

---

Sitios de Internet en EE.UU., contra la violencia y la mala ortografía

28/12/2013



Un coctel de intolerancia flagrante con mala ortografía. Añada una pizca de escribir todo en mayúsculas. Por último, una amenaza violenta y ya está: una receta para los peores comentarios en línea, el azote en Internet.

Cúlpele al anonimato, a los políticos, a la naturaleza humana. Como sea, han aumentado en la red los sitios que reinan en la frontera más indómita de los comentarios en línea.

Compañías como Google y The Huffington Post intentan de todo, desde desplegar moderadores hasta obligar a las personas a que utilicen sus verdaderos nombres, a fin de restablecer un discurso respetuoso.

Algunos sitios, como Popular Science, han suprimido la opción para que se escriban comentarios.

Este tipo de esfuerzos ponen a los sitios en una posición delicada. Los comentarios de los usuarios añaden chispa y frescura a los videos, textos y música; además, cuanto mayor tiempo pasen los visitantes para leerlos y cuanto mayor número de veces regresen, más puede cobrar el sitio por publicidad.

Lo que las páginas de Internet no desean es el tipo de vulgaridades sin atractivo, como las que desencadenó recientemente un artículo en CNN.com sobre la Ley de Atención Médica Asequible.

"Si por mí fuera, ustedes liberales progresistas que destruyen este país, estarían colgando de la horca por traición, aunque la gente ya está despertando. Yo en su lugar tendría mucho miedo", escribió alguien con el nombre de JBlaze.

YouTube, que pertenece a Google, ha sido por mucho tiempo lugar de algunos de los comentarios más inmaduros y gramaticalmente incorrectos en Internet.

El sitio causó revuelo el mes pasado, cuando comenzó a solicitar a los usuarios que se inscribieran en Google Plus para dejar un comentario.

Además de encausar a los usuarios hacia la red unificada de Google, la compañía dice que la medida tiene como propósito elevar el nivel del discurso en los diálogos que transcurren abajo de los videos de YouTube.

Un video, el de un comercial del cereal Cheerios, donde aparece una familia interracial, suscitó en mayo tal andanada de comentarios racistas en YouTube que la fabricante General Mills optó por suprimirlos en general.

"A partir de esta semana, cuando usted vea un video en YouTube, verá comentarios arreglados por las personas que a usted le importan primero", escribieron el gerente de productos de YouTube, Nundu Janakiram, y el ingeniero Yonatan Zunger, en un blog en el que se anuncian los cambios.

"Si usted publica videos en su canal, también tendrá más herramientas para moderar los diálogos gratos y los no gratos. De esta manera, los comentarios en YouTube se convertirán en conversaciones que le interesan a usted", agregaron.

El anonimato siempre ha sido un atractivo importante en el desenvolvimiento de las actividades en Internet.

Hace dos décadas, la revista The New Yorker publicó una caricatura en la que un perro está sentado frente a una computadora con una pata en el teclado. El pie de foto dice: "En Internet nadie sabe que eres un can".

En el mejor de los casos, el anonimato permite a las personas hablar sin inhibiciones ni repercusiones. Les permite hacer denuncias y emitir opiniones impopulares a manifestantes.

En el peor de los casos, permite a las personas despotricar sin repercusiones. Permite a los provocadores y los bravucones enzarzarse en discusiones, amenazas y maltratos.

Sin embargo, el anonimato se ha desgastado en años recientes. En Internet, muchas personas quizá sepan no sólo el nombre de otros usuarios, sino hasta sus reflexiones más recientes, las canciones que escucharon y su historial laboral, así como quiénes son sus amigos, e incluso la marca de su sopa favorita.

The Huffington Post también se lanzó contra los comentarios violentos, además de contratar a 40 encargados de moderar y filtran las opiniones de racismo, homofobia, intolerancia y cuestiones similares. El medio propiedad de AOL, está alejándose de los comentarios anónimos.

Antes cualquiera podía responder a un artículo publicado en el ciber sitio al crear una cuenta sin necesidad de adjuntar su dirección de correo electrónico.

"Estamos alcanzado una etapa en la que Internet está creciendo", dijo Jimmy Soni, director editorial de The Huffington Post. "Estos cambios representan la maduración del ambiente en línea".

---