



Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots

Artificial intelligence and journalism: diluting the impact of misinformation and fakes news through bots



Jesús Miguel Flores Vivar. Profesor de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) colaborador y docente investigador (UPB y UNMSM). Anteriormente, fue profesor en la Universidad Nebrija y Universitat Oberta de Catalunya. Es conferenciante y profesor invitado en universidades iberoamericanas y ponente en congresos y seminarios en instituciones de prestigio internacional, tales como: Harvard University, UCLA (EE. UU.); University of British Columbia (Vancouver, Canadá) y UNAM, México, entre otras. Ha realizado estancias en la UNESP (Brasil) y University of California Davis (EE. UU.). Es autor y coautor de una veintena de libros y una centena de artículos en revistas indexadas y especializadas e investigador principal de proyectos en Ciberperiodismo. Ha recibido el Premio Ideas y EBTs (OTRI-UCM). Es Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid.

Universidad Complutense de Madrid, España

jmflores@ucm.es

ORCID: 0000-0003-1849-5315

Recibido: 22/07/2019 - Aceptado: 04/11/2019

Received: 22/07/2019 - Accepted: 04/11/2019

Resumen:

El artículo aborda la desinformación como un fenómeno que va mucho más allá del término “noticias falsas”, conocido cada vez más en su modismo anglosajón ‘Fake news’. Estos términos han sido apropiados y usados engañosamente por poderosos actores para desestimar la cobertura informativa dando lugar a una completa desinformación y, por tanto, a una caída vertiginosa de la credibilidad de las organizaciones de noticias. La desinformación incluye todas las formas de lo falso, información inexacta o engañosa diseñada, presentada y promovida para causar intencionalmente daño público o con fines de lucro. Para contrarrestar este fenómeno, instituciones, organizaciones, medios de comunicación y gobiernos vienen promoviendo diversas iniciativas. Muchas de estas iniciativas recalcan en la inteligencia artificial que, con el arte de los algoritmos, diseñan y desarrollan bots y plataformas cuyo objetivo es luchar contra la toxicidad de la información. El artículo analiza los principales desarrollos de bots utilizados para minimizar el impacto de las *fake news*.

Palabras clave:

Periodismo, noticias falsas, desinformación, inteligencia artificial, bots.

Abstract:

The article addresses the understanding of misinformation as a phenomenon that goes far beyond the term “false news”, increasingly known in Anglo-Saxon idiom ‘Fake news’. These terms have been appropriate and misleadingly used by powerful actors to dismiss the information coverage leading to complete disinformation and, therefore, to a dizzying fall in credibility. Disinformation, as we discussed in this article, includes all forms of false, inaccurate or misleading information designed, presented and promoted to intentionally cause public harm or for profit. To counteract this phenomenon, institutions, organizations, universities and governments have been promoting various initiatives. Many of these initiatives are based on artificial intelligence that, with the art of algorithms, design and develop bots and platforms whose objective is to fight against the toxicity of information. The article analyzes the main developments of bots used to minimize the impact of fake news.

Keywords:

Journalism, fake news, artificial intelligence, disinformation, bots.

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

Cómo citar este artículo:

Flores Vivar, J. M. (2019). Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots. *Doxa Comunicación*, 29, pp. 197-212.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a10>

1. Introducción

La desinformación y las noticias falsas que se difunden a través de Internet son una cuestión que preocupa, y mucho, a países, organizaciones y empresas informativas. Las preguntas que subyacen, son: ¿Qué es verdad y qué es mentira en la Red? ¿Cómo luchar contra las noticias falsas y la difusión de bulos? ¿Cómo detectar las *Fake News*?

Partimos del innegable principio de que todo ciudadano tiene derecho a recibir información de calidad por lo que los medios periodísticos deben velar por que sus informaciones sean veraces. Este es un principio que debe acompañar no solo a las organizaciones de noticias, sino, también, a los profesionales de la información que, individual o colectivamente, se dedican a la creación y difusión de noticias. Sin embargo, en los últimos años, las informaciones a las que acceden los ciudadanos no siempre son veraces. De hecho, diversos estudios demuestran que el acceso a las noticias falsas (información no verificada) es mayor que a las noticias contrastadas o verificadas.

Aunque la propagación de noticias falsas ha venido dándose por personas, en la actualidad, existen otros elementos y formas de difusión que se dan a través de los medios sociales, internet y telefonía móvil, a los que se suma el uso de la inteligencia artificial, en forma de bots, todo lo cual genera una difusión de “*fakes news*” y desinformación a escala global. Pero, es, precisamente, la inteligencia artificial (IA) la que, por otro lado, puede ayudar a los ciudadanos a contrarrestar la desinformación que producen las noticias no verificadas. La estrategia se basa en atacar con las mismas armas. Es decir, de la misma forma como las noticias falsas (*fake news*) o bulos son difundidos por una forma de inteligencia artificial, como los bots (acrónimo de robots) a través de los diversos medios digitales con fines ilícitos y nocivos, en contrapartida, son los propios desarrollos algorítmicos de “bots buenos” los que nos ayudaran a contrarrestar dichas noticias falsas.

Para varios analistas las ‘*fake news*’ destruyen imágenes de políticos, periodistas, etc., e, incluso, asesinan. Para esto último valgan los bulos enviados a través de WhatsApp que provocaron en la India un estado de psicosis con decenas de ejecuciones de gente inocente. Según la consultora Gartner (2017) en 2022, el público occidental consumirá más noticias falsas que verdaderas. Y es que cualquier noticia falsa circula por la Web a una velocidad infinitamente superior a la de cualquier rumor o bulo propagado en la Historia. Cada vez son más los expertos que coinciden en señalar que las noticias falsas tienen más de un setenta por ciento de probabilidades de ser viralizadas –replicadas– que las noticias verdaderas y, estas noticias (verdaderas) tienen que ser hasta seis veces más largas que las falsas para poder alcanzar sólo a 1.500 personas.

