

INFOXICACIÓN

Karina Villarroel Colque

Universidad Adventista de Bolivia

Resumen

El término “infoxicación” surge de la unión de las palabras Información + Intoxicación. Refiere actualmente a la idea de la sobrecarga de información que recibe un usuario, en especial de internet, en todas sus formas puede causar la sensación de no poder abarcar ni gestionarla, y por lo tanto llegar a generar una gran angustia. Los problemas derivados de la sobreinformación puede afectar el rendimiento personal y profesional, si se presta atención a una gran cantidad de información de manera sostenida en el tiempo y no finalizar una tarea para continuar con otra diferente, esto dificulta la desconexión de la mente y la obliga a realizar un sobreesfuerzo, es por esto que se debe reflexionar acerca de -cómo nos informamos- y qué -métodos y herramientas utilizamos- para gestionar la información.

Palabras clave: Infoxicación-sobreinformación-dieta digital

Licenciada en Ciencias de la Educación, Universidad Adventista de Bolivia. Realizó estudios de Maestría en Educación Superior en la Escuela Militar de Ingeniería. Se desempeña como docente en el área de estadística y técnicas de estudio.

villarroel.gta@gmail.com

En una sociedad donde se generan enormes cantidades de información, acuña la frase: “Estamos informados de todo..., pero no nos enteramos de nada! (Lee Tenorio & Torricella Morales, 2006). El acceso a una gran cantidad de información es una de las grandes virtudes de Internet, pero a la vez es un problema, ya que tanta información desestructurada se vuelve incontrolable.

La expresión “sobrecarga informativa” (del inglés *information overload*) fue introducida en (1970) por Alvin Toffler en autor del libro *Future Shock* donde menciona que hay demasiados conocimientos para tomar una decisión o para mantenerse constantemente informado sobre algún asunto (Toffler & Aleu, 1972). Ante una gran cantidad de información, no se dispone de un método para comparar y procesar diferentes tipos de información, se está frente a una “infoxicación”. Desde entonces, han sido numerosos los autores que de manera creciente han abordado dicha temática, ya en pie de establecer una definición del fenó-

meno en sí con, “diversos nombres” pero, en esencia se habla de lo mismo, por ejemplo: (Shenk, 1997), “nube tóxica de datos”; (Gitlin, 2005), “torrente mediático”; (Cornella, 2008), “infoxicación”; (Bray, 2008), “infopolución”; (Davis, 2011), “diluvio de información”; (Andrejevic, 2013), “inflogut”; (Bawden & Robinson, 2009), enfocado en el lado “oscuro de la información”; (Brod, 1984), hace alusión al costo humano de la revolución de la computadora “tecnoestrés”; (Klapp, 1986), “sobrecarga y aburrimiento”; (Wurman, 1989), “ansiedad informativa”; (Lewis, 1996), una investigación sobre los efectos de la sobrecarga de información en el Reino Unido y en todo el mundo “morir por la información”; (Kirsh, 2000), algunas reflexiones sobre la “sobrecarga cognitiva”; (Whitworth, 2009), “información de la obesidad” (Puche, 2013) Este último término, introducido por Alfonso Cornella, indica a que actualmente la idea de la sobrecarga de información que recibe un usuario, en especial de Internet en

todas sus formas, puede causarle la sensación de no poder abarcarla ni gestionarla (Cornella, 2000) y, por tanto, llegar a generar una gran angustia, neurosis colectivas, la irracionalidad y la desenfrenada violencia (Rodríguez, 1975).

La palabra, infoxicación, surge de la unión de las palabras -información e intoxicación-, dada por la imposibilidad de “digerir” una gran cantidad de información, lo cual ocasiona déficit atencional ante estímulos informacionales o la imposibilidad de captar los mismos y reconfiguración del entramado de conexiones cerebrales acorde a los niveles de información actuales (Visentin & Torvalds, 2008).

Al respecto (Aguaded, 2014) expresa: que la sociedad está frente a una “hiperconexión compulsiva” y una “sobreinformación global”, a una obsesión por la comunicación perpetua vacía de contenidos...Lo cual se ha hecho realidad en la vida de todas las personas. La velocidad con que circula la información, además,

afecta una instancia fundamental: la “reflexión” (Bona, 2005).

A continuación se establece aspectos a considerar sobre reconocer si se está ingresando en los indicios de infoxicación o no, cómo es el proceso de información, cómo desarrollar instrumentos que permitan informarse mejor y sobre cómo manejar la información que se recibe en la vida diaria.

