

Las microsociedades y las 'fake news'

Se conoce que Facebook, por ejemplo, utiliza algoritmos que permiten detectar los principales temas de interés, tipos de artículos, perfil de portales de noticias, para poder mostrarnos de manera estratégica el contenido que aparece en nuestro muro. Es decir: nos muestran lo que nos gusta para que nos mantengamos más tiempo conectados.

17 de enero de 2019



Eduardo Quintanilla

Docente del MBA de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima.

La amplia penetración del uso de dispositivos digitales y, con ello, el crecimiento acelerado del acceso a internet, ha generado que muchos tengan una vida paralela en el mundo digital. Aquí uno puede elegir las fuentes de información a las que quiere recurrir, puede seleccionar a los amigos, celebridades o influencers a los que quiere "seguir", los temas sobre los que quiere estar actualizado, pero, sobre todo, uno elige a quién quiere creer.



Las fake news se alimentan de la validez o credibilidad que le dan los usuarios a determinadas opiniones o posturas / Fuente: Freeimages

Esto trae como consecuencia la generación de burbujas digitales. En estas burbujas, cada usuario vive en una "microsociedad" en donde la mayoría tiene una opinión similar a la suya, en donde las fuentes de información a las que sigue suelen tener líneas editoriales alineadas a su forma de pensar, y en donde las personas con las

que interactúa suelen tener estilos de vida y opiniones muy parecidos a la suya.

Y esto no es ajeno a las redes sociales que solemos usar. Se conoce que Facebook, por ejemplo, utiliza algoritmos que permiten detectar los principales temas de interés, tipos de artículos, perfil de portales de noticias, para poder mostrarnos de manera estratégica el contenido que aparece en nuestro muro. Es decir: nos muestran lo que nos gusta para que nos mantengamos más tiempo conectados. Hace poco Ipsos realizó un estudio¹ en 27 países, incluyendo a Perú, para conocer la opinión sobre este fenómeno: el 65% de los encuestados en todos los países consideró que las personas viven en una burbuja digital, y en el Perú, esa cifra fue del 70%.

Esto repercute en las tendencias de opinión, que empiezan a polarizarse de una manera muy marcada, generando que la apertura a opiniones distintas sea cada vez más reducida. Y es que en estas “microsociedades” sentimos una fuerte validación de nuestras posturas, ideas u opiniones. Claro, las hemos ido construyendo justamente para poder sentirnos cómodos y seguros, y lo más importante: aceptados. Y una de las consecuencias es la aparición cada vez más frecuente de las conocidas fake news.

Diversos estudios han demostrado que hoy en día es muy fácil generar una fake new (noticia falsa o inventada), difundirla en plataformas digitales que parecen creíbles, y generar una ola de reacciones sociales durante un tiempo suficiente para condenar, lamentar, elogiar, o alertar sobre hechos que, probablemente, nunca ocurrieron. Y justamente las fake news se alimentan de la validez o credibilidad que le dan los usuarios a determinadas opiniones o posturas: si la noticia está alineada con una postura u opinión sobre temas políticos, sociales, o si coinciden con los temas de interés del usuario, inmediatamente captará la atención, la asumirá como válida, y la compartirá de manera espontánea. Esto generará reacciones inmediatas, conversaciones, y hasta contenidos basados en algo que nunca ocurrió o que alguien nunca dijo. Es decir: se generan constantemente debates, confrontaciones y disputas basados en información falsa, que tardan en validarse o verificarse. Y todo esto ocurre en esa “microsociedad digital”.

En el estudio de Ipsos, el resultado para el Perú arrojó cifras interesantes: el 70% de los encuestados afirmaron que las personas en el país no se preocupan por los hechos, sino solamente creen lo que quieren, y el 57% afirmó que al menos una vez ha creído en una fake new.

Veremos la evolución de estas tendencias durante los siguientes años. Lo cierto es que, por el momento, solo el 63% de encuestados peruanos considera que tiene la habilidad para detectar rápidamente una noticia falsa. Esperemos que esta cifra crezca rápidamente, para que las conversaciones y debates que se den en el mundo digital sean realmente productivos.

¹ El estudio se realizó en 27 países, entre el 22 de junio y el 6 de julio en adultos de 18 a 64 años en Estados Unidos y Canadá, y de 16 a 64 años en el resto de países.