

Reentrenando a los *fact-checkers*: La irrupción de *ChatGPT* en la verificación informativa

Retraining fact-checkers: The emergence of *ChatGPT* in information verification

Roger Cuartielles; Xavier Ramon-Vegas; Carles Pont-Sorribes

Note: This article can be read in its English original version on:
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/87368>

Cómo citar este artículo.

Este artículo es una traducción. Por favor cite el original inglés:

Cuartielles, Roger; Ramon-Vegas, Xavier; Pont-Sorribes, Carles (2023). "Retraining fact-checkers: The emergence of *ChatGPT* in information verification". *Profesional de la información*, v. 32, n. 5, e320515.

<https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.15>

Artículo recibido el 24-05-2023
Aceptación definitiva: 31-07-2023



Roger Cuartielles ✉

<https://orcid.org/0000-0001-6226-6697>

Universitat Pompeu Fabra
UPF Barcelona School of Management"
Departament de Comunicació
Roc Boronat, 138
08018 Barcelona, España
roger.cuartielles@upf.edu



Xavier Ramon-Vegas

<https://orcid.org/0000-0002-4478-5626>

Universitat Pompeu Fabra
UPF Barcelona School of Management"
Departament de Comunicació
Roc Boronat, 138
08018 Barcelona, España
xavier.ramon@upf.edu



Carles Pont-Sorribes

<https://orcid.org/0000-0003-1135-4245>

Universitat Pompeu Fabra
UPF Barcelona School of Management"
Departament de Comunicació
Roc Boronat, 138
08018 Barcelona, España
carles.pont@upf.edu

Resumen

El lanzamiento en abierto de nuevas herramientas de inteligencia artificial como *ChatGPT-3.5 (Generated Pre-trained Transformer)* desde noviembre de 2022 por parte de la empresa *OpenAI* -y después su actualización en la versión *GPT-4* en marzo de 2023- plantea nuevas oportunidades y desafíos para el periodismo, y especialmente también para los profesionales centrados de manera específica en la verificación informativa. Esta investigación pretende conocer y analizar las percepciones que genera la irrupción de *ChatGPT* entre los profesionales de la verificación en España con el objetivo de identificar inconvenientes y ventajas en su uso, implicaciones profesionales y funcionalidades deseadas. El estudio emplea metodología cualitativa con entrevistas en profundidad a profesionales de todas las plataformas de verificación españolas pertenecientes a la *International Fact Checking Network (IFCN)* y al *European Digital Media Observatory (EDMO)*. Los resultados concluyen que el uso de *ChatGPT* presenta ambivalencias destacables. De un lado, se perciben inconvenientes en cuestiones como la transparencia y fiabilidad de las fuentes, el alcance de los datos, y el formato de las respuestas generadas. Sin embargo, también se apunta a un posible uso auxiliar del chatbot en tareas de recolección de información, detección de falsedades, y producción de desmentidos. Se evidencia también que su irrupción impacta directamente en las rutinas de trabajo de los verificadores, que se pueden ver dificultadas, reforzadas o ampliadas. Los verificadores se perciben como "agentes de contexto" en un nuevo ecosistema que también les obliga a diversificar aún más sus ámbitos de actuación en la lucha contra la desinformación y a acelerar la realización de acciones de educación mediática que empoderen la ciudadanía en un uso responsable de la inteligencia artificial.



Palabras clave

Fact-checking; Plataformas de verificación; Verificación digital; Periodismo; *Fact-checking* computacional; *Fact-checkers*; Desinformación; Información falsa; Inteligencia artificial; IA; Inteligencia artificial generativa; *ChatGPT*; Chatbots.

Abstract

The open launch of new artificial intelligence tools such as *ChatGPT-3.5* (Generated Pre-trained Transformer) in November 2022 by the company *OpenAI* -and then its update to version *GPT-4* in March 2023- poses new opportunities and challenges for journalism, and especially for professionals specifically focused on information verification. This research aims to understand and analyze the perceptions generated by the irruption of *ChatGPT* among fact-checking professionals in Spain with the aim of identifying disadvantages and advantages in its use, professional implications and desired functionalities. The study uses qualitative methodology with in-depth interviