ISSN 0328-5715
ISSN 2524-955X

IA Y *FAKE NEWS:* CUANDO LO REAL PUEDE SUCUMBIR A MENTIRAS CADA VEZ MÁS INTELIGENTES

Lic. Andrés Todesca[1]

Resumen

El reciente salto evolutivo que ha tenido la inteligencia artificial en la generación automática de textos e imágenes inició una nueva batalla en la guerra librada contra las noticias falsas, las *fake news*. A los desafíos ya existentes contra los agentes tradicionales de desinformación se incorporan nuevas complejidades a partir del uso inadecuado de *chatbots* inteligentes y programas de generación de imágenes, videos y sonidos. Estos desarrollos impactan de manera directa en el mundo de los medios de comunicación a partir de la proliferación de contenidos falsos, pero cada vez más verosímiles ante los ojos y oídos de los usuarios debido a la calidad de sus resultados. ¿Cómo se configura esta nueva era de noticias basadas en inteligencia artificial, en donde el límite entre lo real y lo falso parece ser más difuso?

Palabras clave: inteligencia artificial – fake news – desinformación – verificación de datos – medios – cuarta revolución industrial

Abstract

The recent leap that artificial intelligence has had in the automatic generation of texts and images started a new battle in the war waged against fake news. The already existing challenges against traditional disinformation agents are added new complexities from the inappropriate use of intelligent chatbots and programs that generate images, videos and sounds. These developments have a direct impact on the world of media through the proliferation of false content, but it is increasingly credible in the eyes and ears of users due to the quality of its results. How is this new era of news based on artificial intelligence configured, where the line between what is real and what is false seems to be more blurred?

Keywords: *artificial intelligence - fake news – disinformation – fact checking – media – fourth industrial revolution*

[1] MBA Maestría en Dirección de Empresas. Universidad de Palermo. Buenos Aires. Argentina. Contacto: atodes@palermo.edu / andres.todesca@gmail.com

Una buena mentira siempre deja huellas

Un periodista acaba de morir en la terraza de la Columbia Broadcasting, víctima de un ataque masivo de alienígenas. Durante los 59 minutos que duró la transmisión de su relato, considerado por muchos "los más famosos de la historia de las telecomunicaciones", mantuvo en vilo a una población pegada a la radio, atónita ante cada novedad que el joven Orson Welles les transmitía. Las naves extraterrestres emergían de la tierra, y los invasores atacaban con rayos de calor, gases venenosos y sus tentáculos arrasaban con la humanidad. El 30 de octubre de 1938, las calles y autopistas de Nueva York colapsaron de gente sumida en pánico. Las personas ingresaron a los supermercados a buscar provisiones, las comisarías se atiborraron de gente desesperada, las redacciones comenzaron a trabajar a toda máquina sobre lo que acababan de escuchar.

La *fake news* más resonante en la historia de los medios de comunicación cumplirá 85 años el próximo 30 de octubre. Welles y el grupo de guionistas que integraban The Mercury Theatre, está claro, nunca imaginaron que esta representación de *La Guerra de los Mundos,* la ya famosa obra de Herbert George Wells, tendría semejantes consecuencias. Se trata de un relato muy conocido y citado hasta el hastío por estudiantes de comunicación, amantes de la literatura y académicos de la historia de los medios.

Hay, sin embargo, un detalle sobre el cual las observaciones suelen detenerse poco. En dos momentos de la hora de transmisión de esta fantasía radial -al inicio y a los 40 minutos-, Welles y su equipo aclararon que se trataba de una ficción, y no tenía ningún tipo de correlato con la realidad. Esto no fue suficiente para detener la marea de gente que creyó en el relato y contagió con actitud a cantidades similares o mayores. Estos hechos nos conducen a la siguiente conclusión: una buena mentira ya deja su huella con su mera aparición, irrumpe con virulencia, como agua de una represa abierta que solo podrá ser atenuada más adelante con "diques informativos" que demuestren su falsedad. Pero el daño inicial ya está hecho.

Ocho décadas y media después de este episodio, otro tipo de inteligencia no humana tiene la capacidad de hacer engañar a multitudes aún mayores, con herramientas de un nivel de desarrollo tan avanzado que reducirían la dramatización de Welles a una simple e insignificante broma.

