

TWITTER

Ansiosos por la información

Twitter, la red por excelencia para informarse, en dos años creció un 142% en Uruguay, símbolo de la avidez por saber que está pasando



Es tal el bombardeo noticioso y de información que es imposible estar "al día" en todo.

TEMAS

twitter - Ansiedad sobreinformación - ICYMI

LEONEL GARCÍA | dom ene 25 2015

La primera información, el retuit de un periodista argentino, hablaba de un "incidente" en el edificio en el que vivía el fiscal Alberto Nisman, en Puerto Madero, Buenos Aires. Eso fue alrededor de una de la madrugada. Federico Lorenzo (37), un desarrollador de sitios web radicado en Rocha, quedó inmediatamente enganchado. Su interés crecía ni bien la información se sucedía, el jurista que había acusado a la presidenta y al canciller argentinos de haber accedido la impunidad de Irán por el atentado a la AMIA había sido hallado muerto en su domicilio, un día antes de presentar las pruebas ante el Congreso. "Y no me pude dormir hasta las cinco de la mañana. Me caía de sueño y la información, además, se había 'achatado'. De todo me enteraba por Twitter".

Federico es uno de los primeros usuarios de la red del pájaro que tuvo Uruguay. Y es, además, alguien capaz de devorarse toda la información que encuentre sobre un tema que le interese, seguro minuto a minuto. No es, ni remotamente, un caso aislado. Para otros también puede interesar todo lo referido al caso Nisman, pero también el ataque a la redacción de Charlie Hebdo en París, la muerte en Rocha de Lola Chomnalez, los últimos lanzamientos de Samsung y Apple, o la lesión de Luis Suárez antes del Mundial (cuyo conocimiento público, dicho sea de paso, surgió luego de un tuit de Martín Chiriguero). Es un fenómeno tan grande y tan globalizado que hasta ha surgido terminología nueva que algunos apologetas antitecnología ya ven como las nuevas plagas bíblicas: "infobesidad", "infoxicación", "FOMO", "info de feart missing out", "miedo de perderse algo", en inglés. El 2 de enero, *The New York Times* publicó un artículo titulado *La ansiedad en fin de mundo (ICYMI)*. Esta sigla es otra expresión muy común en Twitter, que significa "Por si te lo perdiste" (*In case you missed it*), con la cual autoridades, medios y empresas aportan información complementaria, de escritorio o ante el escritorio, de un tema determinado, o simplemente repiten lo ya publicado no sea cosa que se pierda en un océano de bits.

"La sigla delata la ansiedad que domina la época de Internet. Hay simplemente demasiada información legible, visible y audible para que uno pueda mantenerse al día", escribió el periodista Teddy Wayne en un mismo artículo. Un humorista estadounidense, Nick Mickowski, escribió sobre su experiencia de haber pasado mucho tiempo buceando en shows, películas y discos en *streaming*, en Twitter, Tumblr, Instagram y en cuanta cosa hubiera en la Red. "Lo logré. Estoy al día", escribió en una columna titulada *Am I caught up?* (Me puse al día). "Ahora podemos hablar sobre ellos (todos los temas posibles) y no me sentí un marginado cuando nos encontramos".

Tempos modernos.

Legos de cualquier visión fatalista, abundan quienes sostienen que esto no es más que un signo de estos tiempos. El psicólogo Roberto Balaguer, especializado en redes sociales, señala que hoy es notoria la necesidad de estar siempre al tanto de lo que pasa, algo en lo que ha influido mucho la proliferación de los celulares tipo smartphone, mucho más computadoras de bolsillo que simples teléfonos móviles, hoy en las manos de 850 mil uruguayos (uno de cada cuatro habitantes). Según el Perfil del Internauta Uruguayo 2014, elaborado por el Grupo Radar, la presencia de estos aparatos se multiplicó por siete en los últimos dos años. "Los móviles fueron una transformación, una puerta de entrada a estar alerta del ambiente: el saber en todo momento qué es lo que pasa, con los conocidos, los desconocidos y con las noticias en general. Así, la sensación de perderse algo es mucho mayor. Y términos como ICYMI responden a una necesidad actual. Hoy por defecto estás conectado, entonces por defecto tendrás que estar al tanto!", dice Balaguer.