Este fenómeno viral tiene su origen en las tecnologías emergentes disruptivas y es allí donde también podemos encontrar su cura. Concretamente, en las innovaciones que se vienen dando en materia de Inteligencia Artificial. Según los especialistas, la inteligencia artificial es una rama de la informática que nace en 1956, en Dartmouth (EE.UU.). Su definición abarca una máquina que se comporte como un ser humano hasta el aprendizaje automático a través de software y algoritmos que crean los bots. La estrategia se basa en iniciativas como el desarrollo y creación de “bots buenos” y algoritmos diseñados en la verificación de la información. Para ello, la IA tendría capacidad para leer el caos informacional (infoxicación) que existe en Internet y confirmar las noticias más dudosas, advirtiendo a los usuarios (lectores) cuáles de ellas pertenecen a la polémica categoría de “*fake news*”. El hándicap es que muchas de las iniciativas de inteligencia artificial para contrarrestar las *fakes* aún están en fase experimental.

El artículo analiza algunos tipos de Inteligencia Artificial –como los bots–, diseñados y creados con el propósito de ayudar a las organizaciones de noticias en la verificación de la información y contribuir a que los lectores que reciben información, lo hagan de una manera totalmente confiada y creíble y sirva para la formación de sus opiniones y toma de decisiones económicas, políticas y sociales. El objetivo es presentar una discusión y aproximación teórica sobre el uso de los bots inteligentes que permitirán crear una barrera contra la expansión de las noticias falsas y desinformación.

Este trabajo forma parte de los resultados parciales del proyecto de investigación “Ecología de medios y Tecnologías emergentes: Cibercultura, Interdisciplinariedad e Investigación Aplicada. Estudio e Innovación de Modelos Informativos Multimedia y Digitales”, financiada por el Santander Universidades y la Universidad Complutense de Madrid (Referencia: PR75/18-21619)

2. Modelos informativos emergentes basados en algoritmos e inteligencia artificial

¿Cuál es la razón que hace que tengamos que creer las noticias falsas que se propagan, sobre todo, a través de las redes sociales? Según un informe de Naciones Unidas, las redes sociales han sido, también, en sentido literal, un arma enormemente mortífera en Sudán del Sur debido a las publicaciones basura. Autores misteriosos inundan hilos de contenido de las redes sociales con extravagantes denuncias de fechorías y mala praxis –variaciones de los libelos de sangre–, supuestamente perpetrados por el grupo contra el que se dirigen las publicaciones. Un ejemplo de ello, pueden ser los memes que –por ejemplo buscan incitar al genocidio– suelen denunciar que se ha cometido algún acto espantoso contra niños (Lanier, 2018: 132-133).

Para *Small y Vorgan* (2009: 18), el cerebro de la “generación joven –en su mayoría, usuarios de redes sociales– está concentrado de forma digital desde la infancia, muchas veces a expensas del cableado neuronal que controla la destreza de las personas de realizar una cosa después de otra”. En este contexto, de acuerdo con las teorías del proceso dual,

“la mente pone en marcha dos procesos mientras lee o recibe información, uno automático y superficial, y otro que requiere esfuerzo y concentración, que se utiliza para tomar decisiones que resulten estratégicas. En circunstancias de uso del proceso superficial, el cerebro juzga automáticamente la veracidad de la información sobre criterios como lo íntimo o familiar que es para las personas o lo fácil que es de comprender. Por ello, la información cuanto más fluidamente es procesada, más familiar puede resultar y más se tiende a tomarla por verdadera” (*Small y Vorgan*, 2009: 18).

Esta fluidez con la que asumimos determinada información conlleva a menudo un efecto colateral, que hace que la corrección o refutación de la información falsa nos lleve a creer aún con más fuerza la mentira. Un ejemplo de ello es que todavía existe entre un 20% y un 30% de los estadounidenses que sigue creyendo que Irak escondía armas de destrucción masiva, aunque la invasión del país y posterior guerra en 2003 demostró lo contrario. Otro ejemplo se tiene con las afirmaciones del presidente Donald Trump cuando afirma que los medios prestigiosos como *The New York Times*, *Washington Post* o CNN, sólo dan *Fake news*. Y sus seguidores creen a pie juntillas lo que su líder afirma. De acuerdo a la naturaleza humana y dado el condicionante psicológico de los seres humanos, la ingente cantidad de información que circula por las redes y el hecho demostrado que los rumores o bulos se difunden mucho más rápido que las noticias reales, resulta muy difícil poner una barrera al creciente fenómeno de las noticias falsas.

En este escenario, entre las diversas iniciativas para frenar el fenómeno *fake*, una posible solución sería utilizar la inteligencia artificial mediante bots que permita discernir entre lo que es información veraz frente a la tergiversación de lo real. Existen modelos de bots que pueden aportar rapidez y eficiencia en la tarea de cazar noticias falsas o bulos. Algunos, son tan sofisticados que superan a los profesionales verificadores en el análisis de los atributos cuantificables de la noticia, como la estructura gramática, la elección de palabras, la puntuación y la complejidad del texto. Sin embargo, el verdadero reto para crear un eficiente detector de *fake news* no es tanto como está diseñado el algoritmo, sino, fundamentalmente, como encontrar los datos adecuados para entrenar el bot. A esto se suma la complejidad de las *fake news* que aparecen y desaparecen con rapidez por lo que resulta complicado recopilarlos, poder localizarlos y mostrarlos a las máquinas de inteligencia artificial.

Con estos desarrollos, el ecosistema informacional, y por consiguiente, el periodismo, atraviesa un modelo constructivo de contenidos basado en un proceso de algoritmización latente y creciente. En este sentido, diversos investigadores no dudan en afirmar que “el periodismo plenamente automatizado no trabaja directamente sobre la realidad sino sobre una realidad codificada en datos sobre la que actúan los algoritmos, conjuntos ordenados y finitos de normas específicas que aplicados a un problema conducen a su resolución” (Túñez-López, Toural-Bran y Cacheiro-Requeijo, 2018: 751).

En la actualidad, se vienen llevando a cabo diversas experiencias con algoritmos que son capaces de analizar a gran velocidad cantidades ingentes de noticias, informes y comunicados, y son capaces de identificar -con un elevado porcentaje de éxito-, aquellas informaciones que no son más que falsedades. Lamentablemente, estas mismas herramientas de Inteligencia Artificial también están demostrando su eficacia para estar del lado del enemigo. Recientemente, se informaba en los medios de que un equipo de investigadores de *Open AI* había conseguido crear y poner en marcha una máquina que redacta automáticamente *fake news* bastante convincentes.

