

Epílogo.

Estrategias formativas en alfabetización mediática e informacional: empoderamiento y pensamiento crítico

*Tomás Durán Becerra
Gerardo Machuca Téllez*

Son varios los casos, prácticas y escenarios descritos en este libro, todos coincidentes en la identificación de problemáticas relacionadas con la cobertura, el tipo de información, las oportunidades de inclusión de nuevos actores o con las incógnitas que un escenario de construcción de paz trae para el país, en especial desde su aproximación a los educadores. El libro recoge en sí los principales retos que el país debe afrontar y que la academia, como motor de crecimiento, debe asumir. Es también un escenario amplio de reflexión sobre las formas en que se produce y circula la información y el conocimiento, sobre los espacios de construcción de opinión pública, sobre la importancia de los medios de comunicación, del papel de este último actor en la generación de imaginarios, prolongación de escenarios o cobertura intencional. Es, en suma, un retrato del manejo de información que evidencia la necesidad de generar capacidades críticas para su comprensión en todo el conjunto de la sociedad.

En coherencia con los capítulos de este libro, identificamos que los medios de comunicación, las agencias noticiosas y en general los *big players* del escenario mediático nacional están lejos de ser los únicos responsables en la creación de los imaginarios, ideas y conceptos sobre paz e inclusión que calan en los discursos y prácticas de los colombianos, y que terminan en una representación de opuestos que normalmente no acepta puntos medios. La responsabilidad, vemos, recae fuertemente sobre los diversos actores en conflicto (grupos al margen de la ley, Estado, empresa, delincuencia común, entre otros), sobre las opiniones políticas o las culturas de permisividad de los agentes involucrados en los procesos relacionados con la reconstrucción y la reconciliación o con la justicia misma (incluida la ciudadanía en su compromiso de perdón, apertura y generación de nuevas oportunidades). Pero más allá de esta pluralidad de ruidos y

agentes identificados, el mayor responsable del gran fenómeno de desinformación y polarización que vive la nación resulta ser la precarización de las condiciones de acceso, comprensión, tratamiento y utilización de la información que todos ellos generan.

Lo anterior envuelve una realidad más compleja de lo que se observa en un primer plano: incorpora la necesidad de reconocer una problemática de carácter sistémico, de una estereotipación de los agentes involucrados, en especial de las víctimas. También en la fijación de una idea de paz asociada a la desmovilización y cese de hostilidades, que deja de lado la generación de país y reconstrucción de una paz social y, en un sentido práctico, el reconocimiento del ciudadano como un agente activo que adquiere responsabilidades en la construcción del tejido social. En perspectiva, resume la tarea aún pendiente del sistema educativo nacional, del papel histórico del Estado en procura de una educación de calidad que permita el empoderamiento y pensamiento crítico de los ciudadanos.

En definitiva, se trata de escenarios de formación que retratan una realidad nacional donde la educación se ha medido más por cobertura que por calidad, y en la que el ciudadano no ha recibido las herramientas suficientes para enfrentar los imaginarios relacionados con contenidos noticiosos de forma crítica, reflexiva y constructiva. Una consecuencia probable de la escasa presencia lograda por las instituciones nacionales en los territorios.

En un recuento como el anterior, el reto que se constituye no es otro que el del empoderamiento ciudadano por medio de la adquisición de competencias mediáticas e informacionales (entre otras) que permitan a los ciudadanos apropiarse los medios a su alrededor (Fleming, 2014), adaptarse a los flujos de información y contenidos propios de las sociedades hiperconectadas o en proceso de masificación de fuentes de información y engendrar en pleno el deseo y competencias para aprender a lo largo de la vida (Salvat y Serrano, 2011). Esto sin detrimento del compromiso de responsables de política pública y entes reguladores por contribuir a la mejora permanente de la calidad de la educación y de la información difundida.

Pero cómo lograr este escenario ideal. La respuesta es incierta, aunque varios caminos se abren, y su punto en común puede ser la cooperación entre agentes educativos y medios de comunicación.

Existen escenarios de mayor atención, como son los conocidos y bastante mediatizados escenarios de noticias falsas (*fake news*), que

han permitido observar esfuerzos de recopilación y actuación conjunta por parte de agentes educativos y medios. Examinemos dos ejemplos puntuales —identificados en los portales de la National Broadcasting Company (NBC) y *Harvard Summer School*— que traen consigo recomendaciones para que el usuario logre identificar los contenidos que intencionalmente buscan generar un escenario informativo falso (o de desinformación) (Davis, 2016).

