



ESCRIBE:

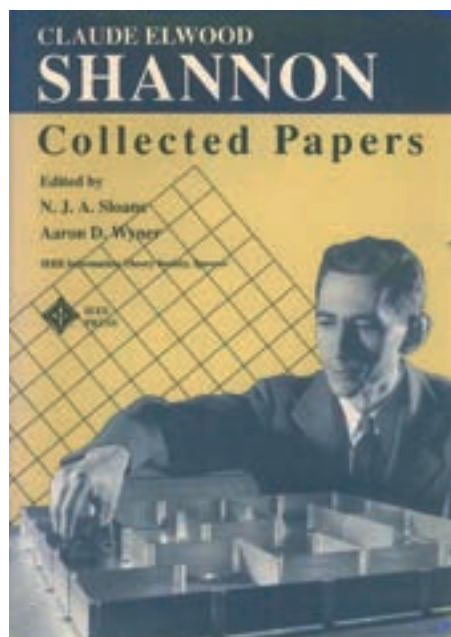
**ANTXÓN SARASQUETA**  
**PERIODISTA**  
**AUTOR DEL LIBRO**  
**"SOMOS INFORMACIÓN**  
**LA NUEVA CIENCIA DE**  
**LO INTANGIBLE"**

Artículo publicado en la revista Periodistas N°40 de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE)

# Analista de Información

**A**ntes la información y comunicación se asociaban al periodismo y los medios, hoy representan el eje de cualquier organización y actividad en todos los sectores. ¿A quién se le considera el padre de la moderna teoría de la información? Al matemático e ingeniero Claude Shannon, que dio vida al nuevo mundo digital. Esto ha hecho que la información se asocie a las nuevas tecnologías de las TIC, acrónimo de Tecnologías de la Información y la Comunicación. Pero la información es mucho más que las tecnologías, que son herramientas, y de ahí la importancia del analista de información. De nada sirve tener mucha información y sistemas tecnológicos muy avanzados si no se sabe analizarla.

Por eso entre las nuevas profesiones una de las de mayor impacto y futuro está siendo la de analista de información. Todos los sectores del mercado, y desde luego las grandes empresas e instituciones en el mundo demandan, analistas de información. Basta introducir las palabras 'analista de infor-



El matemático e ingeniero Claude Shannon dio vida al nuevo mundo digital

*La Universidad de Staffordshire (Reino Unido) ofrece puestos de analistas de información por 48.000 euros anuales*

mación' en inglés o en español en los principales buscadores y redes profesionales de Internet para comprobar este impacto. La Universidad de Staffordshire en el Reino Unido ofrece puestos de analistas de información por 48.000 euros anuales, los servicios de Inteligencia para la Seguridad Nacional de Canadá pagan 55.000 euros. ¿Qué les pide la Alzheimer's Society de Londres a los analistas de información que les ofrece empleo? Técnicas y conocimientos de la gestión de la información que lo aplicarán al control de riesgos y seguridad del centro, que van a influir en su propio modelo de gestión de la organización. ¿Y cuánto les paga? 35.500 euros al año con un contrato permanente. En España también ha crecido

*Y los Servicios de Inteligencia para la Seguridad Nacional de Canadá, 55.000 euros*

esta demanda, como lo demuestra la oferta de empleo que se puede encontrar en la red LinkedIn bajo la misma búsqueda.

## **EL SALTO DE PERIODISTA A ANALISTA DE INFORMACIÓN**

Sin embargo, para el profesional del periodismo este es un campo muy poco explorado, cuando precisamente reúne todas las condiciones para formarse y especializarse en él. Mi experiencia personal es esa: empecé a trabajar en el periodismo hace 45

años, y desde 1992 dirijo una consultoría (Multimedia Capital) especializada en el campo del análisis de la información que desde entonces viene desarrollando estudios, proyectos, formación y asesoramiento a empresas e instituciones de todos los sectores, incluidas universidades y escuelas de negocio.