En ese mismo tono se encuentra Daniel Mazzone, catedrático de Periodismo Digital y coordinador académico de Periodismo en la Universidad ORT Uruguay. "Lo simulacro ya no es lo excepcional sino la norma". Y expresiones como ICYMI "forman parte de las nuevas lógicas mediáticas para promover el propio producto", sea cual sea este.

El término, que excede a lo periodístico y que incluye al mundo de la comunicación publicitaria e institucional, surge en el entendido de "que todos compiten por un elemento cada vez más escaso: la atención de los usuarios, cada día más sometidos a gran cantidad de estímulos". Esta sería una paradoja de estos tiempos de hiperconexión e hipercomunicación.

Alan Mizrahi, director de Radar, señala que más que ansiedad actual, lo que había era una necesidad latente. "Al igual que el marketing, las redes sociales no inventan necesidades. En todo caso, eso es algo que ya existía. Las redes, únicamente, provocan que todas las cosas estén a la vista". Y si bien Facebook sigue reinando en ese universo en el país, con 1,7 millones de cuentas ("el 64% de los internautas locales"), Twitter, la red social por excelencia si de difusión de noticias e información se trata, es la que más ha crecido. Según el último Perfil del Internauta Uruguayo, del 7% de usuarios de 2012 trepó a un 17% (340 mil cuentas) en 2014. Eso es un aumento del 142% en solo dos años. Y es particularmente significativo que "leer noticias" o "informarse en tiempo real de lo que pasa" sean, en un 55% de los casos, los principales motivos para utilizarla, hace dos años, su uso mayoritario era, en el 50% de los consultados, "ver lo que escribían sus amigos", casi como si fuera un Facebook bis.

"Antes de Internet aceptábamos que lo que aparecía en los medios tenía una expectativa de vida de 24 horas: la noticia de ayer era la noticia de ayer y se acabó", reflexiona Wayne en *The New York Times*. Y si esa noticia perduraba, agrega, era por su impacto. Laura Gandolfo, periodista cultural y también psicóloga, define a la ansiedad como "estar viviendo en el instante siguiente todo el tiempo". Hoy, para el que tiene la posibilidad, es muy difícil que espere hasta el día siguiente para tener novedades del tema de su interés.

Titulares.

Maria Celina McCall (67), traductora y periodista, es casi una institución en la tutósfera crolla. Desde abril de 2009 ya pasó los 175 mil tuits (algo así como 83 por día) y roza los 5.000 seguidores. Hace poco pasó tres días en el Cabo Polonio. "Me quería matar y me querían matar porque vivía pendiente de dónde cargar el teléfono. ¡Desenchufate, mamá!, me decía mi hija. Pero me resulta casi imposible, pierdo la batalla de estar desinformada. Lo necesito... es como un vicio". Ha llegado a estar en un mismo tema —el caso Nisman, por ejemplo— con la radio y Twitter al mismo tiempo. Y si está en la calle, cada tanto para a revisar su teléfono. También tiene Facebook, Pinterest e Instagram. "Tengo esa ansiedad en todos los temas que me interesan, pero creo que es por deformación profesional. Yo viví en Inglaterra y leía *The Guardian*, viví en Brasil y leía *O Estado*. Incluso, cuando estaba en Río de Janeiro, trabajé en la sección internacional de *Última Hora*. ¡Internet es mi anclaje al mundo! Yo sé que hoy por hoy la gente medio que me toma como una referente (risas). Lee mi TL (twitter line) para informarse, y ya me ha encajado esa responsabilidad". No se queja, eso es seguro. Su hiperactividad en las redes es toda una prueba.

Dario Klein, doctor en Periodismo, docente y corresponsal en Uruguay de la CNN, no sabe si lo que se vive es ansiedad o "una saturación de información ya que la gente está hiperconectada". Además, "más cantidad equivale a mejor calidad". Klein duda de que eso sea así. "Si uno separa la paja del trigo, de todo lo que recibe, lo que te queda es muy poco de información buena, nueva y original".

Desde la épica periodística de Klein, esta hiperinformación —que él prefiere titular de hiperconexión— hace que "todo el mundo se informe mediante titulares". Esto es: Tabaré Vázquez se reúne con la oposición, murió un fiscal argentino que había acusado de encubrimiento a la presidenta Cristina Fernández, los atacantes a Charlie Hebdo eran fanáticos radicales. "Más o menos se tiene una idea de que en París se mataron a algunas personas, los titulares están claros. Pero a la hora de profundizar son muy pocos los que pueden aportar algo, aunque lo hay".

