Ciberlibelos, confidenciales y otros artefactos de la Red

POR **OBDULIO MARTÍN BERNAL**

El creciente poder de Internet para cambiar nuestra vida y nuestro entorno es ya una obviedad, que se puede matizar pero que no hay que remarcar, si no es retóricamente. Esa capacidad de transformación, que, según y cómo, se nos antoja vertiginosa o banal, resulta muy manifiesta en el terreno de la información y la comunicación, por la sencilla razón de que a informar o comunicar, de manera directa u oblicua, se dedica una gran parte de las estructuras, sistemas, soportes y usos actuales de la Red. La ya depauperada metáfora del océano de información está empezando a quedarse aún más corta para abarcar esa ilimitable corriente que circula (más o menos) libremente por Internet. En esa corriente desembocan, de forma torrencial, medios de comunicación tradicionales y nuevos medios, plataformas alternativas, grandes portales o micromedios digitales, junto con páginas de todo tipo: institucionales, corporativas, asociativas, políticas o comerciales, de carácter informativo… Pero la verdadera crecida de este caudal se está produciendo en los últimos tiempos con la generalización de los sistemas de publicación abierta e instantánea que está lanzando a la Red miríadas de *bloggers* ?en crecimiento uniformemente acelerado? y *wikinautas*, muchos de ellos travestidos de alguna forma en *netizens reporters*, en periodistas particulares, y puede que entusiastas, presuntamente dueños de su propio medio y hasta de su quiosco, aunque éste sea sólo de vínculos. Todo ello sin contar con esa otra riada transversal de información, desinformación, debate y opinión que, desde los albores de la Red, se viene produciendo en *news*, foros, *chats* y otras modalidades cada día más sofisticadas de comunidad virtual.

Esta multiplicidad de canales y formas de comunicación ha planteado la drástica transformación de un sistema de medios brutalmente piramidal en los polos de emisión, como multitudinario, diseminado, pasivo y tendente al espectáculo, lo es en los de recepción, dentro de un contexto de fuerzas ideológicas e intereses económicos cada vez más ingentes, complejos y diversificados. Ciñéndonos al ámbito estrictamente periodístico, esta nueva galaxia informativa está generando una cultura profesional muy diferenciada, no diremos abismal por no alarmar, entre quienes trabajan ?y, sobre todo, piensan? en la Red y los que lo hacen en los medios convencionales. Los primeros, muchos de ellos de manera activa y una minoría en

Fundación Telefónica
Telefónica

clave activista, pretenden remover el coriáceo paradigma mediático actual en el único territorio que consideran hoy abonado y propicio, el de Internet, desbrozando nuevos ámbitos de acceso, de elección y de participación informativa. Trabaje en grandes plataformas digitales, en micromedios o en sus propias páginas, las ya corrientes *J-Logs*, la mayoría está tan convencida de las ventajas que ofrece el medio ?libertad creativa, interactividad, instantaneidad, carencia de presión comercial? como de sus tremendos riesgos y, por ende, de la necesidad de profundizar, no de orillar, en los retos perennes del periodismo: la calidad y fiabilidad de la información y el compromiso con los usuarios, con los que, en este caso, además interactúa. Fía para ello, de una manera que parece ingenua, tanto en el valor de conocimiento colectivo («Cualquiera que trabaje con redes conoce que la Red sabe más que el individuo», asegura uno de los más prestigiosos, Dan Gillmor) como en la rapidez, facilidad y talante para corregir los errores. Pero, sobre todo, confía en los sistemas de *intercorrección* o de filtrado colectivo, que en portales como Slashdot alcanzan niveles de rigor que ya quisieran muchos de los grandes medios tradicionales, aunque éstos sean todavía casi simbólicos.

La galaxia del rumor

Pese a estos esfuerzos de los pioneros, la joven aristocracia periodística de la Red, no es oro informativo, lo que reluce en la nueva galaxia. Resulta innegable que muchas de las noticias más impactantes se anticipan hoy en Internet y que otras muchas jamás aparecerían en los condicionados medios analógicos si no afloraran desde algún rincón del ciberespacio. Pero es también una verdad compartida por casi todos ?incluidos los usuarios más enganchados? que en la Red impera y se enseñorea el rumor como gran nutriente de la comunicación: las famosas leyendas urbanas, que proliferan como hongos, repetitivas, pero con variaciones llenas de morbo, son sólo la cara más visible y pintoresca de una avalancha de *macutazos*, noticias sin contrastar o noticias a medias, intoxicaciones, ciberbulos, ciberlibelos y otros artefactos, espontáneos o proyectados, inocuos o dañinos, que componen cada día el espeso caldo de cultivo en el que se mueven muchos millones de internautas.

