



Las «noticias falsas» se difunden más que la verdad en las redes sociales

Las «noticias falsas» suelen ser más difundidas en las redes sociales que aquellas cuyo contenido es verdadero, según concluye un estudio realizado por investigadores del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT) publicado hoy.

Según el trabajo, las noticias falsas tienden a compartirse más en estas plataformas de interacción que las informaciones corroboradas y en el caso de Twitter las falsedades son «retuiteadas» -compartidas- un 70 % más que las verdades.

Otro de los hallazgos de este estudio reside en que la mayor difusión de estos enunciados carentes de veracidad no recae en usuarios robots, sino que son las personas quienes protagonizan el mayor eco de los mismos, recogió la revista especializada Science.

El estudio relata, de este modo, que las «noticias falsas» -un término popularizado por el presidente de EEUU, Donald Trump- viajan por las redes sociales de forma «más rápida, más lejos, más profunda y en un marco más amplio» que las noticias verdaderas.

Este comportamiento de los humanos en redes sociales no se limita a algunos ámbitos, ya que la tendencia se repite «en todas las categorías», aunque sí es cierto que en algunos se produce más que en otros.

En esta línea, los efectos fueron más pronunciados en publicaciones relacionadas con la política que en aquellas asociadas al terrorismo, los desastres naturales, la ciencia, las leyendas urbanas o los datos financieros.

Además, los perfiles difusores de contenido falso tenían «significativamente» menos seguidores, eran menos activos y menos verificados y llevaban en Twitter menos tiempo, es decir, la falsedad se difundió más a pesar de estas diferencias, no gracias a ellas, según explica el trabajo.

La investigación concluye que la cantidad de noticias falsas en Twitter se está incrementando «claramente» y repunta durante acontecimientos importantes como las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2012 y 2016.

Ante estos datos, los expertos se inclinaron por la «hipótesis de lo inusual», es decir por que el contenido de estas falsedades era más novedoso que el de la verdad y fue esto lo que le valió más difusión.

La indagación, realizada por tres investigadores del MIT, se basó en el análisis de las publicaciones verdaderas y falsas que habían sido verificadas por seis organizaciones independientes de comprobación de contenidos.

Así, observaron un total de 126.000 tuits, entre 2006 y 2017, y que habían sido compartidos por un total de 3 millones de personas alrededor de 4,5 millones de veces.

Por otra parte, un grupo de expertos anunció hoy la creación de un grupo multidisciplinar e internacional destinado al análisis de estas noticias falsas y llamó a una mayor colaboración y recursos para la investigación en torno al campo de la desinformación.

«Es un problema real y es un problema que requiere investigación seria para

solucionarlo», afirmó Filippo Menczer, profesor de la Universidad de Indiana y coautor del documento, que llama a una acción global para combatir la falsedad.

El texto cifra en 60 millones el número de cuentas de usuarios individuales en Facebook y en 48 millones en Twitter las que utilizan estos generadores de noticias falsas para replicarlas automáticamente, según recogió la revista Science.