

Rumores, mentiras y verdades en los viejos y nuevos medios de prensa

16/02/2015



"Antes que jugar el papel de fuente de una información exacta, muchos medios en línea contribuyen a la desinformación para generar más visitas e interés" en su oferta, señala el estudio "Lies, Damn Lies and Viral Content" (Mentiras, malditas mentiras y contenido viral).

Dirigido por Craig Silverman, del Tow Center for Digital Journalism de la Universidad de Columbia, el estudio sostiene que "numerosas páginas web no verifican o verifican escasamente las informaciones que difunden".

Las informaciones falsas tienen a menudo más "atractivo" y son más interesantes que las verdaderas, dijo Silverman a la AFP.

Un ejemplo reciente de rumor de gran difusión fue el de una combatiente kurda, apodada "el ángel de Kobane", de la que se decía que habría matado a cien milicianos del grupo Estado Islámico. Corrió como reguero de pólvora, en octubre pasado, pero no tenía fundamento alguno.

Los investigadores remontaron hasta un tuit del periodista y militante indio Pawan Durani, que posteo la foto de una joven combatiente kurda que habría realizado tal proeza. El periodista pedía que su mensaje fuera retuiteado.

La historia de la joven, así como la noticia de su muerte, fueron ampliamente retomadas en las redes sociales, "pero parecen absolutamente falsas", apunta el informe.

"Es una historia demasiado bella. Agréguele una imagen fuerte y es perfecta para que se convierta en viral en las redes sociales. De hecho, la mayoría de nosotros jamás conoceremos lo que realmente sucedió con esta mujer, y parte de la responsabilidad es de la prensa", agrega el investigador.

- Una "tendencia muy preocupante"-

Según Silverman, si bien la mayor parte de las informaciones falsas son divulgadas por los "nuevos medios" o por los tabloides, los medios tradicionales y de calidad dejan que el rumor gane terreno.

"Cuando una información falsa se propaga en internet, la prensa debe interesarse, debe señalarlo a sus lectores y aclarar" las cosas, observó Silverman, quien en su cuenta en Twitter @emergentdotinfo combate los rumores difundidos en línea.

Los desmentidos son raros. "Una información según la cual combatientes del EI habían sido detenidos en la frontera entre México y Estados Unidos fue refutada en 24 horas, pero sólo el 20% de los órganos de prensa que la dieron luego la desmintieron", dice.

Los resultados de este estudio muestran una "tendencia muy preocupante", señala Bill Adair, profesor de periodismo en la Duke University que en 2007 lanzó el sitio de fact-checking PolitiFact.

"Es particularmente preocupante ver cómo periodistas repercuten informaciones sin saber si son verdaderas o falsas", alerta.

"Los órganos de prensa siempre tuvieron la obligación de verificar lo que publican", insiste.

A veces, un rumor se disemina tanto que gana en credibilidad, observa el estudio.

Un ejemplo de ello fue la información según la cual la reforma de salud del presidente de Estados Unidos Barack Obama instituye "tribunales de la muerte" encargados de decidir si alguien debe recibir o no un tratamiento médico.

"Todo aquel que la repite, incluso para desmentirla, contribuye a afianzarla en la cabeza de la gente", analiza el documento.

Ese tipo de situaciones siempre existieron, "pero la diferencia hoy es que los rumores circulan más rápidamente", afirma Nikki Usher, profesor en la universidad George Washington, especializada en los nuevos medios de comunicación.

"Con el tiempo, la verdad sale a luz pero los desmentidos se difunden bastante menos que los rumores y no llegan a las mismas personas", piensa Usher, para quien "la verdad es a menudo menos interesante" y menos atractiva "que la mentira".
