

5 El alud de información

Estamos actualmente ante un doble hecho planetario: hay una explosión gigante del saber humano y simultáneamente existe la capacidad en creciente velocidad de los medios electrónicos y digitales de comunicación para codificar, organizar, relacionar y difundir la información. La ciencia y la tecnología se han aliado en nuestro tiempo para poner el conocimiento en circulación y esto no solamente a través de máquinas cada vez más rápidas y eficientes, sino de principios y sistemas organizadores.

SOBRECARGA DE INFORMACIÓN

Al entorno informativo que resulta de esta mediación, Alvin Toffler lo designa como “INFOSFERA”. Y este cambio innovativo de la información está modelando la vida social que surge. Es un componente y condicionante de esa “NOOSFERA” (la película pensante y superenvolvente de nuestra esfera), de cuya aparición y despliegue nos habla Teilhard de Chardin en su “*Fenómeno Humano* “. El uso creciente del computador personal y el acceso a redes mundiales de información tiene hoy más consecuencias que las de la invención de la escritura y la imprenta. La habilidad para utilizar un computador personal con sus variados *softwares* equivale hoy a la antigua habilidad de leer y escribir.

El magazine *Time* dedicó hace unos meses un interesante dossier al actual fenómeno de explosión masiva de información (“Las guerras de noticias. ¿Más cantidad de noticias son buenas noticias?”). A propósito del ingreso del bloque de Rupert Murdoch en la guerra de noticias todas las 24 horas en USA, enfrentando a CNN su nuevo Canal *Fox News*, que llegaba inicialmente a 17 millones de hogares, la revista analiza la

sobrecarga de información que se está dando a través de tantos medios de comunicación (periodismo, radio, TV, correo electrónico). Hay una enorme explosión de información a la que no responde algún tipo de ordenación; la información está altamente fragmentada y obedece más a intereses individuales que universales. Según el crítico del *Washington Post*, Howard Kurtz, “toda clase de advenedizos, rufianes y charlatanes han encontrado cómo entrar a la tienda de los medios.

Hoy toda clase de rumores, de sugerencias y conspiraciones logran un puesto en la pantalla de radar de los medios”. La atención del público televidente y de revistas está moviéndose de las noticias sustantivas hacia la chismografía acerca de celebridades. El caso Clinton- Mónica Lewinski es sólo un ejemplo. Se está pasando de la era de las noticias a la era del entretenimiento. James Fallows, actual editor del *US News & World Report*, tiene un libro titulado “*Amansando las Noticias: Cómo los Medios socavan la Democracia americana*” (1996), en donde recoge las críticas que se hacen a los comunicadores por haberse vuelto demasiado elitistas, demasiado volcados hacia lo propio y no hacia lo que realmente tiene importancia para la gente ordinaria, demasiado cínicos y han perdido credibilidad. Según una pasada encuesta de Time/CNN (october 21, 1996), para los americanos (algo parecido pudiera aparecer en una encuesta a los venezolanos), el 75% piensa que los medios noticieros son sensacionalistas, el 63% dice que son muy negativos, el 73% afirma que no les merecen credibilidad por su falta de precisión objetiva

Para Tom Johnson, presidente de CNN, “la gente está experimentando una enorme sobrecarga de información. Debemos encontrar formas de simplificar cómo la audiencia pueda recibir esta información”. Y para Andrew Heyward, presidente de CBS News, otro problema de esta explosión informática es “que hemos perdido el sentido de proporción:

todo está hecho de modo que parezca igualmente importante, desde la caída del muro de Berlín hasta el último escándalo en Washington”. Todo ello lleva a plantearnos actualmente (sobre todo a quienes somos por vocación educadores y orientadores de opinión), ¿CÓMO ARREGLAR EL CAOS EN ALGUN TIPO DE ORDEN INTELIGENTE?

AMANSANDO LAS NOTICIAS

El telescopio Gran Refractor del Observatorio Astronómico Nacional de nuestro Llano del Hato es ese gigantesco ojo que desde Apartaderos, se asoma cada noche al cielo estrellado para ver lo que muchas generaciones anteriores no vieron o para contemplar aumentado lo que de otra manera se vería confuso y diminuto. Lo hemos adoptado, desde hace 2 años, como logo de ésta columna semanal, porque ella quiere ser un observatorio internacional, un telescopio inteligente al servicio de todos. Quiere ayudar a que el lector común de FRONTERA, se aproxime al mundo de los fenómenos político-internacionales, poniendo a su alcance los datos que exploramos los especialistas en ciencia política y que suelen ser nebulosas para la mayoría.

Estas columnas, con mentalidad de búsqueda y pedagogía comunicacional, vienen ayudando a superar la simple información periodística de las agencias internacionales de noticias y buscan estimular una reflexión adulta sobre temas y acontecimientos internacionales de actualidad, que a todos los ciudadanos nos conciernen e interesan. Se trata de ayudar a hacer análisis de los hechos y decodificar las noticias (“amansar las noticias”). Facilitar el entender lo que se lee, oye o ve. Al lector ordinario o telespectador que ha oído la noticia o visto la imagen, hay que ayudarle a develar el sentido y que sepa lo que ello quería decir. Dos ejemplos. Cuando el rescate de los secuestrados en la embajada japonesa en Lima, todos vimos a

Fujimori subiendo las escaleras de la embajada, y en el fondo se veía el cadáver acribillado de Néstor Cerpa Cartolini. Cuando un buen comunicador escribe al pie de la imagen: “es la imagen del cazador al pie de la presa”, logra darle al común de la gente una interpretación, que es discutible pero que es plausible y lógica.

Me recuerdo, que tras el lamentable accidente en el que perdió la vida Lady Di, frente a ese mar de flores depositadas por el pueblo inglés ante los restos de la Princesa, yo comenté en esta columna (23 setiembre 97) que “ella como un símbolo expresa bien, para nuestro tiempo, realidades profundas de nuestro existir, y más en concreto las de la mujer emergente de final de nuestro siglo”. Ayudaba, así, a descubrir un sentido frente a esa marejada de flores en Kensington. Dentro de este contexto de un mundo bombardeado de información, casi noqueado por la acumulación día y noche de noticias, pero a la vez ayuno de reflexión y carente de análisis, prosigo en este sano propósito de servir de intermediario entre el comunicador y el cientista, entre el periodista de oficio y el facilitador de ideas.

Tarea que sabemos está siendo apreciada por un buen número de lectores y por las directivas y equipo periodístico de FRONTERA, que con su “web site” llega a donde no llegaba antes y está ahora disponible más allá de las fronteras terrestres de nuestro Estado Mérida y de la misma Venezuela.

FRONTERA, 15 febrero 1999