
Webs de noticias cierran foros por comentarios de odio

09/11/2015



El mes pasado, el portal de internet Vice dejó de publicar los comentarios de sus internautas, estimando que "la naturaleza incendiaria de las secciones de comentarios sólo asfixia las conversaciones verdaderas".

En su lugar, empezó a alentar el envío de "cartas al editor", que son examinadas por el personal.

De su lado, la web de noticias The Verge explicó en julio pasado que suspendería los comentarios "por un corto momento", porque el tono "se estaba tornado muy agresivo y negativo".

Estos no son casos aislados: el Chicago Sun Times, The Daily Beast, el portal Re/Code o incluso Popular Science, entre otros medios estadounidenses, también decidieron suspender los comentarios.

Y el problema no es sólo de Estados Unidos. Este problema forzó, por ejemplo, al mayor medio sudafricano en línea, 24.com, a cerrar su sección de comentarios, seguido por el Independent Online.

"Las redacciones realmente están batallando con esto", dijo a la AFP Jennifer Stromer-Galley, profesora de estudios de la información en la universidad de Syracuse en el estado de Nueva York.

Aunque a los medios "les gusta la idea de los comentarios porque invita a los lectores a volver", el lado negativo es que "esto aleja a las personas que, aunque no usen un mal lenguaje, ven expuesto mucho veneno y violencia".

"La preocupación es que, en lugar de reforzar la comunicación, se pierdan lectores", añadió.

Para Arthur Santana, profesor de la universidad de Houston (Texas, sureste) y quien dirige un estudio sobre este tema, las redacciones temen convertirse en un lugar de denigración pública e intentan reaccionar "ante el recrudecimiento de las descortesías y los ataques 'ad hominem'".

- ¿Facebook o software? -

Algunos buscan inspiración en otros modelos en internet para tratar de regular a los "trolls", como se conoce a quienes publican sistemáticamente comentarios groseros o fuera de lugar.

La herramienta de Facebook, que verifica la identidad de los usuarios que comentan en su red social y requiere el uso de nombres reales, es considerada por los grupos de medios como una solución posible.

Un estudio de la universidad de Kent realizado en 2013 demostró que, al volver a los usuarios "responsables" de su identidad, Facebook logró que "sea menos probable que se involucren en discusiones irrespetuosas".

Sin embargo, cuando el Huffington Post puso fin a los comentarios anónimos en su plataforma y empleó el módulo de Facebook, enfrentó la ira de los internautas.

Mediante la creación de obstáculos a la libre publicación, "se pierden muchos comentadores", explicó David Wolfgang, investigador de periodismo de la universidad de Misuri.

"Si tu organización de noticias local no va a dar espacio para esta conversación, ¿quién lo hará? No siempre resulta de la manera que queremos, pero eso no significa que debemos dejarlo", opinó.

Los medios más grandes emplean a menudo equipos de moderadores, encargados de evitar todo exceso en los debates. Pero eso no siempre es suficiente y, a falta de presupuesto, no todos los medios en línea se lo pueden permitir.

Entonces recurren a la tecnología, principalmente a los softwares que prometen hacer el trabajo automáticamente

para asegurar un debate sin violencia ni odio.

The Washington Post y The New York Times participan por ejemplo en un proyecto lanzado por la fundación Knight, que busca crear un software adaptado a los portales de noticias.

El director de proyectos digitales de información para The Washington Post, Greg Barber, consideró que la "civilidad es un desafío para todos".

El experto explicó que los diarios reciben ocho millones de comentarios por año y deben luchar por mantener un tono positivo con sus propios moderadores.

"Cuando los usuarios vienen y se encuentran con que la gente se está dando tortazos, lo más probable es que agarren un pedazo de torta y la lancen también", dijo.

"En cambio, si leen una discusión razonable, querrán contribuir de una manera razonable".

Los responsables del proyecto "Coral" están en contacto con medios en 25 países interesados por este software, cuyas versiones de prueba deberían estar disponibles para enero de 2016, indicó Barber.
