA POSVERDAD

La humanidad ha transitado por diversos momentos en los cuales ha existido la incertidumbre por saber qué es cierto o falso de los hechos que ocurren "o se dice ocurrieron" en un determinado momento. Con la llegada del desarrollo tecnológico, el acceso a la información permitiría que estos hechos fueran confirmados o desmentidos, casi en la inmediatez; sin embargo, en estas épocas del Siglo XXI se incrementa la información falsa y la verdad empieza a perder influencia y propagación e, infortunadamente, valor.

La posverdad se puede definir como la atmósfera informativa donde los hechos reales no son tomados como tales y se privilegia a las realidades paralelas (que son falsas), las cuales provocan que las personas se alejen de un análisis certero de sus realidades. Es decir, la posverdad es el consumo de información que, aunque no está

sustentada en algo real, a las personas les gusta creer que sí lo es, pues encaja con su forma de visión del mundo, con lo que quieren escuchar, con lo que les gustaría fuera o sucediera en la realidad.

Un ejemplo claro de un producto de la posverdad es la información que circula en la internet donde se plantea que existen planes "maquiavélicos" para asesinar a una gran parte de la población mundial a través de las vacunas desarrolladas para prevenir la Covid-19.



En la posverdad se privilegian las narrativas emocionales, es decir, las que se basan en las emociones, creencias populares e intuiciones, por encima de las narrativas de los hechos, pues se intenta describir un mundo posible, pero no uno real ni factible de lograr.



LA ERA DE LA POSVERDAD

En estas épocas de la posverdad, no toda la información que circula por los diversos canales que existen para hacerla llegar en segundos a millares de personas, es totalmente falsa ni busca las mismas intenciones, pues aparte de ser formada con las aspiraciones que tiene un grupo social, también existen personas o grupos que buscan otros fines al inundar con falsedades los ambientes informativos.

Por lo anterior, existen tres tipos de información que pertenecen a la posverdad:

1. La información errónea. Esta se caracteriza por ser una información que alguien publicó con datos erróneos o falsos, pero que no ha sido creada con el objetivo de causar problemas de interpretación de la realidad. Por ejemplo, cuando una persona periodista publica un dato que no corroboró con sus fuentes y que es falso.
2. La desinformación. Es el tipo de información totalmente falsa y es creada con la finalidad de causar daño a persona alguna, a un grupo social o a un país, solo por citar algunos ejemplos. Un caso de desinformación lo tenemos en las cadenas de WhatsApp que apuntan a supuestos ataques armados y rapto de personas en las escuelas de una ciudad o municipio que se encuentra dentro de un proceso electoral.
3. La información perjudicial. En este caso, la información que se difunde sí está basada en la realidad, aunque lleva matices o complementos de algo falso y se difunde, igual que la desinformación, para causar estragos en la imagen de una persona pública, de una organización no gubernamental que lucha por los derechos humanos o de territorio determinado.



LA ERA DE LA POSVERDAD

Una interrogante que debemos hacernos es el por qué se difunde de manera tan rápida y creíble la información de la era de la posverdad. Existen varias razones, enlistaremos algunas de ellas:

a) Los medios de comunicación tradicionales, como son la televisión o los periódicos, padecen un descrédito, una falta de reputación como portavoces de la verdad, lo que ha originado, gracias al desarrollo de las plataformas en internet, que surjan los denominados medios "independientes" que "informan" sin censura a las personas cibernautas sobre lo que sí "es verdad" y que "otros callan". Estos medios "independientes" pueden estar formados por personas que no tienen el perfil para ser periodistas, lo que permite que se difunda información sin corroborar o que obedece a criterios de interpretación.



b) Un gran porcentaje de personas usuarias de los espacios en la internet, no están del todo alfabetizadas sobre cómo usarlos, principalmente cuando se comparte información de dudosa veracidad, pero se utilizan justificaciones internas como: "por si acaso", "no vaya a ser cierto", "quizá no me suceda si la cadena"; es un espíritu gregario que impulsa a compartir lo que se cree servirá a otras personas.

c) La dispersión informativa ocurre cuando la información sobre un hecho determinado sucedió en alguna parte del mundo, no necesariamente en el tiempo actual, y las personas lo contextualizan o regionalizan a lugares donde no ha ocurrido.

LA ERA DE LA POSVERDAD

d) Las personas usuarias de la internet son víctimas de diversas estrategias de manipulación informativa como:

Las explicaciones que hacen las pseudociencias sobre lo que acontece en las realidades; un ejemplo de estas pseudociencias es la criptozoología, la cual se dedica a buscar a seres mágicos en la tierra.

El contenido patrocinado, es decir, el que está patrocinado por alguna persona, organización o grupo empresarial y no se especifica ello a la hora de su publicación.



La presentación de productos informativos en una narrativa de estilo Anonymous.

Algunas declaraciones de personajes públicos (como los políticos o los influenciadores de YouTube) que se emiten sin evidencia confirmatoria de lo que se habla, incluso basado solo en suposiciones o retomando otras narrativas no confirmadas que circulan en la internet.



Las teorías conspirativas que son descubiertas por "alguien" y que "develan los secretos más ocultos de la humanidad o la contemporaneidad".

Supuestas notas informativas con titulares llamativos o sensacionalistas que, al final, solo es contenido para vender algo o promover "información basura"; a esta estrategia se le denomina clickbait.

