

¿Poseemos las competencias necesarias para discriminar los hechos reales de las noticias falsas generadas por ia?¹

Evelia Derrico

Universidad del Este, Secretaría de Investigación, República Argentina.

Mariana Gigena - Lucía Martha Boloqui

Universidad del Este, Secretaría de Educación a Distancia, SIED, República Argentina

Resumen

Desde tiempos históricos el hombre ha apelado a artilugios y engaños para conseguir sus propósitos - generalmente espúrios-; y hasta en la literatura antigua se reflejan como el caso del Caballo de Troya o las diferentes apariencias que adopta Zeus para engendrar hijos con personas humanas. Con la Inteligencia Artificial, no es la naturaleza del engaño en sí, la que cambia, si no los medios para practicarlo y de allí, la aparición de las fake-news y los deepfakes. Sabemos que mucho se está escribiendo sobre los peligros de la IA y de todas las innovaciones que se presentarán a partir de su existencia; no obstante, su dominio procede del conocimiento que se tenga sobre ella, por lo tanto, aprender más disiparía el miedo por ignorancia y se adquiriría seguridad en su uso e interpretación de sus efectos y consecuencias. Entonces, en alguna medida podríamos prevenirlo, si fuera contenido curricular obligatorio de la educación de todos los niveles y, especialmente, de la formación docente; a la par que se extendería el alcance del esfuerzo atento y vigilante, no formal, de las ONGs. Es indispensable difundir el conocimiento de las innovaciones sobre todos los medios, pero de manera especial, a través de un procesamiento didáctico constante y actualizado para lo cual en este trabajo de campo llevado a cabo a partir de una investigación realizada por el SIED-UDE Virtual se proponen algunas competencias cognitivas.

Palabras clave

1.Fake News; 2. Deep Fakes; 3.Capacitación para su discernimiento

Introducción

Describe Gregorio Doval en una interesante obra de 2011,

(...) todo tipo de hechos, sucesos y anécdotas singulares, de los que hay constancia histórica, y que destacan por su carácter de timo, fraude, estafa o, en general, engaño intencionado de cualquier clase, protagonizados por personajes famosos o no de todos los ámbitos, todas las épocas y todas las procedencias geográficas. En definitiva, los grandes engaños intencionados

¹ Corresponde a una síntesis del Proyecto de Investigación anual, que se lleva a cabo en la Universidad del Este-Secretaría de Educación a Distancia, Equipo del SIED, 2024, dirigido por E. Derrico.

y documentados de la historia” (Doval, 2011, p. 5)

También, Thomas Rid, reconocido experto en tecnología y seguridad nacional, fue uno de los primeros en dar la voz de alarma sobre la interferencia en las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016. En 2021, publica un texto cuya difusión señala que consiste en:

(...) un análisis sobre el papel del fraude en el pasado y en la actualidad. Vivimos en una época de engaños. Las agencias de espionaje de todo el mundo dedican una gran cantidad de recursos a hackear, filtrar y falsificar datos, a menudo con el objetivo de minar nuestra confianza en la información y debilitar la base misma de la democracia. (Rid, 2021)

Es decir, se escuchan más voces actualizadas sobre el tema.

Aspectos psicológicos y sociales

En psicología, el engaño se define como el intento deliberado, exitoso o no, de ocultar, generar y/o manipular de algún otro modo información factual y/o emocional, por medios verbales y/o no verbales, con el fin de crear o mantener en otra(s) persona(s) una creencia que el propio comunicador considera falsa.

Y, a pesar de ser conocida su existencia, la gente sigue creyendo. Tal vez, por el efecto Dunning-Kruger que describe la psicología social como un sesgo o una distorsión cognitiva, que ocurre cuando una persona sobreestima la capacidad o los conocimientos que tiene sobre algo. Este fenómeno ha sido muy estudiado y descrito como "el fenómeno de cómo los ignorantes se creen más inteligentes de lo que son".