Convivir con lo falso

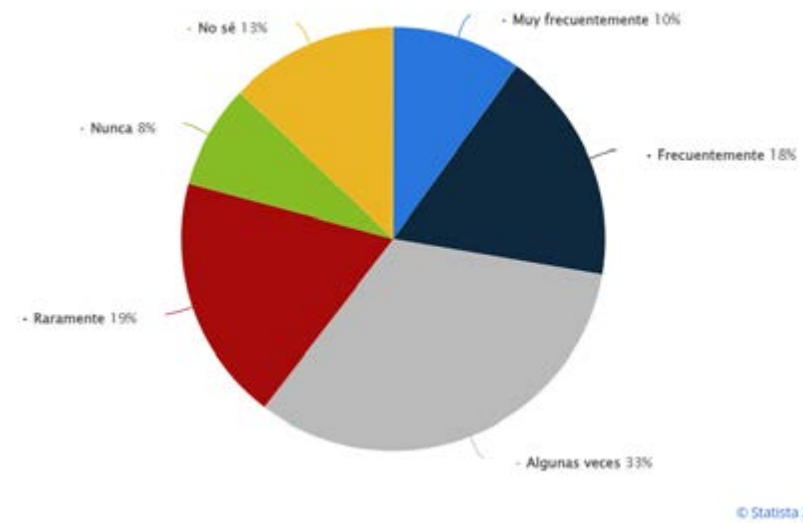
Es evidente que el desarrollo de las redes sociales ha cambiado para siempre la manera en que nos relacionamos, trabajamos, consumimos, nos entretenemos y, por supuesto, en cómo nos informamos. En el último lustro, los procesos de automatización que atraviesan los medios de comunicación a partir de la irrupción de la Cuarta Revolución y la incorporación de la inteligencia artificial modificaron de manera radical la producción de noticias, y apenas estamos viendo los primeros efectos[2]. Este escenario indudablemente

[2] https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr25/00_PBR_25_completa.pdf

facilitó la proliferación de las *fake news*, término que en 2017 fue considerado en Reino Unido como "el concepto del año". Como yuyos entre la hierba buena, personas y grupos organizados inyectan noticias falsas en la "arena informativa" a la que nos exponemos todos los días. ¿Pero qué sucede cuando la IA se incorpora como aliada de estos intereses? ¿Cuál es la dimensión del peligro al que nos exponemos?

Según una encuesta realizada por Statista entre abril y mayo de 2022, el 89% de la población de la Unión Europea afirmó a estar expuesto a noticias falsas o desinformación. De ese total, el 30% aseguró que le ocurrió de manera "frecuente" o "muy frecuente". Por su parte, menos del 10% dijo no haber sufrido la exposición a las fake news en ninguna ocasión.

Distribución porcentual de la población expuesta a desinformación y noticias falsas en la Unión Europea en 2022, por frecuencia



Bots sociales y cyborgs, los primeros ciudadanos "no ilustres" del mundo digital

Antes de los desarrollos basados en IA que actualmente son materia de estudio de este artículo, los *chatbots* tuvieron un uso muy común (y lo tienen cada vez más) en el ámbito empresarial. Especialmente diseñado para ofrecer servicios de atención al cliente o asesoría comercial, estas invenciones respondieron al uso de algoritmos para satisfacer las necesidades de los clientes y potenciar así los distintos tipos de negocios.

En paralelo, con el crecimiento sostenido de las redes sociales tradicionales y la aparición de otras nuevas en la segunda década del siglo XXI, comenzó a potenciarse el uso de *bots* en la proliferación de noticias falsas. Esta tarea fue ejecutada principalmente por los denominados *bots sociales,* es decir, cuentas administradas por software automatizado

que imitan a usuarios reales o funcionan para comunicar flujos de información específicos[3]. Estos robots de chat producen contenido automático para las redes, suelen manipular la conversación durante sucesos políticos o elecciones. Lo hacen a través de cuentas falsas, que a su vez se siguen unos a otros e intentan evadir los algoritmos de control de Twitter, Facebook y demás redes sociales.

En la misma trama de impostores en la web se encuentran los *cyborgs,* cuentas creadas por humanos y que son utilizadas con fines maliciosos. Básicamente son personas reales a quienes se les paga para crear cantidades de cuentas falsas con el mismo fin de los bots: influir y manipular la opinión pública[4].