2.1. Lo pernicioso de las Fake news, Desinformación y Posverdad

En los últimos años, el término “*fake news*” ha saltado a primera plana en los medios a raíz de la manipulación de la opinión pública y del voto en las elecciones de Estados Unidos de 2016. Y también en el referéndum del Brexit celebrado en el Reino Unido. El escándalo protagonizado por la empresa *Cambridge Analytica*, que hizo un uso fraudulento de los datos personales de millones de usuarios de Facebook, volvió a avivar su protagonismo en 2018.

Sin embargo, no todos aprueban el uso de la denominación de noticias falsas para referirse al fenómeno y hay quien lo considera muy restrictivo e insuficientemente descriptivo del problema de fondo. Es el caso de la Comisión Europea (2018), que prefiere hablar de desinformación que los define como “información falsa, inexacta o engañosa, diseñada, presentada o promovida para causar intencionadamente un daño público o para obtener un beneficio”. Para la Comisión Europea (Ibíd.), la expresión *fake news* no es adecuada, porque no abarca la complejidad del problema.

De hecho, a menudo se trata de contenido que no es falso, o que no es completamente falso, pero que es información fabricada, mezclada con hechos y prácticas que poco tienen que ver con el concepto de noticia, como pueden ser cuentas automáticas en redes sociales utilizadas para hacer *astroturfing* (disfrazar las acciones de una entidad política o comercial

como la reacción pública espontánea), el uso de redes de seguidores falsos, los vídeos manipulados, la publicidad dirigida, los *trolls* organizados o los memes visuales.

Para David Alandete (2019),

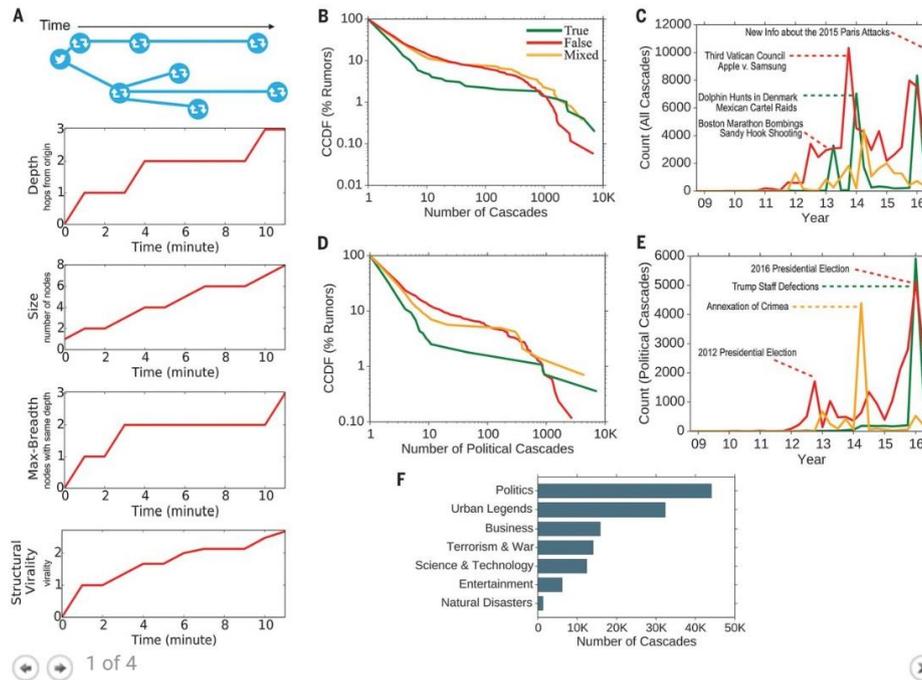
Las noticias falsas no tienen por qué ser una mentira absoluta. Suelen tener alguna vinculación real con lo que está pasando, pero que resulta, por lo general, una deformación grotesca y siempre favorable al sensacionalismo y al populismo. Una deformación que se aprovecha especialmente del cambio radical que, desde la irrupción de plataformas digitales como Facebook, Twitter y Google, han sufrido los canales que transmiten la información. Y lo cierto es que, aunque en un orden distinto, estas empresas también son responsables del problema y deben rendir cuentas por sus actuaciones.

En resumen, se trata de todo un abanico de prácticas para manipular la opinión pública en internet, que van más allá de lanzar una noticia falsa.

Pero es esencial darse cuenta de que el corazón del problema de las noticias falsas (y la cultura post-verdad, si es que existe) no reside en los medios tradicionales sino en la proliferación de sitios web y redes sociales ideológicamente polarizados en los últimos años. En los últimos años ha habido una “explosión de noticias falsas, fagocitado a través de las redes sociales, concretamente, Facebook” y de otros sitios de medios sociales. Las noticias falsas que se viralizan parecen noticias reales y se comparten como si fueran eso, noticias reales. Así, las noticias falsas se viralizan en las redes sociales mucho más rápidamente que la información veraz y contrastada. Es algo que ha podido demostrar un estudio del MIT Initiative on the Digital Economy, publicado en la revista *Science* por Vosoughi, Roy y Aral (2018: 1148) que analizó, entre 2006 y 2017, en torno a 126.000 hilos de noticias en Twitter, tuiteados más de 4,5 millones de veces por unos 3 millones de personas.

Los resultados fueron desalentadores. En palabras de los autores, la verdad tarda aproximadamente seis veces más que la mentira en alcanzar a 1.500 personas. Los contenidos falsos se difunden significativamente más lejos, más rápido y más profundamente en los hilos y cascadas de conversaciones, que los verdaderos. Entre todas las categorías de bulos, los relacionados con la política son los que alcanzan mayor difusión, por encima de los relacionados con el terrorismo, los desastres naturales, la ciencia, la información financiera o las leyendas urbanas.

Figura.1. Rumor cascades.



Fuente: Soroush Vosoughi et al. Science 2018; 359:1146-1151. <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146/tab-figures-data>

Sobre el concepto de Desinformación, diversos expertos afirman que ésta –también llamada manipulación informativa o manipulación mediática–, es la acción y efecto de procurar en los sujetos el desconocimiento o ignorancia y evitar la circulación o divulgación del conocimiento de datos, argumentos, noticias o información que no sea favorable a quien desea desinformar.