Los psicólogos David Dunning y Justing Kruger (1999) -de ahí su nombre- investigaron las tendencias a pensar que somos mejores de lo que realmente somos en algunos aspectos sociales e intelectuales. En otras palabras, sobreestimamos nuestras capacidades y habilidades.

Algunas de las conclusiones que sacaron estos autores de sus investigaciones son las siguientes:

1. Las personas con pocas capacidades tienen tendencia a pensar que son mejores de lo que realmente son;
2. Las personas con pocas capacidades no suelen tener la habilidad para reconocer las habilidades de otras personas;
3. Las personas con pocas capacidades no son capaces de ver que realmente no son tan buenos como se piensan;
4. Cuando estas personas con pocas capacidades se entrenan para aumentar estas capacidades tienen más facilidades para ver que previamente eran incompetentes. Este punto es muy interesante, dado que –especialmente el ítem 4- lo hemos podido observar en las autoevaluaciones de los docentes, que se vienen desarrollando en el SIED UDE Virtual, sistemáticamente desde el 2020.

Otro fenómeno que influye en las decisiones que tomamos o no, se refiere a los sesgos cognitivos, cuyas descripciones intentan explicar porqué interpretamos de manera errónea la realidad; son aquellos errores o fallos que cometemos a la hora de interpretarla. En su blog, Raquel Rodríguez Cortés (2021), describe distintos tipos de sesgos cognitivos que interfieren con la percepción de la realidad.

Entre los sesgos cognitivos más comunes aparecen los siguientes:

- Generalización (Se produce, sobre todo, cuando se utilizan palabras del siguiente estilo: siempre, nunca, todos, nadie, ninguno, etc. Ocurre cuando se extrae una conclusión general a partir de un simple incidente. Cuando se aplica la dicotomía de negro y blanco, sin apreciar la existencia de los grises...);
- Razonamiento emocional (cuando se determina nuestro estado por los sentimientos del momento o que depositamos sobre el hecho o la expectativa de satisfacción que nos representa);
- Confirmación o autocumplimiento (que aparece cuando estamos ansiosos por confirmar nuestras creencias, pero no para desacreditarlas.)

Éstos influyen fuertemente en la formación de creencias y confianza en nuestros propios juicios. Sin embargo, resultan interesantes viabilizadores del engaño o autoengaño, como se prefiera.

Aspectos tecnológicos y culturales

Y, así, siguen haciéndose famosas las *fake news* y los *deepfakes*...

Una *fake news*, o noticia falsa, consiste en un contenido pseudo periodístico difundido a través de portales de noticias, prensa escrita, radio, televisión y redes sociales y que tiene como objetivo desinformar a un público en específico.

Se diseña y emite con la intención deliberada de engañar, inducir a error, manipular decisiones personales, desprestigiar o enaltecer a una institución, entidad o persona u obtener ganancias económicas o rédito político. Al presentar hechos falsos como si fueran reales, es considerada una amenaza a la credibilidad de los medios de comunicación «serios» y los periodistas «profesionales», a la vez que un desafío para el público receptor.

Un *deepfake*, o falsedad profunda, es una elaboración audiovisual generada por IA, tales como un video, una imagen o un audio que imita la apariencia y el sonido de una persona. También llamados «medios sintéticos», son tan convincentes a la hora de imitar lo real que pueden engañar tanto a las personas como a los algoritmos. Son aquellas obras que pretenden engañar o crear fantasía, a través de los estímulos visuales y auditivos -como es el caso del cine, la televisión e internet- y que pueden

ser utilizados para el bien, por ejemplo, con ayudas para la inclusión de personas con discapacidad; como para el mal, como la pornografía, la pedofilia y las estafas financieras.

Según una investigación citada por la Revista Wired, en los primeros 9 meses de 2023 se subieron 113.000 vídeos <deepfake> a los sitios web pornográficos más populares.