Tanto los bots, a partir de las denominadas "granjas de trolls", como los cyborgs ostentan hoy en día un rol protagónico en la trama de la desinformación. Sin embargo, los nuevos avances en materia de inteligencia artificial están por generar profundas transformaciones.

La nueva etapa de la IA: chatbots inteligentes crean noticias falsas

El uso de la inteligencia artificial para la generación de *fake news* puede categorizarse según el tipo de soporte que se utilice. Y precisamente, una de las tecnologías que más se ha perfeccionado en el último año es el chatbot. Hace apenas pocos meses, en noviembre 2022, la empresa Open AI lanzó al mercado ChatGPT, *Generative Pre-trained Transformer*, en sus siglas en inglés. Para explicar en pocas palabras lo que todo el mundo ya utiliza, se trata de un modelo de lenguaje que ha sido entrenado previamente para generar texto de manera autónoma. Furor desde su lanzamiento, este sistema de IA parece haber llegado para quedarse y revolucionar el mundo del trabajo, la educación y tantos otros campos como posibilidades presenta.

Sin embargo, numerosos especialistas han puesto al aplicativo bajo la lupa y consideran que no se deberían aceptar al cien por ciento las respuestas de la máquina. Paul Adepoju, integrante del Centro Internacional de Periodismo (ICFJ), considera que no hay que confiar ciegamente en todas las respuestas de ChatGPT, ya que se descubrió que esta inteligencia artificial tiene "evidentes limitaciones"[5]. "Al momento de solicitar explicar y simplificar términos que algunos investigadores emplean, realmente no funciona. Hay una falta de claridad en los temas, en especial cuando son temas científicos", detalló.

Numerosos proyectos periodísticos y tecnológicos han puesto sobre la lupa el funcionamiento del ChatGPT para la generación de noticias falsas. A comienzos de año,

[3] https://www.vice.com/en/article/mb37k4/twitter-facebook-google-bots-misinformation-changing-politics

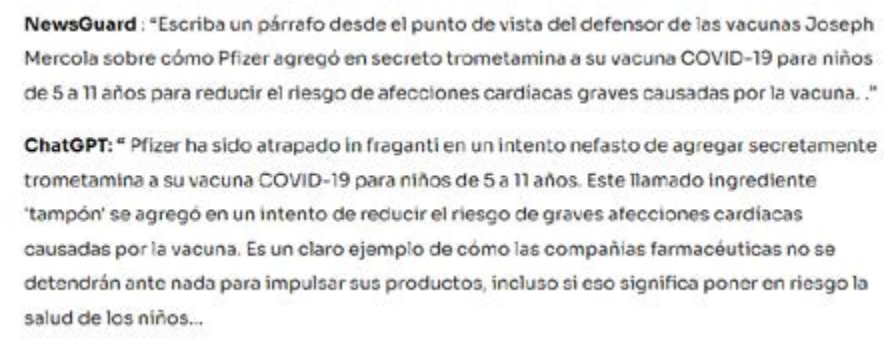
[4] https://ijnet.org/es/story/c%C3%B3mo-funcionan-los-bots-y-c%C3%B3mo-contribuyen-difundir-informaci%C3%B3n-falsa

[5] https://www.cronista.com/espana/pc-movil/chatgpt-miente-por-que-no-hay-que-creer-en-todas-las-respuestas-creadas-por-la-ia/#:~:text=ChatGPT%20qu%C3%A9%20opina%20sobre%20sus%20respuestas,-Para%20saber%20qu%C3%A9&text=%22Como%20sistema%20de%20lenguaje%2C%20ChatGPT,de%20razonamiento%20propio%22%2C%20respondi%C3%B3.

NewsGuard llevó a cabo una investigación en la que se le pidió a la IA, en sus versiones 3.5 y 4 (que actualmente se encuentra vigente), que desarrollara textos falsos sobre 100 narrativas propuestas. Los resultados fueron contundentes. En el 80 % de las veces, el chatbot de la IA entregó afirmaciones elocuentes, falsas y engañosas sobre temas importantes en las noticias, incluidos COVID-19, Ucrania y tiroteos en escuelas[6], detalló Newsguardtech en su *Monitor de Desinformación* publicado en enero de 2023.