Para la NBC, lo más importante es tener en cuenta que no todo lo que se ve o escucha en los medios de comunicación es cierto, y mucho menos la autoría que se les atribuye en las redes sociales y de información. Sus recomendaciones, por obvias, no dejan de ser importantes y resaltan la labor de investigación formativa que el lector debe realizar (Thurrott, 2018):

Cuestiona la fuente. No es solo preguntarse si las fuentes provienen de una agencia noticiosa o diario. Se trata también de medir el prestigio que tienen, sus ideologías, su corte político. Son elementos que el lector debe indagar. En ocasiones, se reproducen informaciones de organizaciones inexistentes, que simulan ser diarios o cualquier otro tipo de organización en apariencia competente para entregar una información. La recomendación es validar sus registros y preguntar en la misma web sobre su autenticidad.

Busca una confirmación. Si la información recibida no obtiene eco en grandes plataformas de información (diarios y portales) es muy posible que sea falsa o que no contenga información adecuada, así su eco se dé en redes sociales. Las empresas de información responsables se toman un tiempo para validar sus publicaciones, pulirlas o contrastar los hechos.

Acude a páginas reconocidas por su imparcialidad. Existen páginas dedicadas a la comprobación de hechos o fuentes alternativas de información que gozan de buena reputación. Aunque las metodologías de comprobación de hechos (*fact checking*) no aseguran que no existan errores, sí disminuyen significativamente la posibilidad de caer en ellos. En Colombia una iniciativa que contiene esta metodología es LaSillaVacía, muy al estilo de *PoliFact* o *FactCheck*.

Denuncia las informaciones falsas. La recomendación es denunciar, pero sin generar burla. El objetivo es evidenciar las fuentes falsas y el ruido mediático.

En este mismo corte, investigaciones relacionadas con la alfabetización en información noticiosa (*news literacy*), que incluyen aportes del *Pew Research Center* (Mitchell, Shearer, Gottfried, y Barthel, 2017), dan cuenta de un muy bajo nivel en las actitudes críticas de la audiencia frente a la información, lo que genera una reproducción de los contenidos malintencionados o falsos. El portal de *Harvard Summer School* plantea también cuatro elementos esenciales que potencian la capacidad crítica frente a la información (Nagler, 2018):

Examina la credibilidad de quien publica. Además de revisar el tipo de dominio y su certificado de seguridad (todas las páginas confiables lo tienen), es necesario validar la manera como el artículo referencia la información. Un alto índice de reproducciones en línea no es sinónimo de credibilidad. Esto implica validar el punto de vista de quien escribe y, por supuesto, del editor.

Verifica la calidad y estructura temporal de la pieza informativa.

Las publicaciones curadas y editadas tienen muy pocos (o no tienen) errores ortográficos o de sintaxis; una entradilla o encabezado con errores es sinónimo de baja calidad. El mal uso de signos de puntuación o cambios de fuente/tipo de letra muestra estructuras tipo *mash-up* que denotan compilaciones de información poco cuidadas. Muchos de los contenidos viralizados utilizan información antigua, fotografías o vídeos que no se corresponden con la situación narrada. Las imágenes y datos en los artículos son fácilmente trazables en internet, la mejor herramienta para ello es el mismo portal de búsquedas *Google*. El valor histórico de los hechos mencionados debe guardar relación con la noticia, un bajo nivel de relación es indicio de información falsa o malintencionada. Esto es extensible a los personajes públicos que se relacionan con los momentos o hechos históricos narrados.

Valida las fuentes y citas. Así como analizamos el manejo de la información y la forma de referenciar, es preciso comprender la manera como un contenido llega a un *feed* o perfil. ¿Es un elemento compartido por un amigo? No necesariamente. Existen diferentes estrategias para el impulso de información. La atención debe ponerse sobre los contenidos patrocinados, también sobre las páginas que hacen uso de estructuras de pago por clic, que conducen a estrategias denominadas como anzuelos o enganches y cuyo interés principal es generar

mayor ingreso económico o enlaces a un anunciante. Estos contenidos se caracterizan por tener títulos llamativos, seguidos de introducciones innecesariamente largas que no llevan a la información prometida. Comprender las estructuras de posicionamiento web es una ganancia importante para un consumo crítico de información. Las afirmaciones por terceros van entrecomilladas, acompañadas del lugar y el momento en que se hicieron. Acusaciones sin fuentes, sin el uso de expresiones propias del periodismo, como *presunto* o *posible*, son un síntoma de difamación o información falsa o malintencionada. Un mecanismo para enfrentar lo anterior es contrastar si la información existe en otros medios o repositorios y si esta ha sido modificada.

Pregunta a los profesionales. Como lo menciona también NBC, existen plataformas dedicadas a comprobar hechos. Aunque en Colombia estas no están generalizadas, existen posibilidades para realizar este tipo de validaciones.