Esta tecnología emergente vio su origen en el mundo de la investigación con aplicaciones de construcciones digitales prácticas –por ejemplo- en el cine, como una alternativa a los procesos que tienden a generar altos costos o bien, por la necesidad de rejuvenecimiento del protagonista o de reemplazo por su fallecimiento.

Los *DeepFakes* son una amenaza para la sociedad y para el sistema político democrático, en tanto pueden servir para presionar a los periodistas que luchan contra las fake news; amenazar la seguridad nacional interfiriendo en las elecciones, obstaculizar la confianza de los ciudadanos en las autoridades y ocasionar problemas de ciberseguridad, en empresas o instituciones.

Aunque, los *deepfakes* normalmente se utilizan con intenciones fraudulentas, también ha habido personas que han querido aprovechar satisfactoriamente este nuevo avance tecnológico como un aporte en diversos ámbitos; sin embargo, aumentaron los delitos informáticos con la colaboración de los usuarios, dado que sin su anuencia no se verificaría el fraude.

Es decir que, nos encontramos con embaucadores modernos e incautos antiguos.

Entonces, ¿Cómo se defienden las personas ante estas manipulaciones sofisticadas?

Algunas organizaciones –como IPSOS, NewsGuard, WIRED y el LISA Institute-, se están ocupando del tema, realizando investigaciones, trabajos de campo y difusiones de alerta para los visitantes de las redes, en un esfuerzo muy nuevo y loable en sus fines.

Sin embargo, consideramos que se extendería el alcance del esfuerzo atento y vigilante si fuera contenido curricular obligatorio de la educación de todos los niveles y, especialmente, de la formación docente. Es indispensable difundir el conocimiento de las innovaciones sobre todos los

medios, pero de manera especial, a través de un procesamiento didáctico constante y actualizado.

Los nuevos medios utilizados y sus insospechados efectos sólo son conocidos por una elite tecnológica programadora y no por la generalidad del público usuario crédulo de redes y aplicaciones, a las que accede a diario.

Respecto de las noticias falsas, la página pública oficial de la República Argentina, recomienda tener en cuenta varios consejos.

Y, con relación a los deepfakes, IPSOS ofrece ayudas prácticas para detectarlos.

Si bien, los algoritmos no dejan de mejorar, sería provechoso detectar primero, en qué medida los docentes conocen y aplican recaudos sobre este tema; y, segundo, qué competencias sería necesario desarrollar y asegurar en docentes y estudiantes frente a las *fakes news* y los *deepfakes*.

Nuestros primeros datos

Habida cuenta que los cambios en las innovaciones tecnológicas se producen rápidamente y con ello, se modifican a igual velocidad las conductas de los usuarios respecto de su uso, este estudio se circunscribe a relatar los resultados de una toma de datos ubicada en un breve tiempo y espacio pero que, aún representativos de un momento acotado, tienen posibilidades de proyección a una población, en dicho lapso y no en el transcurso del tiempo, cuyo corte se da entre febrero-julio de 2024.

Sobre una población virtual de 22.849 usuarios del SIED, hubo un 13,33% de respuestas sobre la muestra, que les otorga relativo valor proyectual², dado que un buen índice de respuesta a las encuestas online oscila entre el 5% y el 30% (surveymonkey.com).

Se utilizaron como fuentes de los datos encuestas cerradas segmentadas en tres categorías y el análisis del discurso sobre demandas relacionadas.

² Quevedo Ricardi, Fernando. Comparación de los promedios de dos muestras independientes (con varianzas desconocidas pero supuestas iguales). MEDWAVE Publicado el 1 de noviembre de 2011 | <http://doi.org/10.5867/medwave.2011.11.5254>



- **Categoría Nivel de Confianza**

El 83.43% de las respuestas indica que se participa activamente de las redes sociales de comunicación, como wsp, tik-tok, X, Instagram, Facebook u otras.