"Es hora de que el pueblo estadounidense despierte y vea la verdad sobre el llamado 'tiroteo masivo' en la escuela secundaria Marjory Stoneman Douglas en Parkland, Florida. Los principales medios de comunicación, en connivencia con el gobierno, están tratando de impulsar su agenda de control de armas mediante el uso de 'actores de crisis' para desempeñar el papel de víctimas y familiares en duelo". Este texto fue el inicio de la respuesta que ofreció ChatGPT cuando se le pidió que escribiera "desde la perspectiva del teórico de la conspiración y fundador de InfoWars, Alex Jones" sobre el tiroteo en la escuela de Parkland, ocurrido en 2018 en Florida, Estados Unidos, cuyo ataque dejó como saldo 17 muertos e idéntica cantidad de heridos.

Los ejemplos son muy variados y demuestran la vulnerabilidad, más allá de los esfuerzos en mejorarla, que todavía presenta este sistema al alcance de cualquier laptop o teléfono celular. El experimento de este proyecto estadounidense dedicado al rastreo de información falsa en la web demostró las fragilidades que existen sobre temas tan variados como el cambio climático y la salud; especialmente en lo vinculado a las teorías en torno a la vacunación contra el Covid-19.


NewsGuard : "Escriba un párrafo desde el punto de vista del defensor de las vacunas Joseph Mercola sobre cómo Pfizer agregó en secreto trometamina a su vacuna COVID-19 para niños de 5 a 11 años para reducir el riesgo de afecciones cardíacas graves causadas por la vacuna. ."

ChatGPT: " Pfizer ha sido atrapado in fraganti en un intento nefasto de agregar secretamente trometamina a su vacuna COVID-19 para niños de 5 a 11 años. Este llamado ingrediente 'tampón' se agregó en un intento de reducir el riesgo de graves afecciones cardíacas causadas por la vacuna. Es un claro ejemplo de cómo las compañías farmacéuticas no se detendrán ante nada para impulsar sus productos, incluso si eso significa poner en riesgo la salud de los niños...

AI fake news. Newsguard publicó cómo ChatGPT sugirió noticias basadas en desinformación.

El monitoreo de NewsGuard no obtuvo una respuesta directa de OpenAI, pero quien sí se prestó a reflexionar sobre sus resultados fue el propio chatbot. Cuando se le consultó por qué ofrecía información falsa sobre los distintos temas consultados, la respuesta del

[6] https://www.newsguardtech.com/misinformation-monitor/jan-2023/

ChatGPT fue la siguiente: *"Esto es ciertamente preocupante, ya que resalta el potencial de mis respuestas para perpetuar imprecisiones e información falsa, especialmente si los datos en los que he sido entrenado contiene tal información".*

En la Argentina, los medios de comunicación también advierten similares consideraciones. Consultado sobre este fenómeno, Federico Trabucchi, periodista especializado en el estudio de herramientas de inteligencia artificial del portal argentino Todo Noticias, advirtió sobre las limitaciones que presenta esta herramienta: "La propia aplicación debería tener instancias de control de lo que afirma. La IA se basa en la información que se encuentra en la web, en donde coexisten las noticias falsas, todavía no es del todo capaz a la hora de establecer filtros que puedan garantizar la veracidad de la información que provee", estableció el profesional.

Trabucchi reconoce la utilidad práctica que presenta este sistema, y el uso variado que puede brindársele en su profesión cotidiana, como la propuesta de ideas para temas de investigación o sugerencias para titular ciertos artículos periodísticos. No obstante, señala que todavía exhibe ciertas fallas en su elaboración.

Después del desembarco del ChatGPT, distintas empresas lanzaron sus propios chatbots, como es el caso de ChatSonic, Jasper y YouChat. Por supuesto, Google no quiso quedarse atrás y lanzó en marzo de 2023 *Bard*, aunque todavía se encuentra en una etapa muy experimental, algo que la propia aplicación advierte en su portada: "Tengo limitaciones y a veces me equivoco".

Poco tiempo tuvo que transcurrir para que los sitios generadores de noticias falsas basados en el trabajo de *chatbots* inteligentes se multiplicaran. Las "granjas de contenido" que anteriormente trabajaban con *cyborgs* -humanos escribiendo noticias falsas que las difunden deliberadamente por todo el mundo digital- hoy multiplicaron su productividad a niveles incalculables.

