

# La inteligencia artificial contra la desinformación: una visión desde la comunicación política

*Artificial intelligence against disinformation: a vision from political communication*

*Inteligência artificial contra a desinformação: uma visão da comunicação política*

**Razón  
y Palabra**

e-ISSN: 1605 -4806

VOL 24 N° 111 Mayo - Agosto 2021 Monográfico pp. 5-11

Recibido 30-12-2021 Aprobado 14-01-2022

<https://doi.org/10.26807/rp.v25i112.1891>

**Paulo Carlos López-López**

España

Universidade de Santiago de Compostela

paulocarlos.lopez@usc.es

**Nieves Lagares Díez**

España

Universidade de Santiago de Compostela

**Iván Puentes-Rivera**

España

Universidade de Vigo

**Resumen**

La comunicación política se reinventa con conceptos tales como la comunicación política algorítmica, fruto de la intersección entre la computación científica y las ciencias sociales, caracterizada por la microsegmentación, por los diagnósticos personalizados, por la generación automatizada de contenidos o por el hecho de que se desdibujan los límites entre lo que es y lo que no es ficción. Su investigación como disciplina general, y la desinformación y las noticias falsas como fenómeno particular, pasa irremediabilmente por introducir en la ecuación a la Inteligencia Artificial y su uso por partes de partidos políticos, medios de comunicación y ciudadanía. Unos partidos políticos que sustentarán una democracia algorítmica con grandes efectos sobre las formas de informarse y de participar en un espacio público cada vez más ensanchado; unos medios de comunicación que deben garantizar la autenticidad y trazabilidad de las noticias como mejor barrera ante la desinformación y una ciudadanía que,

se observa, empieza a generar ciertas resistencias y mecanismos colectivos de autoverificación a través de sus comunidades digitales.

**Palabras clave:** inteligencia artificial; desinformación; noticias falsas; comunicación política

### **Abstract**

Political communication is now algorithmic political communication, a consequence of the intersection between scientific computing and the social sciences. Algorithmic political communication is characterized by microsegmentation, by personalized diagnoses, by automated content generation or by blurring the boundaries between what is and what is not fiction. His research as a general discipline, and misinformation and false reports as a particular phenomenon, introduces Artificial Intelligence and its use by political parties, the media, and citizens into the equation. Political parties that support algorithmic democracy with effects on disinformation and participation; media that must guarantee the authenticity and traceability of news as the best barrier against misinformation; and the citizenship that generates resistance and collective mechanisms of self-verification through their digital communities.

**Keywords:** artificial intelligence; disinformation; fake news; political communication

### **Resumo**

A comunicação política reinventa-se com conceitos como a comunicação política algorítmica, fruto da intersecção entre a computação científica e as ciências sociais, caracterizada pela microsegmentação, pelos diagnósticos personalizados, pela geração automatizada de conteúdos ou pelo facto de que se confundem as linhas entre o que é e o que não é ficção. Sua pesquisa como uma disciplina geral, e desinformação e relatórios falsos como um fenómeno particular, introduz a Inteligência Artificial e seu uso por partidos políticos, mídia e cidadãos na equação. Partidos políticos que sustentarão uma democracia algorítmica com grandes efeitos nas formas de se informar e participar de um espaço público cada vez maior; uma mídia que deve garantir a autenticidade e rastreabilidade das notícias como a melhor barreira contra a desinformação e uma cidadania que, observa-se, começa a gerar certa resistência e mecanismos coletivos de autoverificação por meio de suas comunidades digitais.