En un estudio realizado en Berkeley, uno de los más serios y rigurosos intentó explicar sobre la cantidad de información que se produce anualmente en el mundo, se llegó a determinar que: 2 hexabytes por año, 2,1018 por año; se produce en cualquier formato (incluyen las películas, los videos, los papeles de las oficinas, los libros, todo lo que representan contenidos realizados por una persona o por una máquina, datos recogidos por satélites meteorológicos, etc. (Lora, 2011).

Se tiene una sociedad que está generando una cantidad de información como nunca había

generado. Al respecto (Cornella, 2000) presenta una comparación muy simple de los inputs que recibía un ciudadano en los años 60 y aproximadamente está recibiendo en cuanto a distintas fuentes de información: una persona tenía acceso a unas 18 estaciones de radio, 4 canales de televisión, 4.500 títulos de revistas. Por otro lado ahora aproximadamente una persona tiene acceso a, 18.000 títulos de revistas, 20 millones de sitios en Internet y 2.400 millones de estaciones de radio en Internet.

Así también cabe denotar que en los próximos tiempos habrá un incremento desmesurado del correo electrónico del efecto de multiplicar por 10 los mensajes que reciben. Se va a producir una explosión del correo electrónico que lo va a convertir en algo inmanejable. En el momento en que se reciba 200, 300 mensajes al día, no será posible manejarlo. Entonces esto que ocurre ahora para determinadas personas que están en nodos de la red va a ocurrir a muchas más personas.

La abundancia de información trae consigo un nuevo modelo denominado “ecosistema digital” (López García, 2005), es decir, la creación del entorno más favorable para potenciar un proyecto web en Internet, en el cual se producen más patentes, retos y problemas que la abundancia informativa trae consigo. En opinión de (Deuze, 2012), la existencia de una persona ya no se remite “con los medios”, sino más bien “en los medios”. Se ha encontrado como principal escenario de desarrollo el acceso a Internet de la banda ancha móvil, cuyo acceso se produce de manera constante y ubicua, que es consecuencia de la popularización de los dispositivos móviles. La sociedad utiliza modelos para promover, de forma consciente, bien organizada o de forma azarosa, la adquisición de pautas de comportamiento frente a la gran cantidad de información.

Por todo ello resulta importante e indispensable señalar, que se va se está dando paso a un nuevo mundo de pantallas conectadas, de conversaciones interminables,

de imágenes y sonidos en continuo movimiento, de ágoras bulliciosas y en apariencias caóticas y complejas: “la era de la hiperconectividad” (Reig & Vílchez, 2013). Esta premisa encamina a encontrar el modo eficaz de gestionar la sobreabundante información a la que diariamente las personas se enfrentan.

Para esto, se identifica y analiza cuales son los rasgos socioculturales y tecnológicos que configuran el tipo de consumo informativo que se distingue en la época actual, para finalmente, articular una “dieta digital” (Puche, 2013), es decir, propiciar algunos hábitos interesantes para alcanzar un buen consumo mediático saludable de las tecnologías de la información y su gestión.

Consumo mediático de la información

Un primer componente para entender la figura del consumo mediático es, constatar de que en las sociedades desarrolladas la atención de las personas es el recurso escaso por excelencia. “Vivimos en el economía de la atención” en opinión de

(Davenport & Beck, 2013), y en cuya propuesta teórica (Goldhaber, 1997) expresa que las características de la actual sociedad global se direcciona a “la economía de la atención y de la red”, donde todo el mundo compite por el tiempo de atención de las personas, esto conlleva a una saturación de mensajes para ganarla. Al respecto (Núñez, 2007) explica cómo una gama amplia de medios y soportes técnicos persigue a los usuarios a lo largo del todo el día y en cualquier lugar; hasta lograr que “cada posible actividad imaginable que pueda realizar un ciudadano empieza a tener asociada una oferta de consumo de medios”. Al respecto Cornella plantea la tesis: “a mayor ancho de banda personal, menor capacidad de atención personal” (2008, pp. 21). Las particularidades que demanda este tipo de consumo mediático en particular es la atención de los usuarios.