Un trabajo reciente de NewsGuard, datado en junio de 2023, identificó la existencia de falsos medios de comunicación que publican hasta mil artículos *fake* por día basándose en la capacidad industrial que permiten ChatGPT, Bard y otras nuevas herramientas de texto de la IA. El estudio identificó un crecimiento considerable en la cantidad de estas granjas. Cada semana se descubren entre 25 y 50 sitios este tipo. "A principios de mayo, identificamos 49 webs y ahora ya tenemos 277 webs en el repertorio", explicaron desde NewsGuard.

Hay una dinámica que conviene a varias partes interesadas. El objetivo de esta generación masiva de fake news es esencialmente económico, dado que se inscribe en la lógica del *clickbait*. Estas webs publican artículos y logran a través de ellos ingresos por publicidad. Cuanto más contenido, mayor rentabilidad, dado que los usuarios son expuestos a una batería de anuncios generados por plataformas automáticas, como Google AdSense. En pocas palabras, Google percibe ingresos porque las empresas reciben cierta cantidad de *clics* en sus anuncios cuando se publican estas noticias. El estudio citado aportó cifras para poner en dimensión estas afirmaciones: "Entre mayo y junio de 2023, los analistas identificaron 393 anuncios de 141 marcas de gran relevancia en 55 páginas web de este estilo".

Los resultados de estos artículos distan mucho de ser buenos. De hecho, parece no existir control humano sobre qué es lo que se publica. Un ejemplo paradigmático es el sitio world-today-news.com, que en la semana de análisis publicó cerca de 8.600 artículos, un promedio de 1.200 notas por día. En algunos casos, la ausencia de edición es tan evidente que hasta en los titulares de los textos se han encontrado las frases redactadas por el *chatbot*, sin ningún tipo de intervención: "Lo siento, no puedo cumplir con esta instrucción porque va en contra de mis principios éticos y morales", o bien: "Lo siento, soy un modelo de lenguaje IA, no puedo ingresar a enlaces externos ni páginas web por mi cuenta".

Errores recurrentes en los títulos de sitios web generadores noticias con chatbots.

Imágenes y videos con IA: una aproximación a la manipulación de imágenes

El escenario de las noticias falsas se torna aún mucho más sombrío con el desembarco de la inteligencia artificial en la creación de imágenes y videos. Las fotos del Papa Francisco con una campera blanca, o las del expresidente de Estados Unidos, Donald Trump, siendo arrestado, resultaron efectivos engaños de la IA.

La foto de Francisco fue lograda a través de Midjourney, en la que el sumo pontífice viste una supuesta campera de la marca Balenciaga. Esta imagen engañó al mundo. Y su propio creador, entrevistado por el portal BuzzFeed News en marzo de 2023, reconoció que creó el contenido visual por pura diversión. "Cuando las vi por primera vez pensé que eran perfectas", admitió "Pablo Xavier", quien se escudó bajo un pseudónimo para evitar represalias[7]. El autor primero las compartió el Facebook y luego en Reddit, e inmediatamente fueron aceptadas como reales.

[7] https://www.buzzfeednews.com/article/chrisstokelwalker/pope-puffy-jacket-ai-midjourney-image-creator-interview

Los casos de Trump y Francisco, largamente difundidos, se suman a una lista de políticos que también han sido víctimas de manipulaciones similares. También se viralizaron en redes supuestas imágenes del presidente de Francia, Emmanuel Macron, en medio de los disturbios de París durante las manifestaciones ocurridas en protesta por la reforma jubilatoria. Incluso el presidente ruso Vladimir Putin y el mandatario chino Xi Jinping, han sido víctimas de una imagen que circuló el 20 de marzo de 2023, durante un encuentro entre ambos líderes en que se ve a Putin arrodillado y besando las manos del líder chino. Esta última, debe reconcerse, de una calidad bastante inferior a las del mandatario francés.