**Palavras chave:** inteligência artificial; desinformação; notícias falsas; comunicação política

## 1. La comunicación política en la tercera década del siglo XXI

Ya en la tercera década del siglo XXI, la comunicación política se ha adaptado a las distintas situaciones de un contexto digital cada vez más evolucionado, diversificando sus canales y asumiendo que, en paralelo al crecimiento exponencial del acceso a la información, también lo ha hecho el acceso a la desinformación (Ortiz de Guinea Ayala y Martín-Sáez, 2019). Ante este avance imparable de las tecnologías de la información y del conocimiento, la epistemología de la comunicación política ha ido dejando de lado esa visión jerarquizada en dónde las instituciones y partidos, en coalición con los medios de comunicación, organizan mensajes (temas y encuadres) que impactan en la ciudadanía produciendo unos determinados efectos en individuos y grupos. Las redefiniciones más actuales sobre las lecturas clásicas (Wolton, 1990; Canel, 2006; Mazzoleni, 2014) se han visto superadas por una realidad mucho más compleja, con la incorporación, por ejemplo, de canales como las redes sociales como parte más visible de esta sociedad digital (López-López y Oñate, 2019). Éstas han modificado la forma en la que se producen datos y han incorporado nuevos actores que tienen capacidad para emitirlos (con una democratización formal), si bien con la evidencia suficiente como para demostrar (aún) la primacía de los llamados *flujos verticales*.

También el circuito de producción periodística se ha visto afectado, tanto en las rutinas profesionales (seleccionar, producir y distribuir), como en la organización de los medios, la reputación de la marca o la credibilidad de las noticias (Lagares Díez, López-López y Pereira López, 2022). Sobre este último, existen fuertes razones de carácter comunicativo (frecuencia de consumo) y de carácter estructural (edad) que son relevantes a la hora de explicar la credibilidad en este nuevo contexto híbrido y que actúan en dimensiones contrarias: a más consumo de información, más credibilidad; a mayor edad, menor credibilidad. La ciudadanía, por su parte, también ha modificado -sin vuelta atrás (Saavedra Llamas et al., 2021)- sus hábitos de consumo, tanto en la forma (accidental y en segundas pantallas) como en el fondo. Los más jóvenes conectan con el modelo de distribución de contenidos (marcadamente de ficción) de grandes plataformas como Netflix, Amazon Prime Video o HBO, como también Twitch como servicio de retransmisión y de interacción comunitaria (Gutiérrez Lozano y Cuartero Naranjo, 2020).

Ante esta situación, la comunicación política se reinventa con conceptos tales como la comunicación política algorítmica (Campos-Domínguez y García-Orosa, 2018) fruto de la intersección entre las ciencias de la computación y las ciencias sociales, caracterizada por la microsegmentación, por los diagnósticos personalizados, por la generación automatizada de contenidos (Barredo et. al, 2021) o por el hecho de que se desdibujan los límites entre lo que es y lo que no es ficción.

## 2. La desinformación y las noticias falsas: riesgos para la democracia

La facilidad de propagación de las noticias falsas en la sociedad digital constituye un peligro para la salud o para la economía, pero también para la democracia en su

conjunto. Esta es una consecuencia más de la popularización de la computación, de la robotización o de la segmentación algorítmica. En el marco de la comunicación política, sus consecuencias nocivas preocupan a instituciones, partidos políticos, medios de comunicación y ciudadanía, muy especialmente en época electoral. No obstante, para su comprensión, la comunidad científica en Ciencias Sociales (tanto la iberoamericana como la anglosajona) parece haberse centrado en exclusiva en las aproximaciones teóricas al fenómeno (Alfonso, Galera y Calvo, 2019), desde una metodología basada en el análisis de contenido y en resultados descriptivos, olvidándose del diseño y aplicación de experimentos que permitan abordarlo desde una visión integral, incorporando los efectos en las democracias contemporáneas. Esta tesis refuerza algunos planteamientos que señalan la importancia de estudiar esta problemática de una forma mucho más global (Wardle y Derakhshan, 2017).