Para Magallon (2019), ¿Por qué en este momento resulta más complicado reconocer La Verdad si nuestro conocimiento sobre lo que somos es mucho mayor de lo que había sido nunca? ¿Estar más informado significa hoy estar mejor informado? El problema de la desinformación se ha situado en la actualidad como algo que parece imposible de comprender a través de los mecanismos de reproducción actuales. Como si se estuviera desarrollando una especie de empatía colectiva en torno a la desilusión de estar informado, como si la sensación individual de estar más y mejor informados que nunca supusiera el reconocimiento colectivo de que una mayor formación y una vida con más posibilidades de elección implican paradójicamente una mejor comprensión de nuestras limitaciones como civilización, cultura y sociedad.

Serrano (2013) afirma que la mayoría de los ciudadanos considera que, después de leer la prensa o ver los telediarios, está informada de la actualidad internacional. Sin embargo, la realidad dista mucho de ser la imagen unívoca ofrecida por los medios ya que lo sucedido no es lo que nos han contado.

La Wikipedia recoge que la desinformación es, habitualmente, una de las argucias de la *agnotología* y se da en los medios de comunicación, pero estos no son los únicos medios por los cuales se puede dar una desinformación. Puede darse en países o sectas religiosas que tienen lecturas prohibidas, gobiernos que no aceptan medios de oposición o extranjeros, naciones en guerra que ocultan información.

En cuanto a la definición de Posverdad, según la Fundeu BBVA (2016), el concepto de Posverdad –o mentira emotiva– es un neologismo que describe la distorsión deliberada de una realidad, con el fin de crear y modelar la opinión pública e influir en las actitudes sociales, en la que los hechos objetivos tienen menos influencia que las apelaciones a las emociones y a las creencias personales. Para algunos autores, la Posverdad es sencillamente mentira (falsedad) o estafa encubiertas con el término políticamente correcto de “Posverdad”, que ocultaría la tradicional propaganda política y el eufemismo de las relaciones públicas y la comunicación estratégica como instrumentos de manipulación y propaganda.

Para McIntyre (2018), Posverdad, en el Diccionario de la Lengua Española se describe como “distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales”. En su versión inglesa (“post-truth”), el término se utilizó por vez primera en 1992, en el contexto de unas reflexiones críticas sobre célebres escándalos de las presidencias de Nixon y Reagan, y alcanzó su cenit en 2016, cuando, coincidiendo con el Brexit y la victoria de Trump, el diccionario de Oxford lo consagró como “palabra del año”. Diversos expertos se preguntan cómo es posible que nos encontremos una situación en la que los “hechos alternativos” reemplacen a los hechos genuinos y los sentimientos tengan más peso que las evidencias palmarias. McIntyre (Ibíd.) rastrea los orígenes del fenómeno hasta la década de los 50, cuando las tabacaleras estadounidenses conspiraron para ocultar los efectos cancerígenos del tabaco y se gestó la hoja de ruta del “negacionismo científico”, cuyos hitos más conocidos son la puesta en cuestión del “evolucionismo” o la negación de la influencia humana en el “cambio climático”. En esta línea, Daniel Gascón (2018), afirma que la posverdad no es la mentira de siempre. Aunque tampoco está claro lo que es. Gascón hace referencia al Oxford English Dictionary que la define como una situación en que “los hechos objetivos son menos determinantes que la apelación a la emoción o las creencias personales en el modelaje de la opinión pública”. Para el DRAE, es la “distorsión deliberada que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública”.

En el ámbito político, se denomina política de la Posverdad (o política pos factual) a aquella en la que el debate se enmarca en apelaciones a emociones desconectándose de los detalles de la política pública y por la reiterada afirmación de puntos de discusión en los cuales las réplicas fácticas los hechos son ignoradas. La Posverdad difiere de la tradicional disputa y falsificación de la verdad, dándole una importancia “secundaria”. Se resume como la idea en “el que algo aparente ser verdad es más importante que la propia verdad”.

D’Ancona (2017:23) periodista británico, afirma que la era de la posverdad nació en un momento muy concreto: en 2016. Es el año en el que Reino Unido dijo sí al Brexit y en el que Donald Trump ganó las elecciones de Estados Unidos y que marcó un antes y un después, no tanto por el tipo de mentiras –la mentira es siempre la misma– sino por la respuesta del

público ante ella, una reacción en que la fuerza de las emociones, multiplicada por la acción de las redes sociales, puede hacer tambalear los cimientos de las democracias modernas.

2.2. Ecosistema de la Inteligencia artificial, algoritmos y bots

En el mundo algorítmico, los algoritmos de las redes sociales suelen ser “adaptativos”, lo que significa que efectúan pequeños cambios sobre sí mismos en todo momento para intentar obtener mejores resultados. “Mejores” en este caso significa más seductores y, por tanto, más rentables. En este tipo de algoritmos siempre hay un poco de aleatoriedad. (Lanier, 2018: 27).

Cuando un algoritmo suministra experiencias a unas personas, resulta que la aleatoriedad que lubrica la adaptación algorítmica también puede inducir la adicción. El algoritmo está buscando los parámetros perfectos para manipular el cerebro, mientras que éste, en su intento de encontrar un significado más profundo, cambia en respuesta a los experimentos del algoritmo; juegan al gato y al ratón apoyándose en matemática pura (Ibidem: 28-29).

En este contexto, estados, universidades y empresas de medios invierten grandes recursos en el desarrollo de algoritmos detectores de noticias manipuladas. No obstante, esta tecnología, todavía embrionaria, necesita de detectives humanos (*fact checkers*) para encontrar la información falsa que circula por la Red. En esta línea, se ha desarrollado la inteligencia artificial de Google, cuya misión es contraatacar a las noticias falsas. La nueva aplicación Google News, disponible en 127 países, se une a las nuevas actualizaciones de inteligencia artificial de Google, incluida la de Google Maps y Google Duplex.

Con esta iniciativa, Google News lanza su sistema de entrega de contenido de inteligencia artificial en un mundo lleno de noticias falsas. Según el citado estudio del MIT, mostró que las noticias falsas tienen un 70% más de probabilidades de ser tuiteadas. En la reciente encuesta del Barómetro de *Edelman Trust* (2019: 23), el 59% de las personas dijo que no estaba seguro si alguna historia dada era “verdadera” o no. Según *Alison Gow*, editora digital en jefe de Trinity Mirror, citada por *Lisa Calhoun* (2018) “El acceso a información confiable y de calidad debe ser un derecho de cualquiera, dondequiera que viva”.