Velocidad infinita o hipervelocidad

En la era digital el conocimiento ya no es entendido como una

serie finita de contenido preciso y fiable, sino como un “flujo de contenido”, como una “red de discusiones y razonamientos ilimitados” (Weinberger, 2014). Es así que –en el nuevo mundo de la información– según Puche “el producto nunca es definitivo, el internauta no sabe si lo que está leyendo en su pantalla resultará desmentido o rectificado dentro de pocas horas” (2013, pp. 161). Se vive en tiempos exponenciales y está sucediendo ahora mismo, ya sea bueno o malo, es algo inevitable.

Las tecnologías digitales contribuyen a modelar y al mismo tiempo son su mejor muestra la “cultura de la velocidad” propia de la etapa actual (Poscente, 2008). Éstas han provocado una aceleración sin precedentes de la percepción del tiempo, trayendo consigo cambios en los procesos de producción y consumo, la organización del trabajo, los estilos de vida o el modo en que el cerebro procesa la información (Carr, 2011), en dirección a una inflación del ahora, una especie de “presentismo” (Rushkoff, 2013),

lo que indica que puede producir un sobrevaloración de lo que ocurre a cada instante y a estar deseosos de lo nuevo, de lo inmediato. En opinión de Serrano “un libro impreso ayuda a centrar nuestra atención” (2013, p.35), avivando el pensamiento profundo creativo, crítico y reflexivo; Internet por sus características fomenta más bien una lectura somera, un pensamiento distraído y apresurado.

Abundancia informativa

No cabe duda alguna de que el superávit de información supone grandes beneficios para la ciencia y por consecuencia para los ciudadanos, posibilitando el acceso a la información y al conocimiento, pero, cabe tomar en cuenta que esto exige discernimiento para seleccionar la información adecuada y de interés propio; dedicarle el tiempo necesario a su estudio, pues, la acumulación de tanta información de por sí –no nos hará personas más sabias–.

La abundancia informativa entendida ahora como “sobreabun-

dancia informativa” ha llevado a la gente a confiar más en sus contactos de las redes sociales, como filtro que dé sentido a esa abrumadora cantidad de información (Rainie & Wellman, 2012), tener en cuenta y sumo cuidado de que el Internet no llegue a transformar la identidad que cada persona tiene, en islas encerradas, en burbujas de convicciones, sino más bien espacios de intercambio de ideas.

Por lo expresado, -nos enfrentamos a un panorama socio-tecnológico- que puede propiciar el consumo excesivo de información, al no convertir esta información en conocimiento y se convierta en una patología crónica denominada “obesidad informativa” (Whitworth, 2009). La salud puede verse afectada con la saturación de información que genera estrés y además puede ser causante de que la persona deje de comunicarse con los seres que le rodea en su entorno cotidiana. Para mitigar esta enfermedad, según Puche conviene emprender una “dieta digital” con

el fin de cambiar el consumo de información.

Saber elegir

El planteamiento de (Doval-Avendaño, 2012) es que se debe aprender a elegir “Así como las empresas de alimentación se dieron cuenta de que, si querían vender muchas calorías baratas, deberían empaquetarlas con sal, grasa y azúcar –el tipo de cosas que la gente desea–, las empresas de medios de comunicación han aprendido que el refuerzo de las convicciones se vende mucho mejor que la información. Si se ha pasado de una época de escasez de ambos a una de sobreabundancia, el problema en estos tiempos no es consumir sino elegir (Miller, 2004). Así como el organismo tiende a comer más de lo que necesita, el cerebro está alerta a la caza de información y es muy fácil perderse, la verdad en favor de la autoafirmación, se debe filtrar la información tal cual lo expresa (Shirky, 2008).

Se propone consumir información de forma consciente con flexibilidad y reforzando las vir-

tudes como la fuerza de voluntad y el amor por la verdad. Es decir, que lo que se consuma sea realmente información, no solo opiniones; que no sea demasiada y que sea en lo posible de primera mano, –dice el autor–, cada uno de nosotros también debería tenerlo: nunca buscar y analizar datos para tener razón sino para descubrir la verdad (Doval-Avendaño, 2012). Evitar que tus prejuicios supriman la búsqueda de la verdad.

Ir a la fuente de todo

En el planteamiento de Doval ir a la fuente de todo es ir a la fuente descendiendo a la práctica, revisar la lista de personas de las que –somos amigos– en las redes sociales y –preguntarnos– cuántas de ellas no comparten “una ideología común” (2012, p. 3); desaconseja utilizar la televisión como medio de información, salvo aquellos canales que transmiten en directo comparencias y ruedas de prensa; propone un mejor conocimiento de las habilidades tecnológicas, para saber encontrar fuentes documentales en Internet y no fiarse de las in-

terpretaciones de los medios; Por eso, la necesidad de cultivar la concentración e ir a la esencia de las cosas, de navegar por el torrente informativo siguiendo lo que (Lucchetti, 2010) denomina el “principio de relevancia; que es una habilidad para no sucumbir ante la avalancha de información.