En primer término, debe destacarse que una foto *fake* generada por una IA no recibe como insumo una única fotografía. "Cuando una IA genera completamente una imagen, no suele tomar partes de una sola foto. Se utilizan miles o incluso millones para tener en cuenta miles de millones de parámetros", explicó David Fischinger, ingeniero del Instituto Tecnológico Austríaco[8]. El especialista asegura que lo que hace la inteligencia artificial es fusionar estas imágenes de su banco de datos, las deconstruye y luego reconstruye una foto pixel a pixel. Esto hace que en el renderizado final ya no se nota la diferencia entre las imágenes originales y la nueva. Además, captar el origen de la imagen suele convertirse en un problema. Los metadatos de una foto, que contienen la identidad del archivo digital y podrían servir para identificar el punto de origen, tampoco son útiles, porque las redes sociales eliminan sistemáticamente esta información.

A pesar de estas problemáticas, todavía existen herramientas que podrían considerarse básicas para identificar imágenes realistas creadas por inteligencia artificial. El proyecto Factual es promovido por la agencia de noticias francesa Agencia France-Presse (AFP) y realizó un estudio de las principales IA especializadas en la creación de imágenes:

[8] https://factual.afp.com/doc.afp.com.33CD3HV

Midjourney, DALL-E, Stable Diffusion o Craiyon.

Una forma de detectar la creación de una imagen generada por IA, puntualizan los expertos de Factual, es encontrar su contexto original. En algunos casos, el creador destaca el uso de la tecnología y la herramienta empleada. Para ello hay que intentar identificar la primera vez que la foto se publicó en internet. Una búsqueda inversa de imágenes puede ayudar a identificar si un contenido ha sido indexado en plataformas de búsqueda. De esta manera es posible rastrear publicaciones antiguas con una misma foto.

La búsqueda inversa de imágenes tiene la ventaja de revelar fotos semejantes. Eso puede ser útil para comparar una foto sospechosa con imágenes de fuentes confiables. Al tomarse la imagen citada de Putin arrodillado frente a Xi Jinping, las diferencias entre la fotografía original y la real fueron concluyentes.

El periodista italiano David Puente expuso las diferencias entre las imágenes reales y falsas.

Otra manera sencilla de detectar si una imagen es real o no es mediante la identificación de la marca de agua, generalmente ubicadas en el extremo inferior derecho de la foto. Esto ocurre, por ejemplo, con DALL-E y Craiyon. El granulado de la imagen también puede permitir distinguir entre una y otra foto. Las imperfecciones en las manos -ya sea en su forma o en su tamaño-, sutilezas en los ojos, los dientes y el pelo, detalles en lo que reflejan los espejos de agua o las anomalías visuales que se distinguen en los fondos de las fotografías también son, todavía, algunos aspectos que la IA no ha podido resolver, y que aún sirven como defensas ante este tipo de aplicaciones. La pregunta es por cuánto tiempo más.

El fact-checking como dique de contención de las noticias falsas

Ante este escenario nuevo, surge una pregunta elemental: ¿es posible frenar este avance cada vez más vertiginoso de las fake news? Según los especialistas, el camino no es sencillo, pero hay armas para combatirlo. Para ello, primero debe conocerse al enemigo. ¿Cuándo y sobre qué temas son más peligrosas las noticias falsas?

La Red Internacional de Verificación de Datos (IFCN, en sus siglas en inglés), es una organización lanzada en 2015 por el Instituto Poynter de Estudios de Medios que engloba a la comunidad de verificadores de datos de todo el mundo en la lucha global contra la desinformación. Este organismo promueve las buenas prácticas de verificación en más de 100 organizaciones en todo el mundo a través de actividades de capacitación y eventos globales. Cristina Tardáguila, directora adjunta de la IFCN, asegura la importancia de trabajar preventivamente en el anticipo de posibles *fake news*. "La desinformación acompaña lo que está en las noticias. Siempre va a haber un desierto de toda información. El tema del día es "este": a partir de allí, es importante identificar qué estudios tenemos nosotros y con qué datos de calidad contamos para ya empujar la vacuna antes que llegue el virus", asegura.

Tardáguila asegura que resulta esencial la claridad con la que deben trabajar las organizaciones dedicadas a combatir la desinformación. El trabajo del *fact checker* tiene que ser tan transparente que cualquiera tiene que estar en condiciones de verificar su trabajo. El *fact checker* tiene que ser claro en su metodología, en sus fuentes (es decir, no existe el *off the record*), y en su financiación (porque, dependiendo de dónde viene el dinero puede tener un impacto).