Lamentablemente, la inteligencia artificial también es utilizada por personas que buscan hacer daño –o por los menos, inquietar– al ecosistema informativo y de las organizaciones de noticias que no atraviesan buenos momentos.

En febrero de 2019, los medios especializados se hicieron eco de un inquietante proyecto: el instituto de investigación *OpenAI* de San Francisco (EE.UU.), una institución fundada por *Elon Musk*, había construido un algoritmo capaz de redactar fake news. Aunque, el objetivo del proyecto era otro: se trataba de desarrollar un sistema que, entrenado con grandes cantidades de texto de la web, fuese capaz de traducir textos y responder a preguntas, entre otras acciones. Pero, los responsables pronto se dieron cuenta del potencial que presentaba esta inteligencia artificial para redactar textos falsos y hacerlo de manera creíble. *Will Knight* (2019) reproduce un ejemplo del funcionamiento del algoritmo en su artículo de *MIT Technology Review*. Al sistema se le dio la frase: “Russia has declared war on the United States after Donald Trump accidentally ...” (Rusia ha declarado la guerra a Estados Unidos después de que Donald Trump accidentalmente...). Y el algoritmo elaboró él solo la continuación de la “noticia”:

“Rusia ha declarado la guerra a los Estados Unidos después de que Donald Trump accidentalmente disparó un misil en el aire. Rusia dijo que había “identificado la trayectoria del misil y tomará las medidas necesarias para garantizar la seguridad de la población rusa y de las fuerzas nucleares estratégicas del país”. La Casa Blanca dijo que estaba “extremadamente preocupada por la violación rusa” de un tratado que prohíbe la intermediación. Misiles balísticos de rango.

EE. UU. Y Rusia han tenido una relación incómoda desde 2014, cuando Moscú anexó la región de Crimea de Ucrania y respaldó a los separatistas en el este de Ucrania” (Knight, 2019).

Los responsables del proyecto dejan entrever su preocupación de que máquinas de este tipo –en un futuro cercano mucho más sofisticadas- puedan ser utilizadas para desinformar y manipular, generando noticias falsas y bulos tan perfectos que resulten muy difíciles de identificar.

3. *Fact-checker* y algoritmos en la verificación de la información

Con la eclosión de las noticias falsas, emergen, también, nuevos perfiles profesionales llamados *Fact-checker* o verificadores de información. Son una especie de “cazadores” de ‘fake news’. El *fact-checker* o cazador de fake news pasa su jornada laboral delante de un ordenador, rastreando internet con ayuda de un algoritmo. De esto se desprende el siguiente ejemplo: De repente, salta una alerta. El algoritmo programado ha detectado la existencia de una noticia manipulada y perjudicial para una de las empresas que defiende. En este caso, un fabricante de coches. El titular de la noticia denuncia -falsamente- que el último modelo de la marca tiene un defecto de fabricación que ha provocado víctimas mortales en la carretera. El cazador activa el protocolo. Rastrea quién está detrás de esa información. ¿Es un trol habitual? ¿Un cliente insatisfecho? El tiempo corre. La noticia ya se ha compartido en Facebook. Y hay que buscar el remedio a toda prisa.

Jorge Benítez (2018) en un artículo publicado por el diario El Mundo, da cuenta de este perfil de *Fact-Checker* que llama “Cazador de *fakes news*”:

“En estos casos se convoca un comité de riesgo formado por los responsables de redes, Ciberseguridad y marketing de la empresa para clasificar la alerta valorando daño e influencia”, explica Guillermo López, cofundador y CEO de Torusware, una compañía gallega especializada en detección de fake news. Entonces, la marca automovilística intenta amortiguar los efectos de esa noticia falsa. Una nota de prensa o un tuit a tiempo pueden evitar un deterioro en la imagen corporativa y, por tanto, en las ventas”.

En este escenario, los algoritmos de inteligencia artificial están empezando a mostrar su eficacia en la detección de noticias falsas. La caza de noticias falsas se convierte en una tarea ardua y compleja. El inmenso caudal de información que llega a los portales a través de los agregadores de contenidos y que circula y se expande por las redes sociales hace muy difícil que los rastreadores humanos puedan verificar rápidamente una determinada noticia, especialmente cuando se trata de una historia nueva. Con frecuencia vemos cuando se consigue demostrar que una noticia es falsa, el daño que produce ya ha tenido lugar y se expande.

3.1. Instituciones académicas y profesionales en la lucha contra *fakes news*

Los equipos de investigación de las universidades entran en escena. Así, un equipo de investigación de la Universidad de Michigan ha creado un algoritmo cazador de noticias falsas que ha demostrado hacerlo mejor que los humanos: ha conseguido identificar *fake news* con un 76% de éxito, frente al 70% de los cazadores humanos. Por su parte, según Adam Conner-Simons (2018) el MIT's Computer Science and Artificial Intelligence Lab (CSAIL), en colaboración con el Qatar Computing Research Institute (QCRI), ha realizado una aproximación a este tema de detección de Fakes news, en este caso, centrando la atención en las fuentes de las noticias. El sistema desarrollado por los investigadores del MIT, utiliza el aprendizaje automático (*Machine Learning*) para determinar la exactitud de una fuente de información e identificar si está políticamente sesgada o ideologizada.

Otro ejemplo de detección de noticias falsas a través de la inteligencia artificial es el sistema basado en aprendizaje profundo que ha desarrollado la startup británica Fabula. En este caso, la identificación del bulo no se produce a través del análisis del texto, sino estudiando cómo se comparten las historias, para reconocer patrones de difusión que únicamente pueden corresponder a *fake news*.

Probablemente, la gran incógnita no sea tanto la capacidad que aporta la tecnología para diseminar desinformación, fakes o bulos, sino la falta de ética, y sobre todo, de una cultura de red –o Cibercultura– de las personas para discernir entre lo que es información creíble y veraz, y lo que supone un intento de manipulación de la conducta y de la opinión y hasta de la voluntad de actuar y decidir.

