

La información instantánea

[Soledad Gallego-Díaz](#)

Todos los periodistas del mundo saben que de nada sirve tener una buena historia si no se consigue comunicarla inmediatamente. Pero el progreso, como decía Karl Kraus, celebra a veces victorias pírricas sobre la naturaleza de las cosas y un oficio, el periodismo, que se basa en tres elementos –datos exactos, contexto y máxima velocidad posible en la comunicación–, está experimentando un cambio brutal como consecuencia de los avances tecnológicos que han afectado a uno solo de los lados de ese triángulo y que están causando un enorme desequilibrio en el conjunto. La información instantánea, el *instant delivery* que ha facilitado la asombrosa y magnífica era digital, se puede convertir en una de las peores ideas del siglo XXI, un repugnante mecanismo en manos de quienes quieren cambiar la cultura de la información para despojarla de todo ánimo crítico.

La gente siempre ha querido que la información le llegara rápidamente. Incluso hay sectores que han preferido que se les facilitaran los hechos de forma inmediata, dejando el contexto para más adelante. En cualquier caso, la información se presentaba finalmente en bloques: en determinados momentos del día, los medios de comunicación intentaban presentar un recuento veraz, confirmado, de los acontecimientos de la jornada, situados en un contexto. Internet ha alterado completamente ese concepto de periodicidad al permitir el ciclo sin fin de noticias.

La rapidez casi siempre lucha con la exactitud. Los datos exigen comprobación y la comprobación, tiempo. Incluso en la prensa escrita, que trabaja con plazos más amplios, se deslizan continuamente errores de todo tipo. Es lógico que a más velocidad se produzcan más errores, y que la información en Internet esté plagada de inexactitudes. Pero ya no se trata sólo de un problema de exactitud, sino del efecto instantáneo de esos errores. Falta todavía un buen análisis del alcance en Internet de los mecanismos de rectificación. Y no caben muchas dudas sobre la facilidad con que los errores rebotan de un lado a otro de la Red sin que puedan ser perseguidos y alcanzados por esas eventuales correcciones.

Con todo, lo peor en la información *instant delivery* no es la abundancia de errores, la desaparición de la exactitud o de la minuciosidad a la hora de presentar los datos, sino la banalidad con la que se tratan los hechos, desprovistos de todo contexto. La información instantánea ha hecho que se extienda como la peste otra pésima idea que tuvo también su origen en los medios tradicionales, pero que ahora ha alcanzado un grado de contagio feroz: la objetividad periodística entendida como la obligación de exponer los dos lados de cualquier historia de forma equivalente.

La instantaneidad lleva a la espantosa práctica del periodismo de declaraciones como ejemplo de objetividad: el medio y el periodista no se pronuncian por una cosa o por otra, sino que dejan que sus protagonistas den su propia versión. Está claro que resulta mucho más rápido (y barato) reproducir instantáneamente lo que dice una persona y lo que responde otra que exigir al periodista que profundice en ese tema. El problema es que quizás una de esas personas no sabe contar lo que le pasa, pero dice la verdad, y la otra está simplemente aprovechando el mecanismo de la *objetividad* para mentir con toda desvergüenza, segura de lograr la misma repercusión y de disfrutar de una magnífica oportunidad de confundir.

Son muy pocos los periodistas y las empresas que luchan contra ese cáncer, aunque ya empiezan a aparecer los primeros valientes. La *Columbia Journalism Review* cuenta el caso de Jim VandeHei, de *The Washington Post*, reportero a cargo de la campaña de John Kerry. VandeHei hizo lo que todo el mundo: fue a una rueda de prensa de Marc Raicot, responsable de la campaña de Bush-Cheney, donde iba a comentar unas declaraciones del candidato demócrata. El periodista recogió fielmente la respuesta crítica del "otro lado", pero luego hizo algo sorprendente: aseguró que Raicot atribuía a Kerry cosas que nunca había dicho y explicó exactamente cómo estaba intentando confundir a los periodistas y, a través de ellos, al electorado. Pero, para hacer algo así, Jim VandeHei necesitó tiempo y, desde luego, hablar con los directivos de su periódico para explicar, y defender, su criterio periodístico.

El periodismo instantáneo de declaraciones –uno de cuyos grandes ejemplos es la CNN– ha llevado, además, a la explosión de lo que podríamos llamar "periodismo de expertos", la permanente difusión de los análisis de personas *expertas* que facilitan un pretendido, pseudocontexto a la información instantánea. Las empresas periodísticas, en búsqueda de la máxima eficiencia económica y de la máxima velocidad, dejan en manos de expertos, que en muchos casos pertenecen a asociaciones financiadas por grupos de presión ideológicos, el análisis de los hechos. El contexto, que antes formaba parte esencial del triángulo del periodismo, en el mundo de la información instantánea está dejando de estar en manos de los propios periodistas. Ésa será una pérdida decisiva, un cambio radical en la cultura de la información heredada del siglo xx. El éxito de la falsa objetividad y de la instantaneidad puede

corroer de verdad el periodismo hasta sus mismos huesos.

Lo paradójico es que, al mismo tiempo, es en Internet donde podemos encontrar los mejores mecanismos para luchar contra las peores ideas del siglo XXI. Es precisamente Internet el que puede dar nueva vida al periodismo de precisión y de análisis. La mala idea no es la Red, sino, como decía ya en los 50 Erwin Canham, director de The Christian Science Monitor, "la creencia de que la gente puede absorber el significado de los hechos a la velocidad de la luz". Salvo que no sea una simple creencia equivocada sino un maléfico proyecto.

Soledad Gallego-Díaz es periodista, columnista y directora adjunta de El País, diario del que ha sido Defensora del Lector.

Fecha de creación

18 octubre, 2007