

De la hiperinformación a la desinformación 2.0

María Guerrero Aguilar

Hablar de la irrupción y el creciente desarrollo de las Nuevas Tecnologías, así como de sus notables efectos en cualquier ámbito del ser humano, es hoy una premisa ya aceptada por todos.

Las Nuevas Tecnologías han abierto las puertas a un entorno informativo-comunicativo más accesible, global y flexible en el que una audiencia inexperta asume el papel protagonista.

Vivimos inmersos en una nueva era, la era digital, en la que comunicarse parece más fácil y al alcance de cualquiera. Los canales informativos se han multiplicado en los últimos tiempos, los formatos se encuentran sometidos a constantes cambios y las aplicaciones tecnológicas se reinventan a sí mismas cada día en busca de un nuevo avance con el que penetrar el mercado.

Lo más llamativo de estos cambios tecnológicos es que permiten una mayor participación ciudadana y con ello nuevos «usos sociales» de los medios. Esta reconversión mediática ha propiciado que las audiencias dejen de ser receptoras de noticias para ser a la vez productoras y emisoras de informaciones que luego los medios recogen en sus contenidos. Un cambio que permite un acceso a la información y a los periodistas que la construyen hasta ahora desconocidos, aumentando la capacidad de interlocución del ciudadano y su interacción con los medios.

Algunos autores utilizan ya el término *crossuser* (del prefijo *cross*-cruzar, en inglés) para referirse a esta nueva generación de consumidores que desean hacerse oír y que establecen una relación con los productores más igualitaria.

El Periodismo Ciudadano empieza a ganar peso y sin duda, las Redes Sociales facilitan su proliferación inminente. Ofrecen información global al instante que fluye sin límites ni fronteras y otorgan el testigo al ciudadano de a pie en la ardua tarea de informar.

Sin embargo, ¿estamos preparados todos para ser profesionales de la comunicación?

El debate está en la calle.

Aunque son muchos los que se niegan a aceptar esta realidad, vivimos una crisis del periodismo sin igual. El diario El País decía en el reportaje *La prensa se asoma al pago en la Red* publicado el

pasado 12 de abril que «...estamos ante un sector que en estos momentos afronta una reconversión comparable a la que sufrieron los altos hornos de Bilbao o de Manchester en los años 80...».

Asimismo, el periódico aludía a la necesidad de prosperar en la era digital como única vía de supervivencia.

Nos encontramos ante una sociedad informativa en constante cambio donde cada vez más prevalece la inmediatez sobre la reflexión, donde expresar y compartir sentimientos en entornos virtuales forma parte de nuestra rutina diaria y donde la actualidad parece regida por Twitter, así como el análisis queda reducido a 140 caracteres.

Frágiles

Ante un entorno comunicativo cambiante que se escapa, incluso, de las teorías de los expertos de ayer y hoy y que, por tanto, avanza de la mano de la improvisación ante la tutela de unos pocos; la brecha digital entre los no nativos y los que sí lo son se hace aún más profunda.

Las redes sociales son potentes máquinas de crear rumores capaces, incluso, de convertirlos en noticias de alcance global con tan sólo unos cuantos clics. La veracidad de la fuente y la fiabilidad de la información, pilares del periodismo, pasan a un segundo plano ante la primacía de la inmediatez. Sin embargo, es la rapidez con la que se difunde la información precisamente su punto más débil.

Resulta paradójico que esta nueva cultura 2.0 germine bajo la amenaza de su principal ventaja: la inmediatez.

Hoy, gracias a los Social Media la comunicación es más democrática e igualitaria. Sin embargo, a pesar de su enorme éxito y el alto número de usuarios que así lo avala, demuestran su fragilidad como fuente de información fiable.

Informados o desinformados

En un contexto comunicativo cambiante con información libre y sin barreras, resulta curioso que precisamente cuando el conocimiento está al alcance de cualquiera, se acentúe más que nunca la división entre informados y desinformados.

La información circula por Internet ajena a cualquier control y de espaldas a los principios de rigor y veracidad. Contrastar aquello que leemos, así como comprobar la fiabilidad de las fuentes que lo emiten, se convierte en una herramienta necesaria para escapar airoso del torbellino informativo que envuelve el 2.0 en el que todo cabe y vale todo.

El diario Público publicaba el pasado 19 de mayo en el artículo *Cuando las Redes Sociales generan desigualdad* que la falta de rigor ha terminado tomando la red, y en especial las redes sociales.

Resulta imprescindible por tanto, un conocimiento previo no sólo del manejo de los Social Media, sino también de la selección de la información que ofrecen, así como una actitud crítica ante todo aquello que circula por Internet.