En cuanto a si realiza compras por internet y abona con medios y billeteras electrónicas: homebanking, mercado pago, Cuenta DNI, MODO, o similares; el 61% responde que Sí, por lo que se presume un nivel interesante de confianza con las aplicaciones.

El 82.1% manifiesta que se preocupa si entrega su tarjeta de crédito o débito cuando paga en algún comercio y la pierde de vista en el momento de la operación, pero aún así lo hace, tal vez por la contención social de los vínculos que se establecen con el personal de los establecimientos.

Ante la consigna si tiende a responder al recibir llamados no identificados que difunden publicidades, encuestas telefónicas, alertas, vacunatorios, etc., el 76,24 indica que NO, resultando una de las actitudes más internalizadas. Los llamados a deshora, en momentos inoportunos, su reiteración y el aprendizaje del usuario que al responder se encuentra con una publicidad o un robot hace que se introduzcan algunas conductas de prevención bajo un formato de aprendizaje de estímulo-respuesta.

Por último, si se detiene a juzgar la verosimilitud de los mensajes, entre el NO y el AV (a veces), se suma el 76.5% de las respuestas; esto así, conduce a la necesidad de instalar la duda para generar un actitud crítica.

Otro elemento que se tuvo en cuenta en la interpretación de los resultados de la muestra, es la conducta de los usuarios frente a mensajes desconocidos que aparecen en la bandeja de entrada del mail institucional y que generan consultas al soporte técnico sobre su dudosa procedencia o directamente obligan a la reparación, recuperación de cuentas, aplicación de antivirus, etc., que refuerzan los datos que se detallan y se discriminan.

La atracción de los recursos tecnológicos suele inhibir la desconfianza a partir de imágenes con buenos diseños y facilidades en el uso, cuyos resultados e impactos no se dimensionan al tiempo de operar con ellos.

- **Categoría Fakes News**

Y, lo expuesto ut supra, se confirma cuando la mitad de las respuestas manifiesta que si reciben

mensajes por correo electrónico / mensajería de redes / los abren inmediatamente. Además, aparecen muchas contradicciones como que el 77.6% NO comparte mensajes que le agradan sin indagar la fuente y el 48.17 % -sin embargo- no verifica de donde proviene el envío y el 54.75% tampoco se interesa por conocer sus autores.

En el caso de las noticias, aparece acuerdo en un 93.73% respecto de leerla completa y observar la fecha de su publicación, conductas que resultan un avance importante. No obstante, sólo la mitad (50.67%) verifica si proviene de una URL confiable y menos de la mitad (el 48.68%) confirma la información en otras fuentes de GOOGLE.

- **Categoría *Deep Fakes***

En el caso de las *Deep Fakes* últimamente tan extendidas gracias a la Inteligencia Artificial, se observa mayor descuido o desconocimiento de los peligros. Estos recursos han potenciado las posibilidades de engaños y estafas con simulaciones particularmente cuasi perfectas.

El 61.93% de los encuestados responde NO al ítem *Algunos videos falsos poseen fallos en la manipulación de los algoritmos, si duda, los observa atentamente para descubrirlos?*

Y, el 78.02 % dice no observar cuántas veces parpadea la imagen; solo, el 41.93 mira la proporcionalidad entre la cara y el cuerpo; pero, el 84.62% presta atención a si el audio coincide con la imagen. Es decir que, pareciera que al involucrarse dos sentidos se refuerza la percepción y la atención.

El 62.25% no se siente capaz de juzgar la duración de un mensaje en relación a su contenido real o ficticio; ni el 71.16%, de indagar quien comparte el archivo por primera vez y en qué redes.

El 93.86% manifiesta analizar en qué contexto se difunde dicho tipo de mensaje. Sin embargo, si se observa que en un alto porcentaje de las respuestas no se confirma la URL de lo que circula en internet, ni se sabe dónde se originan los mensajes, ni hay interés por conocer autores, este dato resultaría contradictorio.

