

De los virus informativos y la necesidad de reformular nuestras prácticas de información.

A un año de haberse decretado el estado de emergencia sanitaria internacional debido a la pandemia del Corona virus y la enfermedad Covid-19, es buen momento para reflexionar sobre las prácticas individuales y colectivas en materia de cómo se procurar información y los usos de las diferentes tecnologías o formas por las cuales accedemos a ésta.

Se ha comentado que desde el desarrollo de las plataformas digitales en la red electrónica—particularmente *Facebook*, *YouTube*, *Instagram*, *Twitter* y, sobre todo, *WhatsApp*—las fuentes de información se han multiplicado. Muchos usuarios, sobre todo los sectores más jóvenes de la población, tienden a preferir estas plataformas a los medios más convencionales, como periódicos y revistas o la radio y la televisión.

Sin duda las plataformas digitales tienen un mayor atractivo no sólo en cuanto a que ofrecen una dinámica más ágil, sino también que nos permiten comentar o registrar observaciones y replicar viralmente sus contenidos. El uso del término viral constituye de hecho una analogía precisamente con lo que ocurre en una pandemia: un agente patógeno que se esparce exponencialmente y, en poco tiempo, tiene un alcance muy amplio.

Algo semejante ocurre cuando se replica un dato, una información, un comentario o una noticia a través de las plataformas digitales, sobre todo si se emplea el formato denominado *meme* (que una imagen llamativa, con un alto índice de reconocimiento social, con un texto breve y contundente): lo que en un comienzo circula entre unos cuantos usuarios tiene el potencial de extenderse, en unas cuantas horas, a un número crecientemente grande de usuarios.

Algunos estudiosos del fenómeno, entre ellos Luis Ángel Hurtado, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, realizaron un estudio durante los primeros seis meses de la pandemia¹. En una muestra de 4000 personas (número

¹ “Estudio Nacional ¿Cómo nos informamos y reaccionamos sobre el Covid-19?”,

metodológicamente significativo) se encontró que **más del 50% de los mexicanos se actualizaba por medio *Facebook***; que el **83% había recibido información falsa** y que a más del 30% le llegó de una **fente desconocida**.

El problema que presenta este tipo de práctica es esencialmente la falta de referencialidad o verificabilidad de la información. Como se señala, mucha de la información que circula en redes y que se replica masivamente no tiene fuente u origen. Consecuentemente nadie asume la responsabilidad de su autoría y no hay forma de rastrear o verificar si lo enunciado tiene alguna validez.

Esto va generando una cultura donde la espectacularidad de la “noticia”—de suyo una práctica que definió ese tipo de periodismo calificado como “amarillista”²—pesa más que su contenido, así como su origen fuente y, por lo mismo, de quién se hace responsable de haberla emitido. El equivalente digital a lo que antiguamente se conocía como “encabezado” o noticia de “Ocho Columnas” (por el formato de los diarios) hoy es el *click bait* (anzuelo o carnada digital).

Se enuncia algo muy llamativo, espectacular, misterioso o aparentemente extraordinario, pero la nota se “corta” justo cuando se atiza al lector con un “y a qué no sabes qué fue lo que ocurrió después”, o bien, “jamás pensó que esto iba a ocurrir”. Incitado el interés (o, también, el morbo), es muy fácil pulsar el ratón para seguir leyendo. Y aunque en un alto porcentaje de veces la nota realmente no tiene nada de extraordinario, el sólo hecho de haber pulsado el botón para continuar la consulta envía una señal a la fuente que, por lo regular, implica un lector más (útil para negociar contratos de publicidad) pero, también, nos puede llevar a sitios que instalan algún tipo de programa o desatan un virus.

Independientemente de las prácticas de autorregulación que han ido asumiendo las grandes plataformas digitales, como *Facebook*, *You Tube* y *Twitter*, lo cierto es que desde el punto de vista social es urgente plantar dos cosas:

² El calificativo se empeló para referirse al periodismo que promovió William Randolph Hearst, hacia la década de 1940, de titulares llamativos y escandalosos, empleando un papel sumamente económico, de tono amarillento. William Randolph Hearst es el personaje al que da vida Orson Welles en la película *El Ciudadano Kane* (1941).

- a) Generar programas educativos desde la educación primaria o secundaria, para fomentar en los niños y jóvenes la cultura de la verificación
- b) Modificar la dinámica informativa de los medios de información convencionales, es decir, aquellos que tienen una marca o logo reconocido y que constituyen una empresa u organización informativa, para que recuperen audiencia pero, sobre todo, para que puedan establecer un punto diferencial entre lo que significa informarse a través de ellos e informarse a través de cadenas de WhatsApp u otras plataformas donde no siempre queda claro cuál es el origen de la información.

La sociedad civil organizada, el Estado y los medios de información establecidos tienen un gran reto. Recuperar la viabilidad del espacio público como un referente donde circule información confiable (i.e., la que proviene de fuentes explícitas y hay quien asuma la responsabilidad de haberla circulado) y donde se pueda generar un intercambio racional y crítico de propuestas y temas que estén por encima de la verborrea y los embustes.

oooOooo