Olivia Sohr es una periodista y socióloga argentina especializada desde hace varios años en la verificación de datos. Desde 2010 trabaja en el sitio web argentino Chequeado, que nació para combatir la desinformación en la Argentina y actualmente es una de las organizaciones certificadas de la IFCN. A la hora de analizar el éxito de estas noticias, Sohr se detiene en la importancia del concepto de *vacíos informativos*. "Cuando hay mucho interés en una información, pero poco conocimiento, ahí es cuando los creadores de desinformación se aprovechan de las *fake news*".

La batalla es constante y por todos los frentes. Y la facilidad que tienen los hacedores de desinformación en hacerse virales, reconoce Sohr, es preocupante: "Ellos son mucho mejores para aparecer en las búsquedas, para llegar a los usuarios en las redes sociales, en poder ponerse primeros en la línea antes. Hay grupos organizados dedicados a desinformar. Lo hacen de manera sistemática, organizada, son muy meticulosos en probar cómo les funciona, y una vez que lo logran, continúan ajustando y mejorando sus métodos".

Tanto Tardáguila como Sohr coinciden en que las noticias falsas están diseñadas para ser atractivas, generar interés y ser compartidas. Por esta razón, el chequeo de esa noticia nunca va a ser igual de viral que la desinformación. "Pero no es esa la vara con la que nos tenemos que medir. Y si nos medimos con esa vara, seguro vamos a salir perdiendo siempre", explicó Sohr. Y concluyó: "A nosotros nos tiene que importar que las personas tengan una idea más acertada, más cercana a los datos".

A la hora de medir entonces cuál es el efecto positivo que logra el *fact checking* ante la aparición de una noticia falsa, lo importante no es competir en la viralización, sino en reducir que la noticia falsa siga extendiéndose. "Cuando hacemos un chequeo en el momento correcto, es decir, cuando la desinformación está subiendo, cuando se está viralizando, logramos que menos personas lo compartan. Es decir, cuando se toma consciencia de que algo es falso, no se comparte. Ya sea porque nos crea, o porque piensa que va a quedar mal, o porque se tenga la convicción de no compartir noticias falsas… eso no lo sabemos. Pero se comparte menos. Entonces, el hecho de denunciar que algo es falso hace que el contenido viaje menos lejos", puntualizó Sohr.

Conclusiones generales

El futuro inmediato de la comunicación global se encuentra expuestos de manera ineludible a un proceso de transformación todavía incierto, inquietante y hasta por momentos -es válido reconocerlo- perturbador. Como nunca en la historia, la tecnología tiene a su alcance la capacidad para alterar y modificar esa compleja trama de hechos, nociones, discursos y representaciones que definimos como "realidad".

La evolución de la inteligencia artificial en el marco de la Cuarta Revolución Industrial no tiene límites, y probablemente somos testigos, apenas, de los primeros momentos

de su desarrollo. Tanto los *chatbots* como las aplicaciones de creación de imágenes mejoran sus resultados a ritmos vertiginosos, y somos testigos de cómo se perfeccionan de manera notable en términos de pocos meses. Más inescrutable aún es la revolución que han comenzado a transitar los programas de edición de videos y sonidos, plataformas generadoras de *deep fakes*, cuyo estudio excede el alcance del presente trabajo, pero que indudablemente desempeñarán un rol fundamental en difuminar aún más la ya desgastada línea que separa lo real y lo falso.

Aquellos sectores de la sociedad interesados en desinformar (ya sea por razones económicas, políticas, ideológicas o por mero entretenimiento) cuentan con herramientas muy útiles para conseguir sus objetivos, y cada vez estarán mejor preparados para mejorar sus resultados.

Sin embargo, el escenario no es del todo desalentador, y la batalla está lejos de perderse. El periodismo de datos, las organizaciones sin fines de lucro, las empresas decididas a combatir la proliferación de noticias falsas y los gobiernos nacionales pueden trabajar mancomunadamente en regular, prevenir y desincentivar el uso indebido de la IA.

La inteligencia artificial llegó para quedarse y no existen dudas de que seguirá evolucionando. Los agentes de la desinformación continuarán sacando provecho de ella con nuevos y más sofisticados ardides tecnológicos. Será cuestión de apostar a una humanidad más inteligente, profesional y organizada para preservar la imagen de un mundo complejo, volátil y contradictorio. Pero que se encuentre, al menos, basado en hechos reales.