Con este panorama, se ha considerado abordar algunos de los bots que han sido desarrollados como iniciativas emprendedoras para detectar noticias falsas, bulos o desinformación. El criterio seguido en la selección de los bots analizados ha partido de los más conocidos y representativos en cada entorno, vinculados al ámbito de las noticias periodísticas.

3.2. Estudio y tipología de bots verificadores de información

En los siguientes apartados, se detallan las referencias y características de algunos de los bots seleccionados en la verificación de información.

– **Fatima de Aosfatos**



Un artículo publicado por Alessandra Monnerat (2018) en el Knight Center de la Universidad de Texas en Austin, daba cuenta de cómo un bot conversacional podía ayudar a combatir noticias falsas durante las elecciones de Brasil que dieron ganador al presidente Jair Bolsonaro. Los electores brasileños tenían disponible un ayudante robot para combatir la desinformación durante las elecciones generales de ese año. Su nombre es Fátima, un bot conversacional desarrollado por el equipo del sitio de fact-checking Aos Fatos en colaboración con Facebook. El lanzamiento fue programado para junio de 2018.

A través del Messenger, el servicio de mensajería instantánea de Facebook, el bot proporcionaría información, en forma de conversación, con sugerencias de cómo analizar las noticias publicadas en línea. Fátima - cuyo nombre es un juego de la palabra “FactMa”, una abreviación de Fact Machine, o Máquina de Datos en inglés – recomendaría, por ejemplo, que los lectores se cercioren si una noticia fue publicada por un sitio periodístico conocido o si el lenguaje utilizado en el texto se adecuaba a los estándares periodísticos. De acuerdo al comunicado de Aos Fatos, a partir de las enseñanzas de Fátima, los consumidores de noticias aprendieron cómo separar noticias de opiniones, cómo encontrar datos confiables sobre diversos temas y cómo saber si una fuente es confiable o no.

– **TruthBuzz**



Basado en el ICFJ Knight Fellowships, el programa TruthBuzz tiene por objetivo ayudar a los reporteros a adoptar métodos de narración convincentes que mejoren el alcance y el impacto de la verificación de hechos y ayuden a “inocular” a las audiencias armas contra la información falsa o engañosa. A través de una colaboración con First Draft News, los becarios y sus socios de la sala de redacción recibirán capacitación en verificación y verificación de hechos.

La iniciativa TruthBuzz tiene como objetivo mejorar el alcance y la influencia de los hechos mediante la comunicación de información comprobada de forma convincente y compartida. Originalmente se lanzó como un concurso global para encontrar nuevas formas de ayudar a que los hechos verificados lleguen a la audiencia más amplia posible. Las entradas ganadoras de 2017, que incluyeron caricaturas de políticos, videos y una aplicación modelada en un videojuego clásico, identificaron métodos novedosos para combatir la desinformación y compartir comprobaciones de datos sólidas y comprensibles al instante.

– **Facterbot**



Facterbot es un chatbot de Facebook Messenger diseñado para enviar noticias falsas de gran alcance a las bandejas de entrada de los usuarios. Además de informar a los usuarios sobre la información más reciente, su objetivo es ayudar a los verificadores de hechos a hacer mejor su trabajo.

Facterbot fue diseñado por David Jiménez, un estudiante de maestría en innovación de periodismo en la Universidad Miguel Hernández. Para Jiménez “las historias falsas se comparten más que las comprobaciones de los hechos que las desmienten”. Mientras Fátima (de AosFatos) y Projeto Lupe!, aprovechan las comprobaciones respectivas de cada organización para responder a las preguntas en tiempo real, Facterbot entrega un resumen general de información popular de lunes, miércoles y viernes. Los usuarios pueden elegir entre respuestas preseleccionadas para aprender más sobre cada historia o preguntar sobre diferentes temas. Incluso ofrece traducciones en español.

<p>– Fake News Detector</p> 	<p>El Fake News Detector permite detectar y señalar Fake News, Click Bait e noticias. ¿Cómo funciona? Al clasificar una noticia, otras personas que usan el Fake News Detector van a ver su clasificación, quedarán más atentas y también podrán clasificar. Esta información se guarda en una base de datos, y es leída por el robot, El Robinho.</p> <p>El Robinho se basa en la información dada por los desarrolladores y va aprendiendo con el tiempo a clasificar automáticamente una noticia como Fake News, Click Bait, etc, por su texto. Con eso, incluso nuevas noticias que nadie nunca vio pueden ser rápidamente clasificadas.</p>
<p>– Projeto Lupe (Agência Lupa!)</p> 	<p>Según publicó el Poynter en abril de 2018, seis meses antes de las elecciones brasileñas, un verificador de datos (fact-checker) venía utilizando el soporte de Facebook para llegar mejor a sus lectores.</p> <p>El proyecto, llamado “¡Projeto Lupe!”, permite que las personas soliciten información verificada, desde declaraciones de candidatos hasta noticias falsas virales. Cualquier información con solo enviar un mensaje a Agência Lupa en Facebook, que tiene aproximadamente 125 millones de usuarios mensuales en Brasil. Según Cristina Tardáguila, directora de Agência Lupa “Cuando las personas están bien informadas, pueden tomar mejores decisiones. Queremos ayudar a los votantes en Brasil a encontrar la información correcta sobre aquellos que aspiran a convertirse en los líderes de nuestro país”.</p> <p>El bot se inspiró en un modelo de Messenger probado por Les Decodéurs de Le Monde durante las elecciones francesas de 2017, y fue adaptado para Agência Lupa por AppCívico. El proyecto, que también incluye videos de verificación de hechos y piezas educativas sobre el proceso electoral, está financiado con \$ 75,000 de Facebook, que se ha interesado especialmente en Brasil antes de las elecciones generales de octubre, concretamente, en el papel de los chatbots para frenar la desinformación en línea.</p>
<p>– Les Décodeurs (Le Monde)</p> 	<p>Decoders es una sección del sitio web del periódico francés Le Monde, creado el 10 de marzo de 2014 y cuyo propósito es verificar la información que se da en diversos temas. Utiliza un equipo multidisciplinar de profesionales, de aproximadamente diez personas, dedicado a la plataforma. Los periodistas de esta sección crearon en 2017 el Decodex, motor de búsqueda que sirve como herramienta para evaluar la confiabilidad de las fuentes de información.</p> <p>La iniciativa fue una de las primeras de este tipo creados en Francia, siguiendo el movimiento de los hechos verificados que se construyeron a principios del Siglo XXI. Les Decodeurs ha sido objeto de debate. Algunos críticos han reprochado un sesgo político supuestamente anclado en la izquierda, pero también errores. Otros, reconociendo la importancia del enfoque, cuestionan sus límites. En cuanto al motor de búsqueda, también están presentes las acusaciones de filtrado ideológico, así como comentarios sobre el conflicto de intereses subyacente de la editorial de Le Monde.</p>

Fuente: Autor. Elaboración propia.