Durante el master que di en 2012 vía online a los alumnos internacionales de UNIR (Universidad Internacional de La Rioja), describí numerosos casos representativos de como en los últimos tres años se había multiplicado por cinco la oferta de empleo para analistas de información a nivel global. ¿Pero en qué consiste un analista de información y por qué el periodista reúne todas las condiciones para dar ese salto profesional?

El analista de información es el profesional que analiza la propia información por dentro. Codifica y descodifica los mensajes de información. Los mensajes contienen datos, atributos, orientan o desorientan, atraen o producen rechazo, confianza o desconfianza, credibilidad o descrédito. Dan forma a estados de opinión, marcan tendencias, generan estrategias. Saber gestionar y analizar toda esa masa de información conduce a obtener mejores o peores resultados económicos, políticos, sociales y de todo orden.

## EL PERFIL DEL ANALISTA DE INFORMACIÓN

En algunos hospitales británicos han contratado analistas de información, cuya función es analizar toda la información del centro (ambiente, tiempo de espera de los pacientes, cómo los empleados gestionan la información, etc.) y sus informes son de gran utilidad para los gestores, en la optimización de recursos, ahorro de costes, mejora de los servicios.

¿Qué grado de información o desinformación contiene un mensaje empresarial, político, o de los mercados financieros? ¿Qué grado de información o desinformación contiene un medio de comunicación? Saber analizarlo y determinar científicamente y técnicamente con las herramientas tecnológicas necesarias, cambia los resultados de todo.

En las elecciones municipales y autonómicas de mayo de 2003 el diario económico La Gaceta de los Negocios me pidió que analizáramos la información electoral con los sistemas que hemos desarrollado en la consultora que dirijo, y durante veinte días fueron publicándose en este medio los re-

sultados de nuestras mediciones y análisis. La tendencia mayoritaria y de todos los sondeos era que los resultados electorales iban a suponer “un vuelco electoral”.

El análisis publicado el 10 de mayo daba el resultado contrario: “El 25-M no es previsible ningún vuelco electoral”. Tras los resultados electorales el diario publicó en su portada “El ÍNDICE VAC acertó”, en referencia al índice que utilizamos para medir y analizar el impacto de los mensajes de información (26/5/2003). No hubo vuelco electoral y fallaron los sondeos y los medios que lo pronosticaban mayoritariamente, tal y como se comprueba en las hemerotecas. ¿Qué había ocurrido? Algo muy típico en las batallas electorales: se generan corrientes de opinión en las que puede más la desinformación que la información, y en saber evaluarla es donde entra el análisis de la información. Su calidad, veracidad, credibilidad y rigor.

*De nada sirve tener sistemas tecnológicos avanzados y mucha información si no se sabe analizarla*

En el análisis de la información lo fundamental no es lo publicado sino analizar la información que hace percibir la realidad, y que a su vez es lo que determina las decisiones y resultados. Por ejemplo, en el proyecto Aldea Digital que desarrollé en 1997 y que el Ministerio de Educación implantó en 2.500 escuelas rurales de toda España, analizamos previamente la resistencia al cambio que pudiera darse al mismo, especialmente de orden político. Con el resultado exitoso de haber sido uno de los proyectos de educación demandados por comunidades autonómicas de distintos signo político, y aprobado mayoritariamente en las Cortes.

La ‘resistencia al cambio’ forma parte del análisis y gestión de la información empresarial, y de su éxito o fracaso. Tanto en los procesos de fusión entre empresas como en los cambios de modelos corporativos. Lo mismo que ocurre en las administraciones cuando hay un cambio político. “En todo proceso de cambio, lo principal es analizar la información de la resistencia al cambio, que puede llegar a arruinar el proyecto”, me dijo un día Jose Ignacio López de Arriortúa almorzando en el Parador de Segovia, tras su experiencia como uno de los principales ejecutivos de las

grandes corporaciones automovilísticas, General Motors y Volkswagen.