Y desde la perspectiva psicológica de Balaguer, la sensación es muy parecida. "Hoy se cambió el significado de estar informado. Capaz que se vive en un mundo de mayor alcance (de la información) pero de menor profundidad. Eso significa que quizá no estés realmente embebido de lo que está pasando, pero si estás al tanto, estás en esa alerta de ambiente de estos días. Sabés más de muchas cosas, si. Pero de forma menos profunda".

En ese universo inabarcable, por supuesto, abunda información de calidad y de la otra, en sitios de corte más "militante", cuando no propagandísticos o directamente mentirosos. Las cuentas falsas pululan por doquier en Twitter, medio por excelencia de la noticia al instante. "Al verse acorralado por sus propias mentiras, el fiscal Nisman decidió terminar con su vida", tuteó una cuenta falsa (@vhn590) que responde al nombre de Víctor Hugo Morales, periodista uruguayo radicado en Argentina desazonadamente alineado con el kirchnerismo. Antes de que se supiera que ese mensaje —canalisco por donde se lo mirara— era falso (la verdadera cuenta del relator es @vhn590), ya había sido contestado, faveado y hasta retuiteado por periodistas y dirigentes políticos.

¿Cómo elegir cuál es información seria y cuál no? *That's the question*. A Mizrahi, de Radar, le resulta bastante fácil darse cuenta qué merece atención y qué, lisa y llanamente, es un disparate. "Alcanza con hacer una mínima búsqueda en Google". De cualquier forma, reconoce, Internet es un terreno fértil para los adeptos a las teorías conspirativas o a las mentiras goebbelianas, dada la posibilidad de dar RT o compartir a cuanta cosa haya en la vuelta. McCall, tuitera de ley, dice que la experiencia permite discernir a quién creerle y a quién no. Y periodistas como Klein y Mazzone conciben en que, más allá de que muchos hayan profetizado la muerte de la prensa con el surgimiento de estas tecnologías, el rol del periodismo cobra más importancia que nunca (*ver nota aparte*).

Oportunidad.

Mizrahi, que vivió en Francia, se enteró por amigos que viven en ese país del ataque a Charlie Hebdo casi al instante. Estaba en un ómnibus. "Aguaré el *smartphone*, me metí en diarios franceses y abrí una app que, cuando, francísimo. Apenas minutos después me metí en Twitter y ya era noticia en Uruguay. Y si eso pasa, es porque la gente lo estaba demandando". El director de Radar repite su máxima: las redes sociales no inventan necesidades, las satisfacen.

Este atentado perpetrado por fanáticos islámicos —pero hubiera pasado lo mismo con cualquier otro tema: desde la legalización de la marihuana hasta el vídeo de una chica en el baño de hombres del camping de Santa Teresa— alimentó otro fenómeno de estos tiempos de hiperconexión. Los "debates" —de alguna forma hay que llamarlos— a través de las redes, aquí con Facebook a la cabeza, convertido en un gigantesco foro al alcance de todo el mundo (*ver nota aparte*). Pulularon los *Je suis Charlie* y los *Je ne suis pas Charlie*, cada uno de ellos acompañados con posteos de distintas notas, ensalzadas o denostadas según el interlocutor de turno. "Compartir notas afines a lo que uno piensa es un regalo de uno mismo. Es algo que pones para rebotarle al otro. Y a mí me gustaría ver si cara a cara pasaría lo mismo", opina Gandolfo, periodista y psicóloga.

El director de la agencia de publicidad *online* Pimod, Pablo Buela, no cree que haya habido un cambio en la forma de pensar en la gente. "Siempre fuimos curiosos, siempre quisimos estar informados". Así fue en la época de diarios matutinos, vespertinos y de un noticiero televisivo al día, así es en estas épocas de 342 mil tuits y 276,5 mil búsquedas en Google por minuto, y en la que en un segundo se suben 24 mil gigabytes de datos a Internet. "Pero las posibilidades tecnológicas hacen que aquello se haya acrecentado. Y a veces estar tan hiperconectados satura y cansa".

Para Buela, experto también en todo lo relacionado a las redes sociales, un desafío es poder discernir cuál es información de valor y cuál no. Otro, señalado por varios psicólogos, es encontrar períodos de desconexión, que según diferentes voces van de pocos días a varias semanas, para una suerte de "desintoxicación" tecnológica. "No está bien estar todo el día conectados. Eso es algo que, sin ser psicólogo, es notorio que genera ansiedad".