4. Metodología

Para la realización de este trabajo, hemos tomado como referencia la triangulación metodológica de técnicas cualitativas y cuantitativas (Gaitán & Piñuel, 1998: 286). El punto de partida ha sido el análisis longitudinal de diversos textos científicos (artículos, informes, *papers* y, en menor medida, libros) cuya temática se focaliza en el análisis y reflexiones sobre la difusión de noticias falsas y las estrategias de verificación de las mismas mediante el uso de bots creados y diseñados por algoritmos cada vez más complejos sobre el tipo de información que se vierten en los últimos años a través de las redes sociales. En este contexto, la metodología utilizada es descriptiva-exploratoria, basada en la bibliografía existente sobre el entorno de las noticias falsas, desinformación y Posverdad con el fin de presentar un análisis detallado donde estén vislumbrados los conceptos, sus dimensiones y métricas para un abordaje del fenómeno *Fake*. Así mismo, se ha recurrido a estudios realizados por equipos de investigadores del MIT (Massachusetts Institute Technology); al Informe del Grupo de Expertos de la Unión Europea y a los proyectos de verificación de información realizado por el Reporters' Lab de la Duke University, destacando que este centro de investigación dispone de un sitio web, cuyo mapa, constantemente actualizado, sitúa geográficamente las 225 iniciativas de fact-checking existentes en el mundo (Duke Reporter's Lab, 2018). Dentro de estas, 155 permanecían activas a fines de 2018, mientras que el resto no se había actualizado o permanecían inactivas.

Un segundo método utilizado ha sido la selección y análisis de las diversas aplicaciones de bots de inteligencia artificial creados para, fundamentalmente, ayudar en la verificación de la información por parte de los ciudadanos, profesionales y organizaciones periodísticas y que han sido desarrollados como iniciativas emprendedoras para detectar noticias falsas, bulos o desinformación. El criterio seguido en la selección de los bots inteligentes analizados ha partido de los más conocidos y representativos en cada entorno, vinculados al ámbito de las noticias periodísticas y que han despertado interés en los medios de comunicación. En este contexto, se han analizado las características, usos e implantación de los bots en las organizaciones de noticias como una muestra de trabajo de calidad y aumento de la credibilidad de los medios.

Con los resultados obtenidos se pretende extraer una radiografía de bots que pueden ayudar a los ciudadanos a disponer de una información contrastada y verificable para la toma de decisiones y ofrecer algunas reflexiones sobre iniciativas y desarrollos basados en Inteligencia Artificial, como aliados en la construcción de una información de calidad.

5. Conclusiones

Considerando las limitaciones que supone abordar un trabajo de esta magnitud, en donde se crean y expanden con gran rapidez el desarrollo de bots en una era marcada por la inmediatez de los procesos de información, el análisis realizado se desprende que la complejidad del problema de las fake news y la desinformación, requiere una solución que pasa por potenciar la Inteligencia Artificial para avanzar en el desarrollo de bots, que cada vez más sofisticados, impidan la expansión de las noticias falsas que dañan la credibilidad de los medios y de los periodistas. El objetivo es erradicar la desinformación de los medios y mejorar la capacidad de las plataformas y los medios para abordar el fenómeno en su magnitud. El ecosistema mediático, además del fomento de la transparencia, debe incidir en el desarrollo de algoritmos que permita mejorar la confianza de los usuarios. En este sentido, es necesario potenciar la capacidad de los periodistas y la alfabetización de

los usuarios para detectar noticias falsas. Aunque la difusión diferencial de la verdad y la falsedad es interesante con o sin la actividad de robot (o bots), puede preocuparnos que nuestras conclusiones sobre el juicio humano puedan estar sesgadas por la presencia de bots dañinos. Esto implica que las políticas de contención de la desinformación también deberían enfatizar las intervenciones de comportamiento, como el etiquetado y los incentivos para disuadir la propagación de información errónea, en lugar de centrarse exclusivamente en restringir los bots. Comprender cómo se difunden las noticias falsas es el primer paso para contenerlo.

El desarrollo de algoritmos que crean bots, nos obliga a comprender una serie de casos en donde los algoritmos, la automatización y la inteligencia artificial pueden mejorar el periodismo, como en la búsqueda computacional de historias y la producción automatizada de contenido. Es evidente que los periodistas deben desarrollar un ojo crítico para ver los pros y los contras de los algoritmos y su uso en el periodismo y en la sociedad en general. Igual de importante es tener conocimientos sobre cómo se implementan los algoritmos de noticias y cómo se implementan en el trabajo.

Por lo tanto, es necesario utilizar un sofisticado algoritmo de detección de bots para identificar y eliminar todos los “otros” bots antes de ejecutar el análisis de la noticia. Las iniciativas, como hemos visto en nuestro análisis, se vienen realizando, pero es necesario seguir avanzando en bots de última generación. Los bots estudiados han acelerado la difusión de las noticias verdaderas y falsas y ha afectado a su difusión aproximadamente por igual. Esto sugiere que las noticias falsas se extienden más lejos, más rápidas, más profundas y más ampliamente que la verdad porque es más probable que los humanos, no los bots, lo propaguen.

Finalmente, se justifica más investigación sobre las explicaciones conductuales de las diferencias en la difusión de noticias verdaderas y falsas. En particular, una identificación más robusta de los factores de juicio humano que impulsan la difusión de noticias verdaderas y falsas en línea requiere una interacción más directa con los usuarios a través de entrevistas, encuestas, experimentos de laboratorio. Es importante fomentar estos y otros enfoques a la investigación sobre factores de interfaz humana que impulsan la difusión de noticias verdaderas y falsas en el trabajo futuro. Por consiguiente, esperamos que este análisis consiga abordar más investigaciones, de forma colaborativa con investigadores internacionales y estudiar las causas y consecuencias de la difusión de noticias falsas que afectan a las sociedades democráticas, así como de su potencial erradicación.

