



Las noticias falsas tienen un 70% más posibilidades de ser retuiteadas que las verdaderas. La novedad del contenido y las reacciones fuertes que genera, como rabia o miedo, hacen que la información falsa se comparta más rápido y un mayor número de veces.

Periodismo en la encrucijada

viene siendo algo así como el Ministro de fe de los acontecimientos.

Claro, este axioma no siempre se cumple, aunque sigue vigente, a pesar de los periodistas inescrupulosos, que no son pocos.

Un elemento esencial debe ser el amor por su trabajo. Una lealtad férrea e inquebrantable hacia sus preceptos y un desprecio absoluto hacia todo aquello que tenga visos de inexactitud, falta de integridad o adocenamiento.

LAS NOTICIAS TERGIVERSADAS

La política es del mejor ejemplo de lo que las noticias falsas puede hacer, pero no es el único. Además de determinar si hubo intervención foránea en una elección específica o no, entender cómo se difunden los hechos que no son verdad es crucial para solucionar un problema global que, de momento, se está escapando de las manos.

Las noticias falsas tienen un 70% más posibilidades de ser reproducidas en Twitter que las verdaderas, asegura un estudio del prestigioso Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT), en Estados Unidos. Pero, además, esto no sería responsabilidad de los bots -programas automáticos que tuitean o retuitean simulando ser personas-, sino de la gente real, aseguran en la última edición de la revista Science.

FACTOR PSICOLÓGICO

El equipo de investigación seleccionó 126 mil noticias, verdaderas y falsas, tuiteadas entre 2008 y 2016, que fueron compartidas por 3 millones de personas y retuiteadas 4,5 millones de veces. Apoyados en seis organizaciones independientes que verifican noticias, identificaron cuáles eran verdaderas y cuáles falsas. Luego, compararon la popularidad de ambos grupos de noticias y el segundo ganó por lejos.

Mientras que los tuits con contenido verdadero raramente se difunden a más de mil personas, los con contenido falso llegan a entre mil y cien mil usuarios, señala el estudio. "Muchas personas retuitean más lo falso que lo verdadero", continúa.

Y no es que la gente quiera titular algo falso, explica Sebastián Valenzuela, académico de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica.

Consideran que los contactos con las redes suelen ser familiares y amigos, la gente que confía y -por ende- en lo que comparten, explica.

"Las redes sociales no inventaron las noticias falsas, pero sí cambiaron la escala del fenómeno, volviéndolo más masivo y rápido, por lo que potencialmente son más peligrosos".

Se estima que entre un 9 y 15% de las cuentas activas de Twitter son bots, mientras que unos 60 millones de estos pro-

gramas pululan por Facebook. Esto, sumado a la creencia de que son ellos y no las personas los mayores responsables de la prolongación de las noticias falsas, llevó a los investigadores a verificar su rol. Utilizando dos algoritmos para detectar bots y sacarlos de las estadísticas, lograron determinar que es la gente la que realmente ayuda a difundir realmente las noticias falsas. ¿La razón? Porque los bots tuitean sin discriminar según la velocidad del contenido.

LOS ATRACTIVOS DE LO FALSO

El primer factor que haría que los usuarios retuiteen noticias falsas es la novedad. "A la gente le atrae lo nuevo y que no es rutinario", explica Sebastián Valenzuela. Hablar de la nueva cifra de desempleo, si bien tiene novedad, no es algo realmente original, ejemplifica, pero si se dice que se inventó el último dato, la novedad es absoluta.***

¿QUÉ LO que hace el periodista? Si su característica fundamental pudiera sindicarse, ¿cuál sería esa característica?

Vitalidad, responde James Reston, prestigioso corresponsal en Washington del Times de Nueva York.

Empuje, opina Paul Miller, ex director de la cadena Ganet de periódicos.

Modestamente, y me atrevo a señalar que el periodista