

Qué hay que saber: *Evaluar la credibilidad de las publicaciones en las redes sociales*

Estrategias clave para evaluar cuán confiables son las fuentes y el contenido de las redes sociales



En los Estados Unidos (EE. UU.), la persona promedio pasa más de dos horas al día en las redes sociales¹, y más de la mitad de los adultos de los EE. UU. usa las redes sociales ocasionalmente para recibir las noticias². Sin embargo, la calidad de la información que se comparte en las redes sociales varía enormemente. A veces es difícil saber qué publicaciones y qué perfiles son creíbles. Esta guía está concebida para ayudarlo con esta tarea.

SIFT ayuda a determinar la credibilidad de las redes sociales

El método SIFT^{3,4} (acrónimo en inglés), creado por Mike Caulfield, experto en conocimientos digitales, es una manera de interactuar en las redes sociales y ayudar a asegurarse de que el contenido que se lee y comparte es creíble. SIFT tiene cuatro partes o pasos:

1. Detenerse (**Stop**)
2. Investigar la fuente (**Investigate the source**)
3. Buscar una mejor cobertura de la información (**Find better coverage**)
4. Rastrear afirmaciones, citas y medios al contexto original (**Trace claims, quotes, and media to the original context**)



1. Detenerse

Una de las mejores cosas que usted puede hacer cuando empieza a leer publicaciones de las redes sociales es **detenerse**. Detenerse antes de leer con demasiada atención las publicaciones en las redes sociales le permite:

- **Determinar lo que sabe** sobre la fuente de una publicación en las redes sociales.
- **Evaluar la reputación** de la fuente de información.

Esto le dará un contexto importante que podrá usar para determinar si la publicación es creíble.

A medida que avanza a las otras partes de SIFT, debe recordar lo importante que puede ser detenerse. Explorar la fuente, considerar una mejor cobertura de la información y rastrear las afirmaciones puede tomar mucho tiempo. En dicho caso, deténgase nuevamente, considere cuán valiosa es la publicación para usted, y ajuste la cantidad de atención que le dedicará.

2. Investigar la fuente



De la misma manera que lo hace cuando considera leer un libro de un nuevo autor, puede ser útil informarse sobre la fuente de la publicación en las redes sociales, incluso cómo la perciben otras fuentes confiables. Esto puede ayudarlo a comprender la experiencia que tiene la fuente con el tema, la profundidad del conocimiento que tiene sobre el tema, poner al descubierto posibles prejuicios y ayudarlo a determinar si la fuente es creíble. Cuando investigue la fuente de una publicación en las redes sociales, pregúntese:

- ¿Cuál es el área en que son expertos o en la que tienen conocimiento?
- ¿Qué causa podrían estar tratando de promover?
- ¿Cuál es su motivación para publicar el contenido?



3. Buscar una mejor cobertura de la información

Incluso si usted confía en la fuente de una publicación en las redes sociales, hay ocasiones en las que podrá dudar de las afirmaciones que presentan. En ese caso, no dependa de una sola fuente. Explore múltiples perspectivas para determinar si las afirmaciones son creíbles. Para explorar, busque:

- Coincidencias generales o discrepancias importantes con la afirmación de la fuente original.
- Información o pruebas adicionales relacionadas con la afirmación.
- Fuentes que tengan análisis más detallados de la afirmación.



4. Rastrear afirmaciones, citas y medios al contexto original

Con frecuencia, las publicaciones en las redes sociales están diseñadas para atraer atención y participación. Esto puede llevar a que los creadores de contenido sean selectivos con la información que comparten o la representen de manera que pueda ser engañosa. Por eso es importante cuestionarse qué se presenta en las redes sociales y preguntarse:

- ¿Podría faltar contexto en un mensaje, idea o video?
- ¿Los datos respaldan el título o el mensaje?
- ¿Se puede rastrear la información a su fuente?

Anatomía de una publicación creíble en las redes sociales

Una publicación del 13 de noviembre de 2024 de Trust for America's Health en la plataforma X de las redes sociales es un buen ejemplo de SIFT en acción. Analice la publicación y explore cómo funcionan juntas las partes de SIFT para determinar la credibilidad de la fuente y la credibilidad de su mensaje.



DETENERSE

Antes de involucrarse en una publicación como esta en las redes sociales, deténgase y considere lo que sabe sobre la fuente —la organización que hace la publicación— y su reputación. En este caso, conocer sobre Trust for America's Health y cómo la perciben en el entorno de salud pública ofrecería un contexto importante sobre la información de su publicación.



INVESTIGAR LA FUENTE

Es importante conocer más sobre la organización a partir de una tercera fuente. En este caso, una búsqueda de Trust for America's Health revela un resumen sobre la organización realizado por *Philanthropy News Digest*. La nota describe a Trust for America's Health como una organización de casi 25 años y da detalles sobre su misión, sus antecedentes, programas y fuentes de sus fondos. Una evaluación de una tercera fuente como esta puede ayudar a determinar si la organización es confiable.



Esta publicación de Trust for America's Health en X se escribió originalmente en inglés. Se ha traducido al español para usarla en este recurso.



BUSCAR UNA MEJOR COBERTURA DE LA INFORMACIÓN

Incluso cuando se concluye que la fuente de una publicación es creíble, es importante evaluar si sus afirmaciones también son creíbles. En este caso, una búsqueda de la afirmación de Trust for America's Health de que «Las vacunas proporcionan un medio eficaz para la protección contra los efectos más graves de muchas enfermedades infecciosas» muestra que la pueden validar organizaciones muy prestigiosas como la Organización Mundial de la Salud, la Facultad de Salud Pública Bloomberg, de Johns Hopkins; y la Academia Americana de Alergia, Asma e Inmunología.



RASTREAR AFIRMACIONES, CITAS Y MEDIOS AL CONTEXTO ORIGINAL

Es importante ir más allá del titular para comprender el contexto completo de un mensaje. En este ejemplo, Trust for America's Health invita intencionalmente al público a dos lugares, el sitio web de los CDC y la cuenta de CDCGov en X, para recibir más información sobre las recomendaciones actualizadas de vacunación. Al remitir al público a la fuente de la información, se fortalece la credibilidad del mensaje.

Recursos utilizados en la creación de este contenido:

1. Cuántas personas usan las redes sociales (Estadísticas de 2025)
2. Hoja informativa sobre las redes sociales y las noticias, 2024 - Pew Research Center (en inglés)
3. El método SIFT - Cómo evaluar los recursos y la desinformación - Guías de la biblioteca de la UChicago
4. SIFT (Los cuatro pasos) - Hapgood

(El método SIFT es una estrategia de evaluación creada por Mike Caulfield, experto en conocimientos digitales, para ayudar a determinar si el contenido de internet puede ser confiable como fuentes de información creíbles o fiables. Toda la información de SIFT en este recurso está adaptada de sus materiales con una licencia [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).)