



Dr. Jesús Miguel Flores Vivar  
Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España

@ jmlfiores@ucm.es

0000-0003-1849-5315

■ Recibido / Received  
9 de agosto de 2019

■ Aceptado / Accepted  
20 de septiembre de 2019

■ Páginas / Pages  
De la 101 a la 114

■ ISSN: 1885-365X

# Datos masivos, algoritmización y nuevos medios frente a desinformación y *fake news*. Bots para minimizar el impacto en las organizaciones

Big data, algorithmization and new media against misinformation and fake news. Bots to minimize the impact on organizations

Este trabajo parte de una información compartida por muchos investigadores. La comprensión de la desinformación como un fenómeno que va mucho más allá del término “noticias falsas”. Estos términos han sido apropiados y usados engañosamente por poderosos actores para desestimar y poner en entredicho la cobertura informativa que ya atraviesa momentos críticos sobre la credibilidad. La desinformación, como abordamos en este artículo, 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, organizaciones y gobiernos vienen promoviendo diversas iniciativas. Muchas de estas iniciativas recalcan en la inteligencia artificial que con el arte de los algoritmos desarrolla netbots y plataformas con el objetivo de luchar contra la toxicidad de la información. Por su parte, las organizaciones de noticias vienen implantando unidades de trabajo especializado cuyos profesionales ostentan un perfil multi-interdisciplinar con capacidad para utilizar diversas técnicas de big data y herramientas de filtrado y visualización de datos. El artículo analiza los principales desarrollos de bots utilizados para minimizar el impacto de las noticias falsas.

**PALABRAS CLAVE:** periodismo, fake-news, desinformación, inteligencia-artificial, bots.

This work is based on information shared by many researchers. The understanding of misinformation as a phenomenon

that goes far beyond the term “fake news.” These terms have been appropriated and misleadingly used by powerful actors to dismiss and call into question the information coverage that is already going through critical moments about credibility. Disinformation, as we address in this article, includes all forms of the false, inaccurate or misleading information, designed, presented and promoted to intentionally cause public or for-profit harm. To counteract this phenomenon, organizations and governments have been promoting various initiatives. Many of these initiatives rely on artificial intelligence that, with the art of algorithms, develop netbots and platforms with the aim of fighting information toxicity. For their part, news organizations have been implementing specialized work units whose professionals have a multi-interdisciplinary profile with the ability to use various Big data techniques and data filtering and visualization tools. The article analyzes the main bot developments used to minimize the impact of fake news.

---

KEY WORDS: Journalism, Fake news, Misinformation, Artificial intelligence, Bots.

## 1. Introducción

Bulos, noticias, falsas y desinformación que se difunden a través de la Web son cuestiones que preocupan a países, estados, organizaciones, medios y empresas. Pero ¿Cómo luchar contra las noticias falsas y la difusión de bulos? ¿Qué es verdad y qué es mentira en la Red? ¿Cómo detectar las *fake news*?

Los analistas no dudan en afirmar que las *fake news* (noticias falsas) destruyen imágenes de políticos, periodistas, etc., y 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. Otro ejemplo puede ser el titular de una noticia que denuncia, falsamente, que el último modelo de la marca de coches tiene un defecto de fabricación que ha provocado víctimas mortales en la carretera. Y la noticia ya se ha compartido en *Facebook* entre miles y millones de usuarios que es posible que tengan la misma marca de coche.

Para 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 que las noticias falsas tienen más de un setenta por ciento de más 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 virus tiene su origen en las tecnologías disruptivas y es allí donde también está su cura. Concretamente en las innovaciones que se vienen dando en materia de Inteligencia Artificial (IA). Aunque la propagación de noticias falsas y bulos ha venido dándose por personas, y en los últimos años, con el uso de la inteligencia artificial en forma de bots, es precisamente la Inteligencia Artificial 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 iniciativas como el desarrollo y creación de “bots buenos” y algoritmos diseñados en la verificación de la información. Para ello, la IA tendrá 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 contribuyendo 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 *fake news*.