Alguna de las respuestas por parte de uno de los actores de la comunicación política, esto es, desde la esfera político-institucional, es el de poner freno a la desinformación y a las noticias falsas a partir de la reglamentación que obliga a sus principales difusoras (las tecnológicas) a filtrar aquellos contenidos que puedan ser una amenaza. Un ejemplo de ello fue en su momento la censura de Twitter a Donald Trump después del asalto al Capitolio en enero de 2021 ante el peligro de “incitación a la violencia”. Este hecho, no obstante, entraña una multitud de problemas éticos (Pauner Chulvi, 2018). ¿Existe la posibilidad de poner en riesgo el pluralismo existente en la red? ¿Y la libertad de expresión? ¿Sería este método un nuevo modelo de censura previa? Dicho de otra forma: ¿puede una empresa eliminar la cuenta del presidente de los Estados Unidos de América sin que medie una resolución judicial?

La desinformación también impacta fuertemente (y con un carácter central) en las empresas informativas. De hecho, una de las más importantes crisis del periodismo se relaciona con la confiabilidad de las noticias, más allá de la discusión entre lo verdadero o lo falso, entre lo correcto o lo incorrecto (Steensen, 2019). De esto deriva la necesidad de una revisión mucho más profunda de las rutinas profesionales, ancladas en el concepto de las culturas periodísticas. Una posible línea de investigación tendría que ver con que si una determina cultura periodística (Martínez Nicolás, 2015) -entendida desde la tradición socio-fenomenológica de estudios sobre prácticas y rutinas de redacción (*news-making*)- es más o menos proclive a generar (o detener) la desinformación y las noticias falsas. O si un determinado modelo de relación estandarizado entre el sistema político y mediático -aquí hablamos de una obra de referencia del área, de los sistemas mediáticos comparados de Daniel Hallin y Paolo Mancini (2004)-, genera una mayor resistencia a la expansión de noticias falsas. En este sentido, son dos las dimensiones que, a priori, más posibilidades ofrecen: por una parte, el papel del Estado (en tanto que definidor de noticias, en tanto que estructurador de los mercados de comunicación y en tanto que legislador); y, por la otra, el llamado profesionalismo periodístico existente en las redacciones (códigos deontológicos y concepto de servicio público). Porque es importante recordar que muchas noticias falsas no proceden de empresas informativas, haciéndolo

desde otros lugares con la deliberada intención de influir a la opinión pública, pero otras muchas también se producen como consecuencia de falta de rigor de carácter periodístico (Illades, 2018; Walters, 2018).

### 3. Inteligencia artificial y verificación de hechos

La crisis originada por la pandemia de COVID-19 ha avivado el debate sobre la necesidad de establecer mecanismos de control más férreos que eviten la desinformación, así como el desarrollo de instrumentos que permitan verificar hechos (Krause et. al, 2020; Chou, Gaysynsky y Vanderpool, 2021). El *fact-checking*, pues, es una de las principales tareas de la comunicación, constituyéndose como pieza angular de la responsabilidad social: automatiza la corroboración de las noticias a través de la detección de la fuente, del análisis de contenido y de la dirección de los distintos flujos informativos. Y es que, en este contexto de miedo colectivo, la proliferación de datos inexactos y la utilización con fines de intoxicación de las redes sociales por parte de actores políticos erosiona la comunicación política, la estabilidad social, la convivencia pacífica y las bases sobre las que se construyen las democracias liberales, también las iberoamericanas.

De hecho, son varios los investigadores (Graves, 2018) que destacan el impacto positivo en la comunicación política de los procesos de verificación de hechos, promoviendo una mayor contención por parte de las instituciones y un refuerzo de los mecanismos internos de control por partes de las empresas informativas. En este sentido, ha sido una respuesta necesaria ante una presión social que demanda cambios en los comportamientos y actitudes con un triple objetivo: velar por la veracidad de la información, realizar un escrutinio al poder y transformar la información en verdadero conocimiento (Rodríguez Pérez, 2020).