Federico Lorenzo, el desarrollador web que quedó pegado a Twitter cuando estalló el caso Nisman, dice que una vez pudo, pese a no ser optimista al principio, "pasar cinco días sin leer una noticia... bueno, cuatro". Eso no quiere decir que su desconexión sea total. "Puedo estar produciendo contenidos, como subiendo la foto de un atardecer a Instagram". Su vida social, afirma, no ha sido afectada. En todo caso, para él la ansiedad es algo normal. "Eso se debe a que tenemos la oportunidad de estar informados sobre todo. Hay muchísima información en el aire, no solo de usuarios comunes sino de medios, te puedes leer un diario de China, Rusia, Chile. Y perderse una oportunidad de esas, pucha...".

FORO DE DEBATES 2.0

Pese a su vasta experiencia en Twitter, María Celina McCall evita debatir en las redes. "Me parece una pérdida de tiempo. En 140 caracteres no se puede generar un debate serio". En Facebook, en cambio, no hay tema vedado para encarnizadas discusiones. "En todo caso, mi debate es escoger un texto con el que esté 100% de acuerdo y colgano", señala.

"Esta es una época de más debate a causa de las redes", subraya el psicólogo Roberto Balaguer. A más voces, más ruido. Si antes uno podía comentarle las noticias solo a quien tenía el lado, ahora hay un gigantesco foro virtual a su disposición. Pero eso no siempre acaba bien.

"En las redes sociales todas las voces quieren hacerse escuchar. Y es un micromundo un tanto enfermizo, donde los que suelen opinar son los más radicales, sobre todo cuando los temas son polémicos", opina el periodista Dario Klein. Pocas veces, agrega, estas discusiones parten desde algo que no sea la presunción o el prejuicio del usuario. "Dicen basarse en informaciones, pero son artículos que siempre reafirman su presunción".

SURGEN NUEVOS INTERESES

Según Daniel Mazzone, catedrático de Periodismo Digital de la Universidad ORT, la sociedad de redes permitió comprobar que "lo que suele llamarse periodismo puro y duro constituye el interés de porcentajes muy pequeños del público" y que había demasiados "centros de interés del público" a los que rara vez los medios tradicionales le dedicaban portadas. "Este ha sido otro cambio gigantesco que todavía está en curso".

Los nuevos tiempos de la comunicación, agrega el catedrático, son parecidos a los cambios producidos en el mundo de la industria: las decisiones adoptadas de forma vertical y cupular están siendo sustituidas por lo que él llama "un ecosistema hipermediático".

"La construcción de audiencias digitales varía sustancialmente. Los nuevos medios informan con el público. Y esto genera una situación conflictiva porque mientras el viejo sistema industrial filtraba según los intereses y criterios de pocas personas, el actual sistema, que tiende a lo conversacional, filtra en forma mucho más laxa, o directamente no filtra". Esto último, subraya, tiene como conclusión la proliferación de contenidos "irrelevantes o vulgares" que se asemejan a lo que un "desahogo" que a un aporte. Esto también es un símbolo de los tiempos que corren.

EL ROL DEL PERIODISMO EN MEDIO DE UNA MARAÑA NOTICIOSA

"En este momento de maraña informativa, el rol de la prensa y los periodistas se vuelve más importante que nunca. Mucha gente cree que con Internet el periodista dejó de ser necesario, pero en realidad es al revés: no hay mayor forma de ocultar información que ponerla en un lugar. Y tiene que haber alguien que haga algo con ella, la procese, la contextualice", subraya Dario Klein, doctor en Periodismo.

En épocas donde cualquiera puede informar de cualquier cosa en cualquier lugar, Daniel Mazzone, coordinador académico de Periodismo en la Universidad ORT, sostiene que "la esta profesión "se le abren nuevos campos".

"Por un lado, el periodista, sobre todo el que tiene formación académica, está equipado para comprender realidades complejas y explicarlas de modo comprensible. Ello lo dota de unas capacidades excepcionales como prescriptor, que es la capacidad de seleccionar y jerarquizar, en definitiva discernir, lo importante entre los sucesos del día al día".