Este artículo 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", financiado por la Universidad Complutense de Madrid y el Santander Universidades (Referencia: PR75/18-21619).

## 2. Metodología

La metodología utilizada es descriptiva-exploratoria basado en la escasa, aunque creciente, bibliografía sobre el fenómeno de las noticias falsas (*fake news*), 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*. Un segundo método se basa en la selección y análisis de las diversas aplicaciones de bots de inteligencia artificial que han sido creados para, fundamentalmente, ayudar en la verificación de la información por parte de los ciudadanos, profesionales y organizaciones periodísticas. En este contexto, se analizarán 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.

Por ello, la ecuación metodológica empleada se basa en la triangulación metodológica de técnicas cualitativas y cuantitativas (Gaitán y 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 vierte a través de las redes sociales en los últimos años. Por tanto, se ha recurrido a estudios realizados por equipo 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. Para la selección de los bots inteligentes, el criterio empleado ha sido el seleccionar los bots más representativos que han despertado interés a través de los medios de comunicación.



### 3. Nuevos ecosistemas de la información

¿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 –variaciones de los libelos de sangre, supuestamente perpetrados por el grupo contra el que se dirigen las publicaciones. Los memes que 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 esta 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 (Greene, 2013), 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.



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 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.

En este escenario y dado el condicionante psicológico de los seres humanos, la ingente cantidad de información que circula por las redes (Strong, 2015) y el hecho demostrado de que los rumores o bulos se difunden mucho más rápido que las noticias reales (Velautham, 2018), resulta muy difícil poner una barrera al creciente fenómeno de las noticias falsas. Entre las diversas iniciativas para frenar el fenómeno *fake*, una posible solución sería utilizar la inteligencia artificial mediante bots que permitan discernir entre lo que es información veraz frente a la tergiversación de lo real. 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, estás 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.

### 3.1. *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 el pasado año.

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, que prefiere hablar de desinformación y 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, la expresión *fake news* no es adecuada, porque no abarca la complejidad del problema (European Commission, 2018).

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. 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.

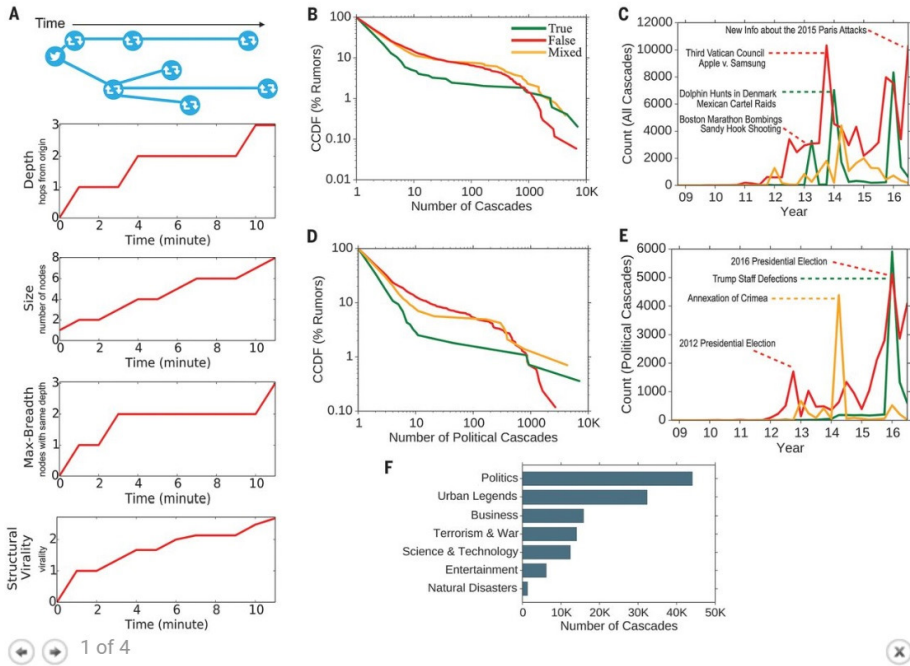
Pero es esencial darse cuenta de que el corazón del problema de las noticias falsas (y la cultura post-verdad, si es que existe) no reside en los medios tradicionales sino en la proliferación de sitios web y redes sociales ideológicamente polarizados en los últimos años. En los últimos años ha habido 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 viralizadas en las redes sociales se expanden 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*, tweeteados 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. En suma, 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



(Vosoughi et al., 2018)

Por su parte, 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.