Y así como la Inteligencia Artificial es utilizada para promover fines espurios, también se puede utilizar esa misma Inteligencia artificial para combatir dichos fines. Ejemplos de lo explicado lo encontramos en los denominados “bots buenos” a partir de la creación de algoritmos con capacidad de adaptación que ayudan a detectar noticias falsas (Flores-Vivar, 2019). Unos de los primeros fue *Fact Machine* del sitio de fact-checking “Aos Fatos”, que combatía las noticias falsas en el proceso electoral que finalmente daría la victoria a Jair Bolsonaro en Brasil. Pero también tenemos otros ejemplos: TruthBuzz (para la generación de una narración convincente); Facterbot (“chatbot” de Facebook Messenger y que actúa en el correo electrónico); Fake News Detector (clasificación de las noticias en función de su credibilidad) o *Les Décodeurs*, una sección del sitio web de *Le Monde*, que valora la credibilidad a través de un modelo de análisis multidimensional con un historial de autores y fuentes (Sitaula et al., 2019). De hecho, en los últimos años se ha vivido una explosión de programas de verificación automática de noticias falsas a través de la IA y del *Machine Learning* (Atanasova et al, 2020; Woloszyn et al., 2020; Luengo y García Marín, 2020) basados, entre otros aspectos, en patrones lingüísticos mediante clasificadores de aprendizaje automático que indican la veracidad de una noticia en función de distintas variables.

En definitiva, el futuro de la investigación de la comunicación política y de la desinformación como aspecto más general, y de las noticias falsas en particular, pasa irremediablemente por introducir en la ecuación a la Inteligencia Artificial y su uso por partes de partidos políticos, medios de comunicación y ciudadanía. Unos partidos políticos que sustentarán una “democracia algorítmica” con grandes efectos sobre las formas de informarse y de participar (Claramunt, 2019); unos medios de comunicación que deben garantizar la autenticidad y trazabilidad de los datos como mejor barrera ante la desinformación (Fraga-Lamas y Fernández-Caramés, 2020) y una ciudadanía que, se observa, empieza a generar ciertas resistencias y mecanismos colectivos de autoverificación a través de sus comunidades digitales (Barredo et. al, 2021). Estos, y otros aspectos centrales de la comunicación política, de la tecnología, de las redes sociales o del liderazgo político, serán tratados en el Vol. 25, N° 112 de la prestigiosa revista Razón y Palabra.

#### 4. Referencias

- Alfonso, I. B., Galera, C. G., y Calvo, S. T. (2019). El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales. Revisión bibliográfica sistematizada. *Historia y comunicación social*, 24(2), 449. <http://doi.org/10.5209/hics.66290>
- Atanasova, P., Simonsen, J. G., Lioma, C., & Augenstein, I. (2020). Generating fact checking explanations. *arXiv preprint arXiv:2004.05773*.
- Barredo-Ibáñez, D., De-la-Garza-Montemayor, D. J., Torres-Toukoumidis, Á., & López-López, P. C. (2021). Artificial intelligence, communication, and democracy in Latin America: a review of the cases of Colombia, Ecuador, and Mexico. *Profesional de la Información*, 30(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.16>
- Campos-Domínguez, E., & García-Orosa, B. (2018). Comunicación algorítmica en los partidos políticos: automatización de producción y circulación de mensajes. *Profesional de la Información*, 27(4), 769-777. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.06>
- Canel, M. J. (2006). *Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica*. Tecnos.
- Chou, W. Y. S., Gaysynsky, A., & Vanderpool, R. C. (2021). The COVID-19 Misinfodemic: moving beyond fact-checking. *Health Education & Behavior*, 48(1), 9-13. <https://doi.org/10.1177/1090198120980675>
- Claramunt, J. C. (2019). La democracia algorítmica: inteligencia artificial, democracia y participación política. *Revista general de Derecho administrativo*, (50)
- Ferrara, E., Varol, O., Davis, C., Menczer, F.,; Flammini, A. (2016). The rise of social bots. *Communications of the ACM*, v. 59, n. 7, 96-104. <https://doi.org/10.1145/2818717>
- 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, 197-212. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a10>
- Fraga-Lamas, P., & Fernández-Caramés, T. M. (2020). Fake news, disinformation, and deepfakes: Leveraging distributed ledger technologies and blockchain to combat digital deception and counterfeit reality. *IT Professional*, 22(2), 53-59. <https://doi.org/10.1109/MITP.2020.2977589>
- Graves, L. (2018). Boundaries not drawn: Mapping the institutional roots of the global fact-checking movement. *Journalism Studies*, 19(5), 613-631. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1196602>
- Gutiérrez Lozano, Juan Francisco y Antonio Cuartero Naranjo. 2020. «El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil», *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, 50: 159-175. Recuperado de: <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i50.11>
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge university press.
- Illades, E. (2018). *Fake news: la nueva realidad*. Grijalbo.
- Krause, N. M., Freiling, I., Beets, B., & Brossard, D. (2020). Fact-checking as risk communication: the multi-layered risk of misinformation in times of COVID-19. *Journal of Risk Research*, 23(7-8), 1052-1059. <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1756385>
- Lagares Díez, N. López-López, P.C y Pereira López, M (2022, in press). Political and structural elements influencing the credibility of news on social networks.

