



Fecha de publicación:
04/05/2017

Sello Editorial:
Ediciones Península

Contacto de prensa

Nombre: Laura Fabregat

Teléfono: 934928947

Email: lfabregat@planeta.es

Nombre: Laia Barreda Vicent

Teléfono: 93 492 8308

Email: laia.barreda@planeta.es

Nombre: Erica Aspas

Teléfono: 934928752

Email: easpas@planeta.es

El sentido del rumor

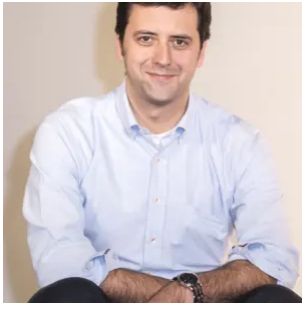
Marc Argemí

El método que de verdad es capaz de realizar predicciones a partir de las redes sociales.

Las redes sociales son el hábitat que estaba esperando el rumor para recuperar su hegemonía en el competitivo mundo de la información. Datos sin contrastar, fotografías manipuladas, afirmaciones fuera de contexto o simples y llanas mentiras se mezclan con estadísticas oficiales, mensajes institucionales, declaraciones de famosos, comentarios de sesudos expertos y la producción informativa de los principales medios de comunicación.

¿Es posible sacar algo en claro de ese galimatías? Según Marc Argemí, ante ese magma de datos lo único que puede ayudarnos a sobrevivir es desarrollar el sentido del rumor. Es decir, aprender a interpretar las redes como lo que son: la versión digital de la cafetería de la plaza mayor, ese lugar en el que los ciudadanos expresan sus opiniones en voz alta. Si se sabe filtrar lo que allí se dice, se obtienen conclusiones valiosas. Por ejemplo en cuanto a intención de voto, sobre la que ya ha sido posible extraer estimaciones más fiables que las de las encuestas tradicionales, y con menor esfuerzo.

El análisis de la conversación en redes sociales no es la panacea y no viene a sustituir los métodos de análisis existentes hasta ahora. La realidad social, quizá por suerte, nunca se deja captar del todo. Pero algo está claro: existe, y puede ayudar, y mucho, a dar sentido al alud de información que nos bombardea.



Marc Argemí

Marc Argemí (Sabadell, 1979) es licenciado en Periodismo por la Universitat Autònoma de Barcelona y doctor por la misma universidad con una tesis sobre la credibilidad de los rumores y las noticias. Es autor de *Rumors en guerra. Desinformació, internet i periodisme* (2013). Actualmente es socio director de Sibilare, consultora especializada en comunicación y Big Data, desde donde diseña y dirige proyectos de análisis de redes sociales para medios de comunicación, instituciones y empresas. Profesor asociado en la Universitat Internacional de Catalunya, ha impartido sesiones en distintas universidades, tanto en España como en el extranjero y tiene experiencia en la gestión de crisis mediáticas en el ámbito político, religioso y judicial.

TW @marcargemi

IG @marcargemiballbe