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 o naciones en guerra que ocultan información.

En un debate llevado a cabo en el programa *Cuarto Milenio* (25 de junio de 2018. *Cuatro TV*), conducido por Iker Jiménez, se dejó entrever diversas opiniones de expertos. Para Javier Rodríguez, del Grupo de Delitos Telemáticos de la UCO, «se recurre habitualmente a las redes sociales para intentar cambiar la opinión pública. Existe toda una infraestructura que se dedica a inyectar información falsa y crea dificultades a los gobiernos». Por su parte, David Cantero, periodista y presentador de *Informativos Telecinco*, opina que cada vez somos más vulnerables y permeables a todo tipo de bulos: «Es muy sencillo difundir información falsa en Internet; los efectos de la posverdad y la mentira salen gratis, pero la reparación es muy costosa y, en ocasiones, hasta resulta imposible». Jaime Garrido, experto en conspiraciones,

afirmaba que estas guerras de guerrillas digitales son inducidas y enquistan las emociones y llegan a influir en decisiones que afectan a escala mundial: «Esta es una nueva gran amenaza para el sistema; los tweets falsos y la manipulación pueden llegar a alterar elecciones, hundir reputaciones, potenciar movimientos sociales y fomentar el enfrentamiento ciudadano».

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. En el ámbito político, se denomina política de la posverdad (o política posfactual) 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».

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.

### 3.2. INTELIGENCIA ARTIFICIAL, ALGORITMOS Y NETBOTS

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 este, 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 (Lanier, 2018, 28-29)

En este contexto, estados, universidades y empresas invierten grandes recursos en el desarrollo de algoritmos detectores de noticias manipuladas. 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*, que se lanzará próximamente para hacer llamadas.

Con esta iniciativa, *Google News* lanza su sistema de entrega de contenido de inteligencia artificial en un mundo lleno de noticias falsas. Un estudio reciente del *MIT* mostró que las noticias falsas tienen un 70% más de probabilidades de ser tweeteadas. En la reciente encuesta del Barómetro de Edelman Trust, el 59% de las personas dijo que no estaba seguro si alguna historia dada era “verdadera” o no. «El acceso a información confiable y de calidad



debe ser un derecho de cualquiera, dondequiera que viva», dice Alison Gow, editora digital en jefe de *Trinity Mirror*, en un video publicado por *Google* sobre su iniciativa de noticias.

Lamentablemente, la inteligencia artificial también es utilizada por personas que buscan hacer daño al ecosistema informativo y de las organizaciones de noticias que no atraviesan buenos momentos. El febrero pasado, los medios especializados se han hecho eco de un inquietante proyecto: el instituto de investigación OpenAI de San Francisco (EE.UU.), una institución fundada por Elon Musk, ha construido un algoritmo capaz de redactar *fake news*.

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.

Los responsables del proyecto muestran 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.

## 4. Algoritmos en la verificación de la información

Con la eclosión de las noticias falsas, emergen, nuevos perfiles profesionales sobre estos entornos llamados *fact-checker* (verificadores de información). Son una especie de “cazadores” de *fake news*. El profesional *fact-checker* (o cazador de *fake news*) pasa su jornada laboral delante de un ordenador, rastreando Internet con ayuda de un algoritmo. 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*.

Un artículo publicado por Jorge Benitez (2018) en el diario *El Mundo*, da cuenta de este

perfil de *fact-checker* que llama "cazador de *fake 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 tweet 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 que cuando se consigue demostrar que una noticia es falsa, el daño que produce ya ha tenido lugar y se expande.

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, 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 (Conner-Simons, 2018).

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* (NVIDIA Developer, 2018). 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.