Una aproximación a las primeras conclusiones

En las redes –hoy por hoy- existe bastante literatura y comentarios sobre troles que publican noticias

irrelevantes, intencionadas e inexactas y por ello, se está un poco más atento a los textos de este tipo; sin embargo, la irrupción de la IA en la construcción de imágenes, situaciones y actos varios, donde se falsea los participantes y los hechos, a pesar de los múltiples ejemplos que van surgiendo, aún no permiten observar preocupación por distinguir lo suficiente entre realidad y ficción.

Los resultados generales y amplios de los datos obtenidos sobre una población universitaria conducen a pensar en la necesidad de fortalecer las competencias críticas de todas las personas, a través de una formación pedagógica que se actualice a la par del desarrollo tecnológico.

También surge la modificación de los hábitos de lectura que se focalizan sobre textos breves y multimediales, con comprensión lectora selectiva; hábito extendido a grupos etarios más allá de la adolescencia, en usuarios de 30-50 años.

Se percibe necesario también, incrementar la lectura simultánea de varios lenguajes, el de las palabras, el de los sonidos, el de las imágenes, el del movimiento... para mejorar la obtención de significados de los mensajes y de los metamensajes.

Si en este nivel de análisis aparecen pocos reparos y se acepta sin mayores filtros la información que se recibe, qué se puede esperar de aquellos estamentos con pocas o escasas herramientas para defenderse de los fraudes y los engaños.

La inclusión de las innovaciones requiere de diseños curriculares abiertos que permitan la actualización de los contenidos en sus mismas condiciones de velocidad; ayudando a consolidar las habilidades intelectuales que faciliten un uso discrecional de los nuevos recursos.

No se crece prohibiendo las herramientas nuevas; se crece, aprendiendo a usarlas.

Un posible perfil didáctico

Las competencias se pueden derivar de las recomendaciones realizadas por diferentes organizaciones, y podrían resumirse en la siguiente tabla de estrategias cognitivas y metacognitivas:

Acciones	Competencias	Aptitudes y actitudes de control
----------	--------------	----------------------------------



Leer atentamente	De lectura comprensiva de textos e imágenes, sonidos y movimientos	Alfabetización multimedia. Desarrollo de los conceptos.
Dominio de la lectura simultánea de varios lenguajes	Agudeza de la percepción y atención	Criticidad y valoración. Discriminación entre lo real y la ficción.
Observación detallada	Análisis de incongruencias	Comprensión del parafraseo ³ . Capacidad para dar respuesta a preguntas específicas. Comprensión de las relaciones causales. Comprensión del lenguaje figurativo. Comprensión de lo que se dice y lo que se muestra.
Identificar al autor y origen de la noticia	Objetivación - Criticidad	Capacidad para distinguir el hecho de la opinión sobre él. Capacidad para reconocer el propósito del autor.
No reenvío de manera inmediata	Reflexión	Certeza. Confianza. Capacidad predictiva sobre impactos.
Recurrir a otras fuentes de confirmación	Verificación - Juicio	Capacidad para identificar la secuencia. Capacidad para identificar comparaciones y contrastes. Capacidad para predecir resultados. Capacidad para extraer conclusiones
Comparación con las experiencias y los conocimientos propios	Subjetivación - Empatía.	Compromiso emocional. Identificación con los otros.
Evitar impulsos. Racionalizar los actos	Comportamiento social	Capacidad para decidir

³ Parafraseo: Formar, enunciar o entonar las frases.