Observamos con estas recomendaciones que aún existe un enorme reto por generar consciencia sobre la información consumida (Pérez, 2002). La desviación de atención no siempre es consecuencia de información falsa. La entrega de información y su propuesta espaciotemporal dan cuenta de estas intenciones. Un ejemplo puntual es el fenómeno conocido como cortina de humo. Se trata de desviar la atención del hecho potencialmente destabilizador mediante la introducción de ruido en el debate. Esto se logra a través de entregas de información intencionadas en interlocuciones mediatizadas, columnas de opinión, alocuciones de personajes públicos o comunicados de organismos públicos o empresas privadas con posibilidad de incidencia, entre otros (Green, Ottoson, García, y Hiatt, 2019). Los parámetros de vigilancia y crítica frente a la información son, en cualquier caso, los mismos.

Tras pensar en los escenarios de construcción de paz, y en el papel que tienen los agentes educativos e informativos, nos permitimos, a manera de cierre, contribuir con un decálogo de elementos que pueden potenciar una mejor comprensión de la información que a diario recibimos sobre el proceso y, por tanto, redundar en una mejor implementación de este. Articulamos, a manera de estrategia pedagógica para este decálogo, que debe impulsarse desde la escuela y las estrategias de responsabilidad social de las empresas

de medios, una propuesta para su socialización e incorporación en las prácticas cotidianas. Con él, esperamos contribuir a la mejora continua de la competencia mediática de la ciudadanía.

Decálogo

Información, medios y construcción de paz

- 1. Comprende los alcances de la información.** Es deber de los medios, de los docentes, de los padres y de cualquier parte interesada el hablar con claridad sobre la información y la desinformación, y sobre sus alcances. No implica pensar que todo es falso, es, sobre todo, comprender que la información no siempre se entrega desinteresadamente: es frecuente que se haga en momentos determinados, con intenciones declaradas. No todo es una simple noticia, existen decisiones, agendas, ruidos, agentes y momentos programados para la entrega de información. *Piensa cuál es el objetivo.*
- 2. Diversifica tus fuentes de información.** Casarse con una única fuente de información (diario, portal, etcétera) o con un único canal (*Facebook*, *Twitter*) reduce el espectro de comprensión del problema y la información disponible. Los diarios responden a intereses de grupos económicos, a razones de Estado o líneas editoriales. Las redes están mediadas por las preferencias de conocidos y amigos y por empresas de publicidad, así como por algoritmos y máquinas que aprenden y segmentan el tipo de información que puede llegar a aparecer en un perfil. *Rompe las barreras mediante exploraciones propias a fuentes alternativas de información.*
- 3. Comprueba la veracidad de lo que consumes.** Verifica la línea editorial del diario. Revisa el tipo de plataforma a la que se atribuye una información. Valida los enlaces y tipo de dominio. Estudia la coherencia de la información, las imágenes que utiliza, las fuentes que cita, el lenguaje que emplea. *Si la fuente no te suena después de una búsqueda simple, probablemente no existe o está mal adjudicada.*
- 4. Revisa la coherencia y calidad de la información.** Ten presente la ortografía y sintaxis. Si este no es tu fuerte, revisa la coherencia del texto, los episodios que relata, a quién se adjudica la información referenciada. *Tu sentido común es una herramienta potente, si algo te genera sospecha búscalo en la web, la mayoría de las veces tendrás razón.*

5. **Estudia las estructuras de medios de tu entorno.** Explora las organizaciones de medios de tu país, infórmate sobre quién detenta la propiedad, si existe concentración horizontal o vertical (Vedel, García-Graña y Durán-Becerra, 2017). Esto permitirá establecer su capacidad de independencia, algo indispensable en un escenario de reconciliación como el que vive Colombia. *No caigas en la información de los mismos, procura contrastar.*
6. **Ten presente la intención del informante, sea este un medio o no.** Como en el punto anterior, es importante identificar qué se busca al entregar una información. Aprender a diferenciar hechos aislados de hechos narrados con alguna intencionalidad puede tomar tiempo; sin embargo, las herramientas mencionadas en este texto pueden ayudar. Identifica si se polariza la información, si se desestiman versiones sin presentar argumentos válidos para hacerlo, si se plantean hechos más grandes o más mediáticos para desviar la atención sobre un particular. *Quién habla representa unos intereses, tenlo presente.*
7. **Tómate el tiempo de aprender a rastrear información.** Existen múltiples herramientas para rastrear información, imágenes, videos. Subir una pieza audiovisual a *Youtube* genera un registro inmediato sobre si ha sido publicada con anterioridad en otras plataformas, lo mismo sucede con las imágenes en *Google*. Haz uso de buscadores de información. *Las fuentes académicas son valiosas, si no tienes acceso a ellas, utiliza Google Scholar.*
8. **Piensa antes de dar clic o compartir.** Esta estrategia es fomentada por Unesco en el marco de la estrategia *MIL-Clicks* (Unesco, 2016). Es una invitación a tener en cuenta los alcances de lo que se publica, los límites legales de lo que se comparte o dice en una plataforma. *Si ya sabes que no todo es verdad, piensa antes de compartir o abrir un contenido.*
9. **Sé paciente y comparte con respeto tu habilidad.** Invita respetuosamente a los demás a valorar la información. Las estrategias de polarización y confrontación no contribuyen al aprendizaje. Comparte herramientas y conocimiento sobre maneras para detectar contenidos falsos o fuentes de riesgo. *Haz parte de la solución.*
10. **Aplica tu conocimiento para generar un ambiente de convivencia, comprensión y construcción de estadios de paz.** La alfabetización mediática e informacional es parte