## EL CASO DEL PERIODISTA DEDICADO AL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Todo periodista que desarrolla los conocimientos y técnicas para desempeñar las funciones de analista de información, adquiere una cualificación superior, y de gran valor para la toma de decisiones de las compañías y de cualquier organización e institución. Si nos fijamos, las ofertas de empleo para analistas de información se asocian mayoritariamente a expertos en informática, seguridad, análisis y control de datos, etc. Pero al mismo tiempo exigen conocimientos en comunicación, habilidades en el uso y gestión de la información, y capacidad para interpretar las ideas y valores que contienen las informaciones, con el rigor y objetividad contrastados que requiere un análisis fiable. Estas cualidades están en el periodismo, porque yo mismo las he aprendido ejerciendo la profesión.

Por ejemplo, para todo lo que he desarrollado posteriormente en el análisis de la información, ha sido de gran ayuda lo que aprendí en mis primeros años de la corresponsalía de EFE en Londres (1973). La agencia de información es una de las mejores escuelas para ello. Teniendo que ceñirme a los datos de dar todos los días al cierre de la cotización del precio del café en la Bolsa londinense, analizaba al día siguiente el uso e interpretación que se hacía de esa información en todo el mundo. Lo cual me permitía analizar a fondo la información y sus efectos.

En periodismo creo haber desarrollado todas las actividades de la profesión: colaborador de medios locales, agenciero, cronista, reportero, editorialista, corresponsal en el extranjero, columnista, director de medios, presentador de televisión, tertuliano de radio y televisión, y escritor de quince obras publicadas. Todas ellas me han servido extraordinariamente y en cada caso, para desarrollar y poner en valor el análisis de información como una nueva dimensión periodística profesional para todos los sectores de la sociedad.

Un factor clave, en este caso del periodista, es la investigación sobre lo que representa la propia información. En mi situación (y no tengo más remedio que personalizar) resultó fundamental investigar los avances científicos relacionados con la información en los distintos casos. He citado a Shannon de cuya teoría de la información se ha desarrollado el mundo digital. El descubrimien-

to del genoma humano nos ha permitido saber que el ser humano transfiere y hereda información. Y fue uno de sus descubridores y Premio Nobel, James Watson, quien dijo en Madrid que "lo importante es quien analiza la información y que uso se hace de ella". Dando así valor fundamental al análisis de la información.

*Todos los sectores del mercado, grandes empresas e instituciones demandan analistas de información*

### **MCLUHAN NOS ORIENTÓ EL CAMINO DE LA NUEVA DIMENSIÓN DEL PERIODISTA**

De todo este proceso de más de treinta años de investigaciones, casos y sus resultados prácticos, doy cuenta en mi último libro 'Somos información. La nueva ciencia de lo intangible', publicado por la editorial EUNSA de la Universidad de Navarra. Del cual reproduzco el siguiente episodio sobre el analista de información que tuvo lugar hace más de veinte años:

*"Varias fundaciones internacionales me pidieron en 1994 dirigir un seminario (que se celebró en Madrid) sobre nuevos liderazgos, en el que participaron un centenar de jóvenes directivos, académicos y cargos públicos de Estados Unidos y Europa. Durante las sesiones observé que, mientras se debatían los temas, dos de los participantes escribían en un ordenador portátil. Conversando con ellos en una de las pausas, les pregunté si utilizaban el ordenador para tomar notas, y me explicaron que no, que estaban transmitiendo directamente las ideas y contenidos de lo que se debatía a Reno. Donde a su vez los técnicos procesaban la información para ser analizada en el sistema directivo de análisis y toma de decisiones en distintas partes de Estados Unidos. Aquellos jóvenes trabajaban para las empresas de Ross Perot, el multimillonario que fue candidato independiente a la presidencia norteamericana, y había fundado en 1988 la exitosa empresa de tecnologías de la información Perot Systems".*