Mazzone, autor del libro *Huffington Post vs. New York Times*, subraya que en estos tiempos de sobredosis de información, de ICYMI y de FOMO, "la cabeza periodística es fundamental para orientar en este nuevo ecosistema, y si bien es cierto que hay mucho ruido cruzando el ciberespacio, las audiencias son cada vez más inteligentes para discernir sobre la confiabilidad de sus fuentes".

Laura Gandolfo, psicóloga y periodista en *Búsqueda*, "viejita del Facebook" y aún recelosa del universo Twitter, también es de las que prefiere confiar en la sapiencia de cada usuario. "Si soy inteligente y selectivo en búsqueda de las fuentes, siempre voy a estar bien informado".

LA NECESIDAD DE DAR A CONOCER UN TEMA

Incluso la cuenta de Twitter del presidente de Estados Unidos, Barack Obama, con 53,4 millones de seguidores del mundo, y cuyos mensajes no deberían pasar desapercibidos, utiliza la sigla ICYMI, "en especial —dice *The New York Times* en un artículo del 2 de enero— para destacar logros que a Casa Blanca pueden pensar que el público no valdrá lo suficiente, tales como el aumento del empleo "a política de seguro de salud accesible".

Que Washington acuda a este recurso muestra tanto la ansiedad que hay por la información como la que hay por informar y que todo el mundo esté al tanto. Ambas cosas se retroalimentan.

"Hoy, tanto las compañías como los individuos responsables de un trabajo son conscientes que tienen una ventana limitada de tiempo en que su contenido puede viralizarse y sobrevivir a su corta permanencia en la página original", escribió el periodista Teddy Wayne en ese artículo. La premisa en esa insistencia se basa en la razón del atilero: es si radice hace clic sobre el artículo en cuestión, ¿el tema existe?

OPINIONES

EDITORIAL DE HOY

La Constitución de 1997

La Constitución, que este mes cumple su mayoría de edad, ha probado haber aportado mayor estabilidad y legitimidad a los gobiernos de la República. No es poca cosa.



ÚLTIMO MOMENTO

Otomas noticias

Se terminó la ilusión charrúa: Johana Riva fue eliminada de Miss Universo. La modelo representante de nuestro país no logró ser finalista del máximo certamen de belleza. La 92.957

"A Mujica le faltó ejecutividad" El intendente de Florida Carlos Gindro, muy cercano al ex candidato blanco, Luis Lacalle Pou, estima... 9957

A Mujica le dejaron con las ganas. En un final de serie cargado de polémica, Farhang Farhany derrotó a Pioneres y al "blavero" m... 9957

GALLITO

Automotores Inmuebles

Trabajo Clasificados

EDICION IMPRESA

EL PAÍS
26 de Enero de 2015

Descargar PDF

Vota por esta noticia: ★★★★★ 2 votos

Comentarios: 1 | Me gusta: 21 | Twitter: 61

NOTICIAS DE HOY

SEPARADO? George Clooney en crisis con su esposa

LA TRANSICIÓN Lacalle Pou: quienes la ocupan antes deben explicar planes en

REAL MADRID La FIFA lo tiene en la mira

ENTREVISTA Oreiro molesta con que se hiciera pública la venta de su casa

tvshow

ENTREVISTA PROBLEMA Oreiro habló sobre cuando se publicaron fotos de su casa en venta

POLEMICA Viviana Saccone habló con un actor 25 años menor

FOTOGALERIA Las últimas fotos hot de Xipolitakis en las aguas de Punta

OPINIÓN PRIMERA VICTORIA DEL 2015 Pacheco y Zalayeta, volvieron y Peñarol ganó en los 90'

OPINIÓN Búsqueda, González y Ramos buscan un lugar en el equipo.

OPINIÓN LA PRIMERA FINAL DEL HEXAGONAL ES UN PARTIDO CLÁSICO.

COMENTARIOS (1)

#1 | Mediana | 25/enero/2015 | 10:26

Y sí, estamos todos como locos.

Iniciar Sesión

Usuario:

Contraseña:

Para comentar las noticias debes iniciar sesión con el usuario y contraseña elegidos al momento de registrarte.

Si no estás registrado todavía, puedes hacerlo ingresando a [Registrarse](#).

No tienes cuentas de redes sociales conectadas. Puedes acceder a [Registro de Usuarios](#) y notificar que te lo envíamos a tu email como recordatorio.