

# ¿Qué es la infoxicación? y su efecto en la economía.

CISC **Comentario**

Año 2017 - Mayo 8 - No. 808

Se autoriza la reproducción total y/o parcial de su contenido siempre y cuando se cite la fuente: Consultores Internacionales, S.C. © (CISC)

- Contar con mayor acceso a la información no es garantía de estar más y mejor informado.
- La sociedad actual atraviesa por una etapa de sobresaturación de información, sin distinguir lo real de lo ficticio.
- La calidad, objetividad y el contenido de la información se vuelve de vital importancia en la toma de decisiones.
- Debemos aprender a descodificar lo que hay en la web e integrar la alfabetización mediática.

El acceso a la información no sólo es un derecho esencial de todo ser humano, es además **una herramienta estratégica de poder y eficiencia que todos los agentes económicos buscan maximizar para tener decisiones más eficientes** y obtener mejores beneficios en todas sus transacciones. **Hoy el mundo tiene un acceso a la información como nunca se había visto.**

En 2001, el premio Nobel de Economía fue otorgado a Akerlof, A. Michael Spence y Joseph E. Stiglitz por sus **“análisis de los mercados con información asimétrica”**, es decir, aquellos agentes de la economía que actúan en mismo mercado pero que manejan diferentes niveles de información los cuales marcan sus decisiones.



que manejan diferentes niveles de información los cuales marcan sus decisiones.

El **mayor acceso a la información parece no ser siempre garantía de estar más y mejor informados**. La capacidad de influenciar de la prensa, la televisión y la radio está fuera de toda duda. Es indudable el avance que han tenido los contenidos *on line* y las redes sociales como fuentes de información sobre todo para las nuevas generaciones; para los medios informativos se han convertido en una manera de extender su alcance. Es decir, **Internet y las redes sociales son otro actor más en este ecosistema mediático** en el que nos encontramos y **la realidad parece importar cada vez menos**, en un mundo donde es más el número de seguidores y en número de “clicks y “likes” que la veracidad del contenido.

En los tiempos digitales que vivimos en donde domina la inmediatez, los mensajes visuales y el lenguaje comprimido de 140 caracteres, **en un mundo que tiene un constante bombardeo informativo, es entonces donde la calidad, la objetividad y el contenido de la información se vuelve de vital importancia** en la toma de decisiones. En otras palabras, **la tecnología ha facilitado el acceso a estos contenidos de manera inmediata prácticamente para todos y en tiempo real a menor costo** a través de aparatos móviles, pero entonces, el dilema surge en la confiabilidad.

La innovación y la tecnología nos han colocado en una dinámica impresionante; **debemos aprender a descodificar lo que hay en la web e integrar la alfabetización mediática**

como parte de nuestro sistema educativo, para que la información que procesamos sea de calidad, oportuna y nos ayude a tomar decisiones económicas eficientes.

No sólo la población juvenil o infantil que se informa a través de redes sociales debe aprender a descodificar la información, es una obligación de todos distinguir una noticia real, patrocinada o sin veracidad, de aquellas con contenido y análisis. Los **generadores de la información deben ser transparentes y objetivos, los medios deben participar con sus audiencias, reconocer errores**, con explicaciones y evolucionar junto con ellos.

Hoy, la veracidad de las fuentes, su contenido, los datos y su objetividad son la principal preocupación **en una sociedad que atraviesa por una etapa de infoxicación**. El término infoxicación, neologismo acuñado por Alfons Cornella, **se refiere a una sobresaturación de la información, una sobrecarga, estar intoxicados por tanta información como si tuviéramos sobrepeso por datos**, pero esta puede ser real o falsa, tendenciosa o anónima.

Bajo este punto, surge entonces **la necesidad de realizar un análisis crítico, con fundamentos de autenticidad y profundidad en los contenidos**, así como de tener una habilidad para calcular los hechos en la sociedad. El reto es lograr todo esto en un mundo **donde los motores de búsqueda en internet dominan las tendencias y son los algoritmos quienes determinan el tipo de noticias que aparecen en nuestras redes sociales** sin garantizar que sean reales o no.

**Los agentes económicos** como gobiernos, individuos, grupos financieros y grandes inversionistas **tenemos la obligación de informarnos adecuadamente de contar con la capacidad para separar la información y procesarla, a su vez comunicar de manera objetiva y transparente**.

Nuevas formas de comunicación seguirán apareciendo y evolucionando, **debemos aprender a distinguir información falsa de la real o simplemente acabaremos con hechos alternativos y con la pérdida de confianza en las instituciones**. Solamente potenciando la alfabetización mediática se conseguirá que la ciudadanía pueda decidir libre y autónomamente, para tener decisiones económicas más informadas y con una dinámica socioeconómica más eficiente para todos.