- López-López, P. C., & Oñate, P. (2019). De la videopolítica a la ciberpolítica: debate entre candidatos y televisiones en cinco elecciones presidenciales. *Profesional de la Información*, 28(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.12>
- Luengo, M., & García-Marín, D. (2020). The performance of truth: politicians, fact-checking journalism, and the struggle to tackle COVID-19 misinformation. *American Journal of Cultural Sociology*, 8(3), 405-427. <https://doi.org/10.1057/s41290-020-00115-w>
- Martínez Nicolás, M. (2015). Investigar las culturas periodísticas. Propuesta teórica y aplicación al estudio del periodismo político en España. *Revista internacional de comunicación y desarrollo (RICD)*, 1(1), 127-137.
- Mazzoleni, G. (2014). *La comunicación política*. Alianza Editorial.
- Ortiz de Guinea Ayala, Y., y Martín, Sáez, J. L. (2019). De los bulos a las fake news. Periodismo, contenidos generados por el usuario y redes sociales. *Creatividad y sociedad: revista de la Asociación para la Creatividad*, (30), 104-124.
- Pauner Chulvi, C. (2018). Noticias falsas y libertad de expresión e información. El control de los contenidos informativos en la red. *Teoría y realidad constitucional*, 41, 297-318.
- Rodríguez Pérez, C. (2020). Una reflexión sobre la epistemología del fact-checking journalism: retos y dilemas. *Revista de Comunicación*, 19(1), 243-258. <https://doi.org/10.26441/rc19.1-2020-a14>.
- Saavedra Llamas, Marta, Rocio Gago Gelado, Nicolás Grijalba de la Calle y Andy Damián Tavárez Pérez. 2021. «Evolución de los intereses y hábitos de consumo televisivo de la audiencia española», *Oceanide*, 14: 17-24. <https://doi.org/10.37668/oceanide.v14i.60>
- Sitaula, N., Mohan, C. K., Grygiel, J., Zhou, X., & Zafarani, R. (2020). “Credibility-based fake news detection”. In *Disinformation, Misinformation, and Fake News in Social Media* (pp. 163-182). Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-42699-6\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-030-42699-6_9)
- Steensen, S. (2019). Journalism’s epistemic crisis and its solution: Disinformation, datafication and source criticism. *Journalism*, 20(1), 185-189. <https://doi.org/10.1177%2F1464884918809271>
- Walters, R. M. (2018). How to tell a Fake: Fighting back against Fake News on the front lines of social media. *Tex. Rev. L. & Pol.*, 23, 111.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe*, 27.
- Woloszyn, V., Schaeffer, F., Boniatti, B., Cortes, E., Mohtaj, S., & Möller, S. (2020). Untrue. News: A New Search Engine For Fake Stories. *arXiv preprint arXiv:2002.06585*.
- Wolton, D. (1990). Political communication: the construction of a model. *European Journal of Communication*, 5(1), 9-28. <https://doi.org/10.1177/0267323190005001002>