

De lectores e infoxicación en la red

Gutiérrez Ruiz, Niza del Consuelo

2015

<http://hdl.handle.net/20.500.11777/2152>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

De lectores e infoxicación en la red

No todo lo que leemos en la red es verdad y la *infoxicación* se hace presente en éste medio. Tal como lo aborda Moreneo (2010), al utilizar dicho término como “situaciones de intoxicación informativa, especulaciones sin base científica, adulteraciones o interpretaciones malintencionadas”. En este mismo sentido, uno de los sitios más conocidos por los internautas, es [El Deforma](#), sitio dedicado a la producción de notas periodísticas, pero con un tinte de sarcasmo, humor y crítica. Tal es el impacto, que existen usuarios que con solo ver el título asumen como realidad el contenido. No es que esté mal consultar sitios así, al contrario son útiles para ver los contrastes generados sobre algún tema en particular, pero más importante es aprender a distinguir entre hechos y opiniones, así como la autenticidad de los sitios que publican.

Tal como ocurrió en días pasados, comenzó a circular por la red social Facebook, la publicación (en sí, un copy-paste realizado por diferentes usuarios), que decía lo siguiente: *“Canal 13 noticias sólo estaba hablando acerca de este cambio en la política de privacidad de Facebook. Mejor prevenir que lamentar. A partir del 27 de septiembre, 2015 a las 10:52 pm hora estándar del este, no doy Facebook o las entidades asociadas a Facebook permiso para usar mis imágenes, información o publicaciones, tanto del pasado y el futuro. Por esta declaración, doy aviso a Facebook que está estrictamente prohibido divulgar, copiar, distribuir o tomar cualquier otra acción contra mí en base a este perfil es información privada y confidencial. La violación de privacidad puede ser castigada por la ley...”* dicho mensaje finalizaba con un “tienes que copiar y pegar” en el muro de la red social, a fin de dar a conocer dicho acontecimiento y prevenir al resto de sus amigos.

Lo anterior generó incertidumbre en aquellos que alcanzaron a verlo e inmediatamente realizaron la acción solicitada (por si las dudas). Dejando en evidencia la reproducción automática del mensaje sin comprensión del contenido o sus antecedentes. Además a través de algunos espacios digitales se aclaró y uno de ellos fue [El Financiero](#), a través de su nota en Blog, titulado: ¿Facebook te va a cobrar por cuidar tu privacidad?, escrito por Nelly Acosta, donde aclara que es responsabilidad del propio usuario/dueño de la cuenta, no de la red social. Es decir, uno configura su espacio de acuerdo a sus necesidades para mantener la información pública o no y particularmente, sumando la característica de consultar y comprender lo que se lee antes de cualquier acción a realizar, como la acción “compartir o publicar”. Para ver la nota completa: <http://www.elfinanciero.com.mx/blogs/8-bytes-1/facebook-te-va-a-cobrar-por-cuidar-tu-privacidad.html>

Aunando más en el tema de la comprensión digital, una de las comparaciones que hace Kruse (2010) sobre el lenguaje que se aborda en la red, lo plasma como un “problema complejo de la desambiguación”, enfocado al significado que para mí, tú y los demás puedan darle a una publicación (por ejemplo), tomando en cuenta la cultura, historia y contexto; cuando pertenecen a una misma comunidad (intraculturalidad), puede resultar más sencillo comprender contenidos.

Otro punto a considerar en la red, son los usuarios, ya que cualquier persona con acceso a internet puede ser partícipe de diferentes comunidades virtuales, sin importar, sexo, cultural religión, profesión, por mencionar algunos. No obstante cada uno y sin distinción puede desarrollar un perfil lector. Para esto, Cassany (2014) habla de residentes/visitantes y consumidores/productores en la red. Menciona que los residentes son aquellos que viven en la red, utilizando las diferentes redes sociales para estar en contacto con sus amigos, realizar trámites, se actualizan y están al día con lo que ocurre en el mundo real. Por su parte, el visitante digital, es visto como aquel que lleva cierta práctica en la red, pues prefiere el cara a cara para establecer relaciones o realizar algún proceso y finalmente, los consumidores o productores, como aquellos que “husmean” en diferentes espacios o redes sociales, sin hacer mucho contacto, escriben periódicamente o rara vez comparten alguna opinión. Esto puede verse relacionado con la forma de interactuar de cada uno de los usuarios a través de la red y así como de las habilidades digitales con las que cuentan para dicha interacción. No obstante, debemos estar preparados para lo que venga, disfrutar lo que leemos, pero estar seguros de la información que leemos.

Y tú ¿Cómo lees en la red?