## 4.1. ESTUDIO Y CLASIFICACIÓN DE BOTS VERIFICADORES DE INFORMACIÓN

En la Tabla 1, se detallan las referencias y características de algunos de los bots seleccionados en la verificación de información.



Tabla 1. Relación y representación de los bots seleccionados verificadores de información

<p><b>Fatima de Aos Fatos</b></p>	<p>Un artículo publicado por Alessandra Monnerat (2018) en el <i>Knight Center</i> de la <i>Universidad de Texas</i> 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 <i>fact-checking Aos Fatos</i> (<a href="https://aosfatos.org">https://aosfatos.org</a>) en colaboración con <i>Facebook</i>. El lanzamiento fue programado para junio de 2018.</p> <p>A través de <i>Messenger</i>, el servicio de mensajería instantánea de <i>Facebook</i>, el bot proporcionaría información, en forma de conversación, con sugerencias de cómo analizar las noticias publicadas en línea. <i>Fátima</i> –cuyo nombre es un juego de la palabra <i>FactMa</i>, una abreviación de <i>fact machine</i>, 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 adecúa a los estándares periodísticos. De acuerdo al comunicado de <i>Aos Fatos</i>, a partir de las enseñanzas de <i>Fátima</i>, 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.</p>
<p><b>TruthBuzz</b></p>	<p>Basado en el <i>ICFJ Knight Fellowships</i>, el programa <i>TruthBuzz</i> 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 <i>First Draft News</i>, los becarios y sus socios de la sala de redacción recibirán capacitación en verificación y verificación de hechos.</p> <p>La iniciativa <i>TruthBuzz</i> 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.</p>



<p><b>Facterbot</b></p>	<p><i>Facterbot</i> es un chatbot de <i>Facebook Messenger</i> 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.</p> <p><i>Facterbot</i> fue diseñado por David Jiménez, un estudiante de maestría en innovación de periodismo en la <i>Universidad Miguel Hernández</i>. Para Jiménez «las historias falsas se comparten más que las comprobaciones de los hechos que las desmienten». Mientras <i>Fátima</i> (de <i>Aos Fatos</i>) y <i>Projeto Lupe!</i>, aprovechan las comprobaciones respectivas de cada organización para responder a las preguntas en tiempo real, <i>Facterbot</i> 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>
<p><b>Fake News Detector</b></p>	<p>El <i>Fake News Detector</i> permite detectar y señalar <i>fake news</i>, <i>click baits</i> y noticias. ¿Cómo funciona? Al clasificar una noticia, otras personas que usan el <i>Fake News Detector</i> 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, <i>El Robinho</i> (Science Daily, 2018).</p> <p><i>El Robinho</i> se basa en la información dada por los desarrolladores y va aprendiendo con el tiempo a clasificar automáticamente una noticia como <i>fake news</i>, <i>click baits</i>, etc, por su texto. Con eso, incluso nuevas noticias que nadie nunca vio pueden ser rápidamente clasificadas.</p>
<p><b>Projeto Lupe (Agência Lupa!)</b></p>	<p>Según publicó el <i>Poynter</i> en abril de 2018, seis meses antes de las elecciones brasileñas, un verificador de datos (<i>fact-checker</i>) venía utilizando el soporte de <i>Facebook</i> para llegar mejor a sus lectores.</p> <p>El proyecto, llamado “<i>Projeto Lupe!</i>”, 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 <i>Facebook</i>, 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 <i>Messenger</i> probado por <i>Les Decodéurs</i> de <i>Le Monde</i> durante las elecciones francesas de 2017, y fue adaptado para Agência Lupa por <i>AppCívico</i>. El proyecto, que también incluye videos de verificación de hechos y piezas educativas sobre el proceso electoral, está financiado con \$ 75,000 de <i>Facebook</i>, 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><b><i>Les Décodeurs</i></b> <b><i>(Le Monde)</i></b></p>	<p><i>Decoders</i> es una sección del sitio web del periódico francés <i>Le Monde</i>, 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 <i>Decodex</i>, 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. <i>Les Decodeurs</i> 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 <i>Le Monde</i>.</p>
---	--

Elaboración propia. Fuente: información extraída de los bots analizados.