Para (Johnson, 2011) “El patrón de comportamiento debería ser el siguiente: busque información directamente en las fuentes y cuando la información requiera que actúe, trate directamente con la fuente. Al respecto Delia Rodríguez indica que frente a los memes (las imágenes, videos e ideas que circulan viralmente por Internet), antes de contribuir a su propagación, detenerse –pararnos a pensar–, entender, pensar de quien podría averlos lanzado y por qué razón, saber por qué han funcionado –con nosotros–, elegir si se quiere extenderlos o eliminarlos(Rodríguez, 2013).

Finalmente en un plano más técnico y operativo, la dieta digital también incluye herramientas,

aplicaciones y software que sirven para filtrar y gestionar la información que el usuario recibe continuamente a lo largo del día. A continuación se presenta algunas herramientas que permitan seleccionar información útil para sus investigaciones:

Google Académico (<http://scholar.google.com>) les permite buscar información sobre su tema de tesis, filtrando al mismo tiempo de toda la red, dejando solamente información válida por instituciones de investigación, universidades, revistas indexadas, investigadores reconocidos, tesis, bases de datos de artículos, etc., todos ellos útiles para su trabajo de investigación, correctamente redactados y con las referencias empleadas.

Adicional a la búsqueda, permite ir generando tu “biblioteca” de artículos para posterior consulta, requiriendo para ellos una cuenta de Google, que es la misma con la que se puede utilizar gmail, google books, youtube, google+, drive, etc.

Otra herramienta muy útil es Google Books (<http://books.google.com>), la cual permite a los estudiantes, investigadores la búsqueda de información sobre un tema en particular en libros que existen impresos y las editoriales que ya cedieron sus derechos para su difusión en la red, pudiendo encontrar libros completos o parciales, cuyo contenido se puede revisar en línea.

Adicionalmente, se puede ir creando una “biblioteca” donde se ordenan por categorías en tu cuenta de Google los libros a revisar para posterior consulta. Tiene como aspecto negativo que no se puede seleccionar texto para copiar y pegarlo en word, ya que son imágenes de texto.

Adicional a estas sugerencias de, se propone el uso de los gestores bibliográficos (Martínez, 2013) que permiten manejar y conservar referencias y documentos. Un gestor bibliográfico es un servicio o software que permite capturar, archivar y organizar referencias y documentos, editar bibliografías, textos con citas y

referencias en múltiples estilos (Avello Martínez, Clavero Quintana, Martín Lorenzo, & Díaz Castañeda, 2013), es decir, facilita tener una base de datos personal con la propia documentación y sobre esa base de datos proporciona diversas prestaciones. Entre los principales gestores se tiene: CiteUlike, EndNote, Mendeley, Refworks, etc.

Conclusiones

En el entendido que la sobrecarga de información denominado “infoxicación” conlleva en algunos casos la incapacidad de digerir ese flujo informativo, de escasa calidad y que atosiga por múltiples vías. Resulta útil, entender que es necesario el filtrado de la información, aplicando los recursos necesarios a fin de que éstos sean eficaces. Corresponde asumir una reflexión profunda sobre el consumo mediático y determinar pautas para que sea provechoso y no se derive en una obesidad informática, sin embargo, la propuesta de la dieta digital está encaminado a proteger al usuario de esta infoxicación informacional, afrontando de ma-

nera positiva, pero no como una renuncia de una serie de elementos, sino como un modo de inteligente de consumir mejor la información y desarrollar hábitos saludables.