importante de las estrategias de desarrollo humano. Cualquier escenario para su potenciación es necesario y genera resultados positivos. Aplícalo en tu profesión, en escenarios formativos, en tu empresa. *No reproduzcas imaginarios que pueden ser impuestos, aplica lo identificado y crea tu propia opinión.*

De esta manera, damos cierre formal a esta primera serie de reflexiones, diálogos y aplicación de resultados de investigación. Se hace entrega de un cúmulo de experiencias, miradas y recomendaciones que deben contribuir a la formación de ciudadanos críticos, al reforzamiento del sistema de educación y al compromiso de los medios de comunicación por influir de manera positiva en la construcción de escenarios de paz. Es, igualmente, una invitación a seguir atendiendo estos espacios, a replicarlos y darlos a conocer como parte de las estrategias de formación que el país debe atender en el futuro más inmediato.

Referencias

- Davis, W. (05 diciembre de 2016). *Fake Or Real? How To Self-Check The News And Get The Facts*. Recuperado de <https://www.npr.org/sections/alltechconsidered/2016/12/05/503581220/fake-or-real-how-to-self-check-the-news-and-get-the-facts>
- Fleming, J. (2014). Media Literacy, News Literacy, or News Appreciation? A Case Study of the News Literacy Program at Stony Brook University. *Journalism & Mass Communication Educator*, 69(2), 146–165. doi: <https://doi.org/10.1177/1077695813517885>
- Green, L., Ottoson, J., García, C. y Hiatt, A. (2009) Diffusion Theory and Knowledge Dissemination, Utilization, and Integration in Public Health. *Annual Review of Public Health*, 30, 151 - 171. doi: 10.1146/annurev.publhealth.031308.100049
- Mitchell, A., Shearer, E., Gottfried, J. y Barthel, M. (07 julio de 2017). 1. Pathways to news. *Pew Research Center. Journalism & Media*. Recuperado de <http://www.journalism.org/2016/07/07/pathways-to-news/>
- Nagler, C. (2018). 4 *Tips for Spotting a Fake News Story*. Recuperado de <https://www.summer.harvard.edu/inside-summer/4-tips-spotting-fake-news-story>

- Pérez, J. (2002). *Comunicación y educación en la sociedad de la información: nuevos lenguajes y conciencia crítica*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Salvat, G. y Serrano, V. (2011). *La revolución y la sociedad de la información*. Sevilla, Zamora: Comunicación Social.
- Thurrott, S. (13 marzo de 2018). *How to spot fake news in your social media feed* [N. News, Productor]. Recuperado de <https://www.nbcnews.com/better/news/can-you-spot-fake-news-your-feed-ncna854036>
- Vedel, T., García-Graña, G. y Durán-Becerra, T. (2017). *Media pluralism monitor 2016: monitoring risks for media pluralism in EU and beyond. Country report: France*. European Commission Publications Office; Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF) at the European University Institute.
- Unesco. (2016). *Pacto de MIL CLICKS. Pensamiento crítico y clic inteligente*. Recuperado de https://en.unesco.org/sites/default/files/mil_clicks_pact_spanish.pdf

Son varios los casos, prácticas y escenarios descritos en este libro, todos coincidentes en la identificación de problemáticas relacionadas con la cobertura, el tipo de información, las oportunidades de inclusión de nuevos actores o con las incógnitas que un escenario de construcción de paz trae para el país, en especial desde su aproximación a los educadores.

El libro recoge en sí los principales retos que el país debe afrontar y que la academia, como motor de crecimiento, debe asumir. Es también un escenario amplio de reflexión sobre las formas en que se produce y circula la información y el conocimiento, sobre los espacios de construcción de opinión pública, sobre la importancia de los medios de comunicación, del rol de este último actor en la generación de imaginarios, prolongación de escenarios o cobertura intencional. Es en suma un retrato del manejo de información que evidencia la necesidad de generar capacidades críticas para su comprensión en todo el conjunto de la sociedad.

ISBN: 978-958-8191-57-7



9 789588 191577



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Miembro de



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



United Nations Alliance of Civilizations
UNITWIN Cooperation Programme on
Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue



Cátedra AMIDI-UDG