

¿Cuándo cambiamos el “ver, juzgar y actuar” por

## 1 La información en la era de la inmediatez

Xavier Besalú (GI)

Nuestra relación con el tiempo ha cambiado desde la aparición de Internet y de empresas como Amazon. Internet nos permite intercambiar mensajes, disponer de información y acceder a todo tipo de comentarios y contenidos cuando y donde queramos, muchas veces de forma gratuita. Amazon posibilita tener en casa, sin desplazamientos, en el menor tiempo posible y, a menudo, a un mejor precio, los bienes que deseamos. Vivimos, pues, en la era de la inmediatez (lo quiero, lo tengo), de la demonización de la espera (nada de colas, cita previa, compra *on line*), considerada como tiempo muerto, tiempo perdido miserablemente.

¿Cómo accedemos a la información? Según todos los datos disponibles, el acceso inicial a la información por parte de los españoles ya son las redes sociales (sobre todo, y por este orden: Facebook, WhatsApp, X e Instagram), seguidas por la televisión, la radio y, a una distancia considerable, la prensa tradicional. Es decir, que la puerta de entrada a la información ya no son las portadas de los periódicos, ni los sumarios de los informativos televisivos o radiofónicos. Sabemos bien que titulares y sumarios implican una tarea de selección y filtraje importante ante el alud de informaciones de todo tipo y lugar disponibles, antes encomendada a las redacciones de los medios de comunicación, que lo hacían en función de su profesionalidad y saber, y de la empresa o institución a la que servían, que es quien determinaba su orientación ideológica, el nicho de mercado al que querían dirigirse y las prioridades... Hoy esta tarea se deja en manos de un algoritmo, que lo hace no en función de la importancia o trascendencia de la información, sino de las preferencias manifestadas con anterioridad por el usuario. Lo que acaba imponiéndose no es el interés público, sino el interés del público concreto,

del individuo; no la objetividad, más o menos contrastada de la información, sino la subjetividad y los intereses del receptor.

Acceder a la información a través de las redes sociales implica una alteración importante de lo que parecería lógico: primero informarse, conocer los hechos; después contextualizarlos; contrastarlo con otras opiniones, interpretaciones y puntos de vista; y, finalmente, forjarnos nuestro propio criterio y actuar en consecuencia. Las redes sociales han invertido esta lógica: conectamos con los hechos a través de los comentarios, interpretaciones, reacciones y valoraciones de las plataformas y personas a las que seguimos antes que con los hechos propiamente dichos. Con una derivada significativa: el interés por la información va decayendo de año en año y cada vez hay más usuarios de las redes que prefieren ignorarla, especialmente si huele a política o a realidades como las guerras o los grandes problemas que afectan a la humanidad o al planeta...

Comprender no es lo mismo que leer los titulares; el conocimiento no se adquiere con el simple contacto con la realidad. Comprender, conocer, leer con actitud crítica y con ánimo de aprender, requiere tiempo. La lectura de un simple artículo de periódico difícilmente puede hacerse en menos de 5 minutos... Pues ese es el tiempo que, como media, destinan los usuarios a repasar toda la web de los medios de información digitales. Esta forma de informarse es de una superficialidad exasperante, que hace que todo nos suene y con eso ya nos baste... Un camino que conduce a la indiferencia, a la simplificación, a la acumulación veloz, en definitiva a la ignorancia, que nos hace inmunes a los problemas de los demás, a la complejidad y dignidad de la vida de personas y pueblos.