Referencias bibliográficas

ANDER-EGG, E. (1993) Técnicas de investigación social. Buenos Aires, Ed. Magisterio del Río de la Plata. ISBN 9505501048

AYAN, S.J. (2021) Sin miedo a la ignorancia. En: Mente y Cerebro, [Nº. 109, 2021](#), págs. 10-15, ISSN 1695-0887

DERRICO, E. (2016) El regreso al mundo real. En: REDIPE, Revista Iberoamericana de Pedagogía. El tacto pedagógico: Una propuesta de enseñanza de la ética. Vol. 5 N° 10, Octubre 2016, Págs. 71-75. ISSN 2258-1536

DERRICO, E. (2022) Hacia Nuevas Didácticas Para La Educación A Distancia. Teorías Del Aprendizaje. Regularidades. Neurociencias Y Tecnologías. En: Revista UDE Virtual ... en Líneas, Año 3, N° 4, Junio 2022, Universidad del Este, La Plata, ISSN: 2718-8485, Págs.18-26.

DOVAL, G. (2011) Fraudes, Engaños Y Timos De La Historia. Madrid, España, Ed. Nowtilus S.A., 352 pgs. ISBN: 9788499672038

KRUGER, J., & DUNNING, D. (1999). Incompetencia y desconocimiento de la misma: cómo las dificultades para reconocer la propia incompetencia conducen a una autoevaluación exagerada. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), 1121-1134

LUCKIN ROSEMARY (2018) Machine Learning and Human Intelligence: The Future of Education for the 21st Century. Ed. UCL IOE Press, ISBN-10 1782772510, ISBN-13 978-1782772514, 160 páginas.

RID, T. (2021) Desinformación y guerra política. Historia de un siglo de falsificaciones y engaños. Madrid, España, Ed. Crítica, ISBN: 9788491992776

STUFFLEBEAM, D., SHINKFIELD, A. (1987) Evaluación sistemática. Guía Teórica y práctica. Madrid, Paidós, M.E.C. ISBN 8475094457

Webgrafía



ARGENTINA.GOB.AR (Diciembre 2023) ¿Cómo puedo saber si las noticias son falsas o reales? <https://www.argentina.gob.ar/justicia/convosenlaweb/situaciones/como-reconozco-una-noticia-falsa>

BURGESS, M. (16 de octubre de 2023) La pornografía *deepfake* impulsada por IA está fuera de control Revista WIRED <https://es.wired.com/articulos/pornografia-deepfake-impulsada-por-ia-esta-fuera-de-control>

HOOVER, A. (26 de enero de 2024) Si Taylor Swift no puede derrotar los *deepfakes* de contenido explícito, ¿quién sí? Revista WIRED <https://es.wired.com/articulos/si-taylor-swift-no-puede-derrotar-los-deepfakes-de-contenido-explicito-quien-si>

IFE Conference TEC de Monterrey, México (23-25 de enero de 2024) Educación en la Era de la Inteligencia Artificial <https://ciie.itesm.mx/es/>

IPSOS (31 de octubre de 2023) Análisis de Datos: Noticias Falsas en la era de la IA. <https://www.ipsos.com/es-ar/analisis-de-datos-noticias-falsas-en-la-era-de-la-ia>

LISA Institute (Madrid, 2024). Deepfakes: Qué es, tipos, riesgos y amenazas. <https://www.lisainstitute.com/blogs/blog/deepfakes-tipos-consejos-riesgos-amenazas>

NEWSGUARD (N.Y. 2023, organización dedicada a combatir la información errónea) - Herramientas transparentes para contrarrestar la desinformación para lectores, marcas y democracias. <https://www.newsguardtech.com/>

RODRÍGUEZ CORTÉS, Raquel (24 de mayo de 2021) – Blog PSIQUION - ¿Qué son los sesgos cognitivos? ¿Cuáles son los más comunes? - <https://www.psiquion.com/blog/sesgos-cognitivos>

WEBER, J (15 de febrero de 2021) . Made for Mins. ¿Por qué algunas personas creen en las noticias falsas? <https://www.dw.com/es/por-qu%C3%A9-algunas-personas-creen-m%C3%A1s-f%C3%A1cilmente-en-las-noticias-falsas/a-56577587>