## 5. Conclusiones

El desarrollo de algoritmos que crean bots y las diversas iniciativas para la creación de sitios web, nos obliga a comprender una gama de casos 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 usan en el trabajo.

Del análisis 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 cada vez más sofisticados que 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 para abordar el fenómeno en su magnitud. El ecosistema mediático, además del fomento de la transparencia, debe potenciar 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.

Por lo tanto, es necesario utilizar un sofisticado algoritmo de detección de bots dañinos

para identificar y eliminar estos tipos 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 el desarrollo de bots aliados de última generación. Los bots estudiados han acelerado la difusión de las noticias verdaderas y detectadas las falsas y han afectado a su difusión aproximadamente por igual. Esto sugiere que las noticias falsas se extienden más lejos, más rápido, más profundo y más ampliamente que la verdad porque es más probable que los humanos, no los bots, lo propaguen.

Finalmente, es importante realizar más investigaciones 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.

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. 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. Bibliografía

- BENITEZ, J. (2018). Cazadores de 'fake news': así funciona la tecnología que evitará que te manipulen. *El Mundo*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/papel/futuro/2018/09/12/5b97cc7f22601d761e8b45d0.html>
- CONNER-SIMONS, Adam (2018). Detecting fake news at its source. En *MIT News*. Recuperado de <http://news.mit.edu/2018/mit-csail-machine-learning-system-detects-fake-news-from-source-1004>
- DUKE REPORTER'S LAB (2018). *Base de datos de sitios globales de verificación de hechos*. Recuperado de: <https://reporterslab.org/fact-checking/>
- EUROPEAN COMMISSION (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*. Recuperado de <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>
- FUNDÉU BBVA (17 de noviembre 2016). Posverdad, mejor que post-verdad. *Fundeu.es*. Recuperado de <https://www.fundeu.es/recomendacion/post-truth-post-verdad-posverdad>



- GAITAN, Juan A. y PIÑUEL, José L. (1998). *Técnicas de investigación en Comunicación Social*. Madrid. Editorial Síntesis.
- GARTNER (2017). Gartner top strategic predictions for 2018 and beyond. *Smarter with Gartner*. Recuperado de <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-top-strategic-predictions-for-2018-and-beyond>
- GREENE, J (2013). *Moral tribes: Emotion, reason and the gap Between us and them*. Vintage, U.S.A.
- KNIGHT, Will (2019). An AI that writes convincing prose risks mass-producing fake news. *MIT Technology Review*. Recuperado de <https://www.technologyreview.com/s/612960/an-ai-tool-auto-generates-fake-news-bogus-tweets-and-plenty-of-gibberish>
- LANIER, Jaron (2018). *Diez razones para borrar tus redes sociales de inmediato*. Madrid, Debate.
- 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*. Recuperado de <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-19184-cientificos-de-datos-trabajan-en-el-primer-robot-periodista-de-brasil-para-reportar-so>
- NVIDIA DEVELOPER (2019). "Fabula AI develops a new algorithm to stop fake news". *Nvidia Developer News Center*. Recuperado de <https://news.developer.nvidia.com/fabula-ai-develops-a-new-algorithm-to-stop-fake-news>
- SCIENCE DAILY (2018). *Fake news detector algorithm works better than a human*. Recuperado de <https://www.sciencedaily.com/releases/2018/08/180821112007.htm>
- SMALL, Gary y VORGAN, Gigi (2009). *El cerebro digital*. Barcelona, Ediciones Urano.
- STRONG, Colin (2015). *Big data a escala humana*. Tenerife, Editorial Melusina .
- VELAUTHAM, Leela (2018). "Fake news?". *Berkeley Science Review*. Recuperado de <http://berkeleysciencereview.com/article/fake-news>
- VOSOUGHI, Soroush, ROY, Deb y ARAL, Sinan (2018). "The spread of true and false news online". *MIT Initiative on the Digital Economy*. Recuperado de <http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/2017%20IDE%20Research%20Brief%20False%20News.pdf>