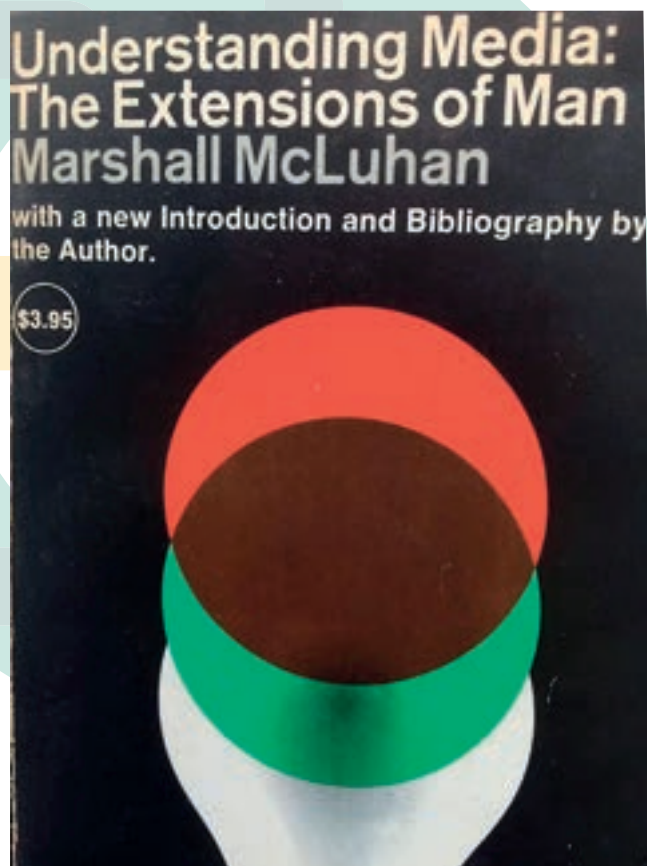
*"He recordado el episodio no solo por lo avanzado que era para la época aquel modelo de gestión de la información, sino porque la figura del analista de información terminará siendo una de las nuevas profesiones generadas en la sociedad de la información".*

Fue el sociólogo Marshall McLuhan y una de las referencias en los estudios de periodismo, quien con su obra 'Understanding Media: The Extensions of Man' (1964) nos orientó hacia los cambios del futuro de la comunicación. Cuando escribió su capítulo titulado 'El medio es el mensaje' no decía

que los medios industriales de prensa, radio o televisión fueran a dominar el mensaje, sino precisamente lo contrario, que perdían ese dominio porque en la nueva era electrónica cada individuo pasaba a tener el control del mensaje, al disponer cada persona de los nuevos y poderosos recursos tecnológicos de información. Esa realidad de futuro ya es presente, y significa el crecimiento del grado de complejidad de la sociedad de la información. Y a mayor complejidad mas necesario y mayor valor tiene el análisis de lo que crea esa complejidad, la información.

No hay nadie como el periodista para analizar esa complejidad de la información. Porque sabe -o debe saber- interpretar todos los recovecos de la información. La que se publica y la que no se publica. La que es percibida y la que no. Por qué unos titulares y no otros. Qué hay y se dilucida en las batallas de información. Qué esconden las imágenes y eso que se conoce como el sentido de las palabras y sus efectos en la reacción y conducta humana. Sabe analizar la diferencia entre la apariencia y la falsa información, ante los hechos reales. Distinguir la información de la desinformación que distorsiona la realidad, conduciendo a crisis y fracasos. Y así, todo el saber de lo que es y representa la información.

Pero en el periodismo todavía este paso está por dar, y sin embargo, además, sería una fuente de referencia y atracción para otras profesiones de los más diversos sectores que están descubriendo el valor del análisis de información, y que hacen de ello sus oportunidades. A.S.



Con esta obra, el sociólogo McLuhan orientó hacia los cambios del futuro de la comunicación.