CON QUIÉN HABLO EN LAS REDES SOCIALES

La información que circula a través de las plataformas de la internet, de manera principal en las redes sociodigitales como twitter, no siempre circulan de manera orgánica, es decir, promovida por personas reales, pues existen programas informáticos que manipulan los flujos de dicha información; lo que se traduce en que algunos temas que se debaten o generan controversia en el espacio público digital son automatizados, es decir, alguien tuvo un interés en difundirlos y colocarlos en las agendas.



En este apartado, analizaremos el caso de las cuentas automatizadas (computarizadas) que hay en Twitter y que nos mostrarán que, en ocasiones, se habla con un programa informático y no con una persona.

Un bot es un programa que, mediante un algoritmo, está diseñado para repetir acciones en internet, como sería el caso de enviar correos electrónicos, responder comentarios o mensajes o tuitear algo, para lo cual siempre están simulando el comportamiento humano.

Hablar de un troll, a diferencia de un bot, es hacer referencia a una persona o grupo que casi siempre tiene una identidad desconocida, y se dedica a publicar mensajes que provocan o generan controversia y/o conflicto en las redes. Un troll puede utilizar bots para que su estrategia de ataque se incremente y se tergiverse el sentido de una conversación.



CON QUIÉN HABLO EN LAS REDES SOCIALES

Algunos personajes o grupos empresariales, por ejemplo, artistas o políticos, con cuentas en las redes, utilizan las denominadas "granjas de bots", con las cuales crean perfiles falsos en las redes sociodigitales para aumentar su número de seguidores (a estos "seguidores" falsos se les denomina "muebles"), promover noticias falsas o

impulsar temas de los que quieren se esté hablando, es decir, hacerlos virales.



El que un tema se haga viral en las redes sociodigitales es un arma de dos filos para la calidad de la información que consumen las personas usuarias en la Internet, pues por un lado podemos tener

asuntos de relevancia o interés social fuerte y por otro, temas burdos o sostenidos por información falsa que carecen de la relevancia que se les está dando, pero que están en las discusiones públicas en el espacio digital.



A las campañas coordinadas, es decir, impulsadas por persona o grupo alguno para hacerlas "masivas" a través de bots o trolls, se les denomina Astroturfing.

CÓMO PROCESAR INFORMACIÓN EN ÉPOCA DE VIRALIZAR

Lo que se consume a través de las diversas plataformas de la Internet, siempre deja una huella de esas actividades digitales; al dar un "me gusta", al compartir un video, al comentar la publicación de alguna persona famosa, se están alimentando los algoritmos de las redes sociodigitales que van "aprendiendo" (o más bien almacenando) sobre el contenido que gusta y a partir de ello edificarán una "burbuja" para solo mostrar a las personas usuarias aquella información con la que tienen "empatía".



Por lo anterior, el supuesto principio de libertad para elegir lo que se consume en la Internet, queda condicionado a las "burbujas" que delimitan gran parte de lo que las personas internautas ven, lo que demanda una alfabetización para que las personas traten de romper los cercos de contenido de los algoritmos, al igual que sepan identificar la información falsa y todo aquella que alimente los gustos populares por la posverdad.

CÓMO PROCESAR INFORMACIÓN EN ÉPOCA DE VIRALIZAR

Un primer paso para procesar información de calidad, consiste en identificar quién es la fuente que emite la información que se está consumiendo, partir de la legitimidad (que tan válida) es dicha fuente para que se confíe en ella y sobre todo, qué conocimiento o experiencia tiene relacionada con lo que está publicando.

El paso de identificar la legitimidad de la fuente exige verificar que su perfil en redes sociodigitales esté validado por la misma red donde lo ha construido, al igual que comparar la información que



está manejando sobre el tema con otras fuentes y sobre todo, analizar si los argumentos que utiliza para describir sobre lo que habla están basados en evidencias o solo en suposiciones. No olvidemos que puede existir información que es verdadera, otra que es de dudosa veracidad y la que es totalmente falsa.



En estos ambientes informativos resulta fundamental que se descarten las noticias o información que provenga de una fuente anónima o, en algunos casos, bajo pseudónimos en los cuales no se pueda comprobar identidad alguna. La fecha de publicación de la información también permite contrastar la actualidad de la misma, pues existen noticias que se reciclan, lo cual implica que ni son actuales y, por lo tanto

CÓMO PROCESAR INFORMACIÓN EN ÉPOCA DE VIRALIZAR

Otro elemento considerable para el consumo de información de calidad es rechazar todas aquellas noticias o información que no están escritas con un lenguaje propio del periodismo, por lo cual están redactadas con una mala ortografía o haciendo uso de calificativos estridentes o exagerados, son acompañadas de imágenes sensacionalistas (o de pésima calidad fotográfica) o el diseño de la página es poco profesional.

El uso de titulares llamativos o sensacionalistas, es otra característica que permite identificar la información que es de dudosa calidad, principalmente en los sitios Web que son una "imitación" de otros sitios formales como las páginas oficiales de los medios de comunicación e información. Por todo esto, siempre se debe leer la nota/información de manera completa y no solo quedarse con el titular.

Cuando una información se hace viral, es decir, que alcanza más de mil veces compartida en los diversos espacios de las redes sociodigitales, se debe considerar que esa información puede ser susceptible de irse "deformando" en la veracidad con la que se describe su contenido, pues al pasar de la redacción de una fuente a otra, se puede manipular, en términos negativos, dicha información.

