
La verdad de las mentiras en internet

06/05/2013



Como el escritor estadounidense Mark Twain alguna vez dijo, una mentira puede darle la vuelta al mundo antes de que la verdad tenga tiempo de ponerse las botas. ¿O fue Winston Churchill quien lo dijo? ¿O el autor británico Terry Pratchett? Internet no se decide. Es probable que todos los mencionados hayan parafraseado este antiguo proverbio, pero depende de dónde y cómo busque, puede escoger su verdad personal.

Y cuando se trata de noticias y actualidad, el poder de la falsedad digital puede contar mucho.

A principios de este mes, unos hackers colgaron un mensaje falso en la cuenta de Twitter de la agencia de noticias Associated Press que decía: "Últimas noticias: dos explosiones en la Casa Blanca y Barack Obama herido", provocando la caída temporal de 150 puntos del índice Dow Jones y disparando una investigación del FBI.

Y, tras el atentado en la maratón de Boston, los rumores y teorías de conspiración eran casi imposibles de evitar, e iban desde acusaciones contra un testigo inocente saudita a un corto de la serie animada "Family Guy" manipulado.

No obstante, quizás la mentira en línea más intrigante de las últimas semanas -y tal vez la prueba más reveladora

de los hábitos de reacción rápida de las redes sociales- no fue un tuit o una atribución, sino toda una persona: Santiago Swallow.

¿Quién es?

Las credenciales de Swallow dejan a los más notables gurús tecnológicos en la sombra.

Conferencista en las prestigiosas organizaciones TEC y South by Southwest (SBSW), su muy detallada página en Wikipedia lo describía como un "orador motivacional, educador y autor" dedicado a "entender la cultura moderna en la era de redes sociales, medios globalmente interconectados, contenido generado por usuarios e internet".

Tenía un libro que se publicaría este año y 80.000 seguidores en Twitter pendientes de sus gnómicas palabras.

El único problema es que no existe. Swallow fue creado como un experimento por Kevin Ashton, un tecnólogo (real) más conocido -hasta ahora- por acuñar la frase "la internet de las cosas".

¿Cómo lo hace?

En un artículo para la revista Quartz, llamado "Cómo ser famoso en internet por US\$68", Ashton explicó cómo le tomó apenas dos horas y menos de US\$70 darle vida a su creación.

"Generé su nombre en Scrivener, un procesador de palabras para escritores (...) Le di a Santiago una cuenta de Gmail, que fue suficiente para conseguirle una cuenta de Twitter. Luego, en un sitio llamado fiverr.com, busqué a personas que venden seguidores de Twitter. Le compré 90.000 seguidores por US\$50...".

Y así continuó formando a su persona ficticia, produciendo un retrato con imágenes de Google y creando un programa que genera automáticamente y sin cesar opiniones banales: "Los clichés (que publica en Twitter Santiago) son hechos con media docena de frases de 'liberales', más una lista de sustantivos del vocabulario que usan quienes hablan en sitios como TED/SXSW: delfines, phablets, Steve Jobs, mobile, zapatos Tom...".

Con esto, junto con el falso perfil en Wikipedia y un sitio en la web, Ashton confeccionó una imitación casi perfecta de las identidades manufacturadas por miles de "expertos" en línea. Perfecta, si uno no se fija mucho en los detalles.

Pero esa es gran parte de la razón de ser de los servicios de las redes sociales: los números y la popularidad son un potente atajo para lograr credibilidad.

Adaptando el proverbio: una vez alguien da la vuelta al mundo, uno no siempre se fija si tuvo tiempo de ponerse las botas.

¿Verdad o mentira?

Escribiendo en la revista New Yorker tras el atentado con bomba en Boston, el comentarista y ensayista canadiense Adam Gopnik reflexionó sobre la relación entre las redes sociales, el periodismo y la pericia.

"Ahora somos -argumentaba- una nación de expertos, con millones de personas que entienden el significado de todo lo que nunca han experimentado realmente".

Interpretar, contar historias: eso es lo que la gente hace.

Excepto que -como una creación como Santiago Swallow elegantemente ilustra-, la mayor parte del tiempo, la gente misma es como un medio a través del cual las historias fluyen. Experiencias de segunda y tercera mano desfilan ante nuestros ojos a la velocidad de tuits, así como declaraciones, palabras y creencias de segunda mano.

Como cualquier persona que ha visto un gran evento refractado en vivo a través del lente de las redes sociales sabrá, sencillamente ser parte de algo -siguiendo y uniéndose a los incontables filas de contribuyentes- puede tanto abrumar como seducir.

Apenas unos días después de la revelación de que todo era mentira, la cuenta de Twitter de Santiago Swallow estaba otra vez activa, esta vez con el reconocimiento de que él es "un puro producto de internet".

La cuenta tiene cerca de 60.000 seguidores y va ganando más. La mayoría de ellos parecen legítimos, mientras que cada vez es más difícil distinguir sus opiniones automáticas de provocaciones "auténticas".

La acción de reflejarle el mundo al mundo no quiere decir que uno tenga razón o que uno tenga algo que decir, pero apenas uno se convierte en un evento noticioso, todas las justificaciones se suspenden.

Esperanza

Para aquellos desesperados por un poco de honestidad, hay indicios alentadores en los estudios sobre qué se desecha con el tiempo.

Como Jamie Barlett, director del centro de análisis de redes sociales de Demos, recientemente observó en el Huffington Post, "dada la inmediatez y la facilidad de propagación, la desinformación plausible a menudo se riega muy rápido... (pero) las historias que no son verdaderas usualmente tienen vida corta, gracias a que en la comunidad de usuarios de Twitter hay unos que actúan como agentes de información, que activamente chequean y desacreditan información".

En un estudio de la Universidad de Stanford de tuits producidos tras el terremoto en Chile en 2010, alrededor del 96% de los mensajes que contenían información fidedigna fueron subsecuentemente "afirmados" por usuarios, mientras que cerca del 50% de los rumores falsos fueron "negados" -una estadística que sugiere un tipo distinto de principios en acción-.

Puede que sea fácil desatar un frenesí de especulación -y éste puede tener consecuencias inmediatas problemáticas- pero, con el tiempo, las falsedades a menudo se destapan.

Todo lo cual nos trae de vuelta a Mark Twain, Winston Churchill, Terry Pratchett y Santiago Swallow.

¿Habría sido descubierto Santiago incluso si su creador no lo hubiera delatado?

Muy probablemente sí.

Pero una mentira en línea nunca se esfuma del todo.

Tras brincar por todo el mundo, sus ecos esperan para engañar a los desprevenidos o a aquellos que sencillamente gustan de escoger sus propias verdades.

Quizás lo más difícil de resistir es una historia que quiere ser contada.
