

Armas de doble filo

Toni Prat

Salieron como setas. Sí, a principios de la gran propagación de internet, un ejército de informadores, consejeros, analistas, comentaristas y afines a estas tendencias “pseudoperiodísticas” empezó a publicar sus opiniones.

Por medio de blogs, páginas web e intervenciones en las redes sociales se presentaron como estudiosos de diferentes materias, con la intención de llegar a un público muy amplio, gracias a la gran resonancia de las nuevas tecnologías.

Todo esto fue inicialmente una gran satisfacción para muchas de estas personas.

Todo esto fue inicialmente una gran satisfacción para muchas de estas personas que, siendo expertas en algún tema, hasta entonces permanecían insatisfechas en el más discreto anonimato. Pero, desgraciadamente, muy pronto el poder económico vio enormes posibilidades de hacer negocio aprovechándose de la buena fe y confianza de los lectores que seguían las páginas de los susodichos cronistas.

A raíz de su poder de convicción, estos “articulistas liberales” (en sus inicios), han empezado a ser codiciados por las empresas y grandes lobbies de poder, como prescriptores de su servicio y se ha comenzado a “pagar” con la intención de crear un tipo de publicidad subliminal.

En consecuencia ha surgido un tipo de propaganda (sutilmente “infiltrada” en artículos

de opinión o escondida muchas veces entre mensajes ingeniosos y, otras, toscamente mal camuflada en medio de noticias, comentarios y recomendaciones) que ha dado pie a la intoxicación del clima de confianza que se había creado.

También hay que decir que la falta de ética ha provocado la indignación de todos aquellos de quienes se han utilizado marcas, nombres comerciales, logotipos y toda clase de información particular sin habérselo comunicado antes ni pedir permiso alguno.

Hasta ahora, mucha gente consultaba páginas de opinión antes de comprar un producto o utilizar un servicio, pero desde que se ha hecho pública y notoria la existencia de empresas que compran “likes” o “buenas referencias” para “maquillarse”... la fe y la ingenuidad del consumidor se han desmoronado.

Toni Prat es el gerente de Risart.
antonipratorials@josoc.cat

Si desea comentar los poemas visuales puede dirigirse a poemesvisuales.com.



Concepto: Toni Prat.
Realización: Pepe Serrano.

The double-edged sword

Toni Prat

They sprang up like mushrooms. Yes, when the internet first conquered the world, a legion of informers, advisers, analysts, commentators and other people with pseudo-journalistic ambitions started publishing their opinions.

Through blogs, websites and interventions on social networks, they presented themselves as experts in different subjects, with the intention of reaching a very large audience, with the help of high-impact technologies.

Initially, this was all very satisfying for many of these people.

Initially, this was all very satisfying for many of these people who, as experts in something or other, had hitherto been dissatisfied with their discreet anonymity. However, unfortunately, very soon, the economic powers that be saw enormous opportunities to do business, by taking advantage of the good faith and trust of readers who followed the pages of those writers.

Because of their powers of persuasion, these "liberal article writers" (at the outset), are now bribed by companies and large, powerful lobbies to recommend their services, which have started to "pay" them with the intention of creating a kind of subliminal advertising.

As a result, this type of propaganda (which subtly 'infiltrates' opinion pieces, which are

often hidden among ingenious messages, and at other times, badly camouflaged among news stories, comments and recommendations) has poisoned the climate of confidence that had been created.

It should also be said that this unethical behaviour has outraged everyone who has used brands, trademarks, logos and all type of private information which having given notice or asked for permission.

Concept: Toni Prat.
Performed by Pepe Serrano.

Until now, many people looked at opinion pages before buying a product or using a service, but since the existence of companies that buy "likes" and "good ratings" has become widely-known, consumer confidence and innocence have plummeted.

**Toni Prat is the manager of Risart.
antonipratorials@josoc.cat**

If you have any comment about the visual poems please send it to poemesvisuals.com