De rumor a noticia

Las Redes Sociales se han convertido también en fuentes de información de los medios de comunicación tradicionales que han sabido incorporar sus principales ventajas a las rutinas periodísticas de siempre.

Los periodistas no pueden obviar los cambios comunicativos que acontecen a su alrededor y por ello, los medios han dado paso a una comunicación más participativa, instantánea y multimedia que invita al usuario a colaborar en la confección de la información y que, por supuesto, acude a las Redes Sociales para una mayor difusión.

Hoy prácticamente todos los medios cuentan con perfiles en medios sociales y completan las noticias que ofrecen con opiniones, testimonios e imágenes que envían sus propias audiencias. El resultado es una información mucho más cercana al ciudadano que se siente participe en la misma.

Twitter se ha convertido en una fuente de información fácil y gratuita de grandes y pequeñas redacciones con poder para alterar sus agendas y con autoridad, incluso, para ser considerado como fiable y veraz.

El poder de las Redes Sociales para llevar el rumor a la categoría de noticia es infinito y choca la pasividad de una audiencia que convierte en noticia todo aquello que está al alcance de unos cuantos clics.

Sin ir más lejos, el pasado 13 de mayo la prensa digital publicó la muerte del cantante Manolo Escobar. Twitter había difundido la noticia y en pocos minutos los medios on-line si hicieron eco de la misma. La información fue reproducida sin ningún tipo de contraste y verificación de la fuente original, lo que supuso la publicación de una información falsa que, por supuesto, fue desmentida al instante.

Los medios de comunicación se encuentran actualmente inmersos en un proceso de reinención a la deriva de un contexto comunicativo frágil e inestable.

Hoy más que nunca los principios de veracidad y rigor deben regir su trabajo y el análisis, cada vez más en peligro de extinción, debe marcar su diferencia.

La fugacidad de una comunicación inmediata

La fugacidad de la información que circula por la red es otra de las características de la cultura del 2.0 en la que todos somos difusores de contenidos y, además, contamos con multitud de canales para ello.

La sobresaturación informativa a la que estamos expuestos, así como su caducidad inmediata, ha supuesto una nueva forma de consumo de la misma. Y es que la información fluye a su antojo sin obstáculos y desaparece con el mismo sigilo con el que se expande.

Como afirma el periodista Pascual Serrano, autor del libro *La comunicación jibarizada*. Cómo la tecnología ha cambiado nuestras mentes, los ritmos de las redes sociales han desembocado en una pulsión por expandir todo tipo de información que incluso, nos llega a ocupar más tiempo que en atender nosotros mismos esa información. A su juicio, estamos colaborando a crear un universo donde todos nos dedicamos a proponer lecturas que nadie lee.

Hoy la información se cuantifica y se valora de acuerdo al número de veces que ha sido reenviada, retuiteada o valorada con un ME GUSTA.

Estamos contribuyendo con ello a crear una cultura comunicativa en la que la espectacularidad de la información que se difunde prevalece a la calidad de su contenido, y en la que la búsqueda de notoriedad y aumento del ego está por encima del análisis y la reflexión.

Cuando el conocimiento nace con el único objetivo de llegar al máximo de gente posible, sin importar cómo ni por qué, éste corre el riesgo de desaparecer cuando ya no esté de moda.

Formación Previa

La comunicación es hoy más accesible y libre que nunca. Gracias a los Social Media la información fluye sin límites ni fronteras y bajo la tutela de cualquiera. Y es que aunque son muchos los beneficios de este nuevo paradigma comunicativo, sin duda, la participación y movilización ciudadana es su principal insignia.

La saturación informativa a la que estamos expuestos requiere, no obstante, una educación y formación previa para no caer en la trampa de la desinformación y sobre todo, para conocer los entresijos de esta nueva comunicación que nace con vocación igualitaria pero que corre el riesgo de provocar mayor desigualdad entre sus usuarios.

María Guerrero Aguilar es periodista. Antigua alumna de la Universidad de Málaga.

R. G. Gómez/ S. Pozzi. *La prensa se asoma al pago en la red*. El País.es. 12 de abril de 2013.

http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/04/11/actualidad/1365709436_068928.html

Escolar, Arsenio. *¿Hacia dónde va la prensa?* 20 Minutos.es. 10 de mayo de 2013.

<http://blogs.20minutos.es/arsenioescolar/2013/05/10/hacia-donde-va-la-prensa/>

Serrano, Pascual. *Cuando las redes sociales generan desigualdad*. Público.es. 19 de mayo de 2013.

<http://www.publico.es/455624/cuando-las-redes-sociales-generan-desigualdad>

Nafria, I. (2007): *Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de Internet*. Barcelona: Editorial Gestión 2000, Grupo Planeta.

Gil, V. Romero, F. (2008): *Crossuser*. Barcelona: Gestión 2000.