En este magma informativo, digamos «natural», hay algún aspecto que sí requiere una mínima observación. Sería interesante explorar, por ejemplo, las causas y consecuencias de ese calco, corregido y aumentado, de las peores mañas del periodismo analógico a los nuevos moldes de Internet. En algunos casos, son esos mismos adelantados del mundo digital quienes, por dar testimonio de «desobediencia informativa» o por simple desvinculación de la realidad terráquea (les da igual ocho noticias que ochenta rumores), trasladan a la novísima *blogosfera* lo más viciado de la vieja atmósfera.

Mas, siendo ecuánimes, el reino del rumor y del ciberlibelo periodístico en Internet lo comparten en situación de franca inferioridad con los representantes de la profesión tradicional, los que se han formado en los medios analógicos, interiorizando sus pautas, y hoy ejercen de informadores, empresarios o docentes en el ámbito digital. Miremos si no algunos de estos ciberlibelos en formato *blogs* que aparecen en determinadas Facultades de Periodismo o, lo que es mucho más instructivo, el nutrido ramillete de confidenciales que componen en España el menú informativo del desayuno de muchos políticos o ejecutivos de empresas y, lo que es más mosqueante, de muchos periodistas. Vino viejo en odres digitales. Información no

Fundación Telefónica
Telefónica

verificada, procedente de fuentes anónimas, cuyo principal valor pretende ser su carácter restringido, que, con trampa, se vende como exclusividad, por la conveniencia de usar, en vano, un activo periodístico evidente. En realidad, se trata casi siempre de rumores categorizados como noticias, con algún ribete cercano al escándalo; de filtraciones dudosas o meras invectivas, que suelen responder a ajustes de cuentas personales o empresariales y al cruce de intereses entre grupos económicos o de poder. Antes tales engendros se difundían previo pago de su importe ?aunque, hay que decirlo, con escaso rendimiento? en multicopia o por fax: hoy se universalizan a través de la Web y por *e-mail*. Pero el añadido virtual le confiere nuevas dimensiones y propósitos y no es, por tanto, nada irrelevante. La dura novedad no es que sigan mezclando información y opinión ?tal cosa se ha convertido en hábito homologado hasta en las mejores familias periodísticas?, ni siquiera ?con ser esto insensato? que opinen y hagan opinar a los usuarios sobre rumores o netas falsedades. Lo más ominoso es, sin duda, esa especie de doble bucle nada sutil que están generando: por una lado, cada vez sirven más como fuentes «autorizadas» a periodistas de medios catalogados como serios, que acogen sin rubor las «confidencias» y las transmutan en noticias fidedignas; de otra parte, están provocando un incesante movimiento de emulación en otros medios, sobre todo en la Red, que a falta de recursos mejores y más competitivos, se han apuntado a la moda. Raro es hoy el periódico, que no tiene alguna sección confidencial o de parecido estilo.

Llegados a este punto, los analistas o los guardianes de las esencias suelen invocar la deontología ?o la ética, los más solemnes? como explicación de este y otros desaguisados que se supone han llevado a una cota de mínimos el crédito social del periodismo. Quizá sea el momento de revisar a fondo ese discurso: habría que prestar mucha mayor atención a los desajustes de un sistema cada vez más elefantiásico, movido por enormes intereses entrecruzados, mientras, en el plano profesional, sería aconsejable hablar de calidad antes que de ética. También la calidad es un concepto impreciso y manipulable, pero permite referirse a cosas básicas e inteligibles como la idoneidad para acceder a una información fiable, para valorarla libre y correctamente, para garantizar que llegue de la forma más adecuada a los ciudadanos?; y apostar por que todo ello se sustente en una formación solvente, en programas eficaces de investigación teórica y aplicada, en las buenas prácticas profesionales, en los medios de referencia, en criterios de actuación transparentes y, desde luego, en un cuestionamiento permanente de la profesión y en la creciente exigencia de los usuarios. Tal vez así logremos conciliar alguna vez las normas deontológicas y los buenos propósitos con la validez y un alto nivel en los resultados.

Fundación Telefónica
Telefónica