Bibliografía

- Aguaded, J. I. (2014). Desde la infoxicación al derecho a la comunicación. *Comunicar*, 21(42), 7-8.
- Andrejevic, M. (2013). *Infoglut: How too much information is changing the way we think and know*: Routledge.
- Avello Martínez, R., Clavero Quintana, M. I., Martín Lorenzo, I., & Díaz Castañeda, M. (2013). *Zotero, más allá de un gestor bibliográfico. Una experiencia con los docentes y nuevas metas*. Paper presented at the Didáctica, innovación y multimedia.
- Bawden, D., & Robinson, L. (2009). The dark side of information: overload, anxiety and other paradoxes and pathologies. *Journal of*

- information science*, 35(2), 180-191.
- Bona, Y. (2005). Reseña de "Crítica de la información" de Scott Lash. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*(8), 0.
- Bray, D. A. (2008). *Information pollution, knowledge overload, limited attention spans, and our responsibilities as IS professionals*. Paper presented at the Global Information Technology Management Association (GITMA) World Conference-June.
- Brod, C. (1984). *Technostress: The human cost of the computer revolution*: Addison Wesley Publishing Company.
- Carr, N. (2011). *Superficiales.¿ Qué está haciendo Internet con nuestras mentes? :* Taurus.
- Cornella, A. (2000). Cómo sobrevivir a la infoxicación. *Infonomia.com*, 8.
- Cornella, A. (2008). Principio de la infoxicación. *JJ Fernández. Más allá de Google*, 19-22.
- Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2013). *The attention economy: Understanding the new currency of business*: Harvard Business Press.
- Davis, C. H. (2011). *The Information: A History, a Theory, a Flood*: Wiley Online Library.
- Deuze, M. (2012). *Media life*: Polity.
- Doval-Avendaño, M. (2012). Por una dieta informativa más variada y sana.
- Gitlin, T. (2005). *Enfermos de información: de cómo el torrente mediático está saturando nuestras vidas*.
- Goldhaber, M. H. (1997). The attention economy and the net. *First Monday*, 2(4).
- Johnson, C. A. (2011). *The information diet: A case for conscious consumption*: " O'Reilly Media, Inc."
- Kirsh, D. (2000). A few thoughts on cognitive overload.
- Klapp, O. E. (1986). *Overload and boredom: Essays on the quality*

- of life in the information society*: Greenwood Publishing Group Inc.
- Lee Tenorio, F., & Torricella Morales, R. G. (2006). Introducción al WebQuest.
- Lewis, D. (1996). Dying for information? An investigation into the effects of information overload in the uk and worldwide. *London: Reuters Business Information and Benchmark Research. Widely reported in the media, brief report still available, retrieved December, 9, 2009.*
- López García, G. (2005). *EL ECOSISTEMA DIGITAL: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*: Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València, 2005.
- Lora, R. (2011). ¿ Cuánta información hay en el mundo?
- Lucchetti, S. (2010). The Principle of Relevance. *The Essential Strategy to Navigate Through the Information Age.*
- Martínez, L. J. (2013). Cómo buscar y usar información científica. *Santander: Biblioteca de la Universidad de Cantabria.*
- Miller, K. A. (2004). *Surviving information overload: The clear, practical guide to help you stay on top of what you need to know*: Zondervan.
- Núñez, A. (2007). *Será mejor que lo cuentes*: Empresa Activa, España.
- Poscente, V. (2008). *The age of speed: Learning to thrive in a more-faster-now world*: Ballantine Books.
- Puche, J. S. (2013). Una propuesta de dieta digital: repensando el consumo mediático en la era de la hiperconectividad. *Fonseca, Journal of Communication, 7*, 157-175.
- Rainie, H., & Wellman, B. (2012). *Networked: The new social operating system*: Mit Press Cambridge, MA.
- Reig, D., & Vílchez, L. F. (2013). Los jóvenes en la era de la

- hiperconectividad:
tendencias, claves y.
- Rodrigues, A. (1975). La psicología y el " shock" del futuro. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 7(1), 107-122.
- Rodríguez, D. (2013). *Memecracia: Los virales que nos gobiernan*: Gestión 2000.
- Rushkoff, D. (2013). *Present shock: When everything happens now*: Penguin.
- Shenk, D. (1997). Data smog: surviving the information glut. 1997. *HarperEdge, San Francisco, CA*.
- Shirky, C. (2008). It is not information overload. It is filter failure.
- Toffler, A., & Aleu, J. F. (1972). *El " shock" del futuro*: Plaza & Janés.
- Visentin, J. I., & Torvalds, L. (2008). Infoxicación, neurobiología y diseño de información.
- Weinberger, D. (2014). *Too big to know: Rethinking knowledge now that the facts aren't the facts, experts are everywhere, and the smartest person in the room is the room*: Basic Books.
- Whitworth, A. (2009). *Information obesity*: Elsevier.
- Wurman, R. S. (1989). *Information anxiety*: Doubleday