6. Referencias Bibliográficas

Alandete, D. (2019) *Fake news: la nueva arma de destrucción masiva: Cómo se utilizan las noticias falsas y los hechos alternativos para desestabilizar la democracia*. Bilbao, Deusto.

Benítez, J. (2018). “Cazadores de ‘fake news’: así funciona la tecnología que evitará que te manipulen”, en *El Mundo* (de fecha 12/09/2018) (en línea) <https://www.elmundo.es/papel/futuro/2018/09/12/5b97cc7f22601d761e8b45d0.html> [Acceso 23 de mayo de 2018].

- Calhoun, L (2018) “Just Launched: Google News App Uses Artificial Intelligence to Select Stories, Stop Fake News” in INC. com (en línea) <https://www.inc.com/lisa-calhoun/new-google-news-app-uses-ai-to-select-stories-stop-fake-news.html> [Acceso 23 de marzo de 2019].
- Conner-Simons, A. (2018) “Detecting fake news at its source” en *MIT News* (en línea). <http://news.mit.edu/2018/mit-csail-machine-learning-system-detects-fake-news-from-source-1004> [Acceso 3 de marzo de 2019].
- D’Ancona, M (2017) *Post-Truth: The New War on Truth and How to Fight Back*. London, Ebury Press.
- Edelman (2019) Trust Barometer Global Report (en línea) https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-03/2019_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report.pdf?utm_source=website&utm_medium=global_report&utm_campaign=downloads [Acceso 3 de mayo de 2019].
- European Commission (2018) “A multi-dimensional approach to disinformation” (en línea). <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation> [Acceso 1 de marzo de 2018].
- Finn, E. (2018) *La búsqueda del algoritmo. Imaginación en la era de la informática*. Barcelona, Ediciones Alpha Decay.
- Fundéu BBVA (2016). “Posverdad, mejor que post-verdad”. fundeu.es. [Consultado el 1 de diciembre de 2016].
- Gaitán, J.A. y Piñuel, J.L. (1998) Técnicas de investigación en Comunicación Social. Madrid. Editorial Síntesis.
- Gartner (2017) “Top Strategic Predictions for 2018 and Beyond” (en línea) <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-top-strategic-predictions-for-2018-and-beyond/> [Acceso 1 de marzo de 2019].
- Gascón, D. (2018). 10 apuntes sobre posverdad. Notas sobre noticias falsas, propaganda política y ‘la verdad de las mentiras’ (en línea) <https://www.letraslibres.com/espana-mexico/politica/10-apuntes-sobre-la-posverdad> [Acceso 1 de junio de 2019].
- Holmes, D. E. (2018). Big data. Una breve introducción. Barcelona, Antoni Bosch Editor.
- Knight,W. (2019) “An AI that writes convincing prose risks mass-producing fake news” (en línea) <https://www.technologyreview.com/s/612960/an-ai-tool-auto-generates-fake-news-bogus-tweets-and-plenty-of-gibberish/> en MIT Technology Review, [Acceso Feb., 14. 2019].
- Lanier, J. (2018) *Diez razones para borrar tus redes sociales de inmediato*. Madrid, Debate.
- Magallón, R. (2019) *UnfakingNews: Cómo combatir la desinformación (Medios)*. Madrid, Pirámide.
- Mcintyre, L. (2018) *Posverdad*. Madrid, Catedra.
- Monnerat, A. (2018) “Científicos de datos trabajan en el primer robot-periodista de Brasil para reportar sobre proyectos de ley de la Cámara” en Blog de Knight Center (en línea) <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-19184-cientificos-de-datos-trabajan-en-el-primero-robot-periodista-de-brasil-para-reportar-so> [13 de enero de 2018].
- NVIDIA Developer (2019) “Fabula AI Develops A New Algorithm to Stop Fake News” (en línea). <https://news.developer.nvidia.com/fabula-ai-develops-a-new-algorithm-to-stop-fake-news/> [Acceso 1 de marzo de 2018].

O'Neil, C. (2017). *Armas de destrucción matemática. Como el big data aumenta la desigualdad y amenaza la democracia*. Madrid, Capital Swing Libros.

OpenMind (2018) "La era de la perplejidad". Penguin Random House Grupo Editorial (en línea). <https://www.bbvaopenmind.com/libros/la-era-de-la-perplejidad/> [Acceso 1 de marzo de 2018].

Science Daily (2018) "Fake news detector algorithm works better than a human" (en línea). <https://www.sciencedaily.com/releases/2018/08/180821112007.htm> [Acceso 1 de marzo de 2018].

Serrano, P. (2013) *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*. Madrid, editorial Península.

Small, G., Vorgan, G. (2009). *El cerebro digital*. Barcelona, Ediciones Urano.

Strong, C. (2015). *Big data a escala humana*. Tenerife, Editorial Melusina.

Túñez-López, J.; Toural-Bran, C.; Cacheiro-Requeijo, S. (2018). "Uso de bots y algoritmos para automatizar la redacción de noticias: percepción y actitudes de los periodistas en España". *El Profesional de la información*, v. 27, n. 4, pp. 750-758. [Acceso: 2 de febrero de 2019] DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.04>

Velautham, L. (2018) "Fake news?" en *Berkeley Science Review* (en línea). <http://berkeleysciencereview.com/article/fake-news/> [Acceso 1 de marzo de 2018].

Vosoughi, S. Roy, D. y Aral, S. (2018) "The spread of true and false news online" en *MIT Initiative on the Digital Economy* (en línea). <http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/2017%20IDE%20Research%20Brief%20False%20News.pdf> [Acceso 1 de marzo de 2019].

Will, K. (2019) "An AI that writes convincing prose risks mass-producing fake news" en *MIT Technology Review* (en línea). <https://www.technologyreview.com/s/612960/an-ai-tool-auto-generates-fake-news-bogus-tweets-and-plenty-of-gibberish> [Acceso 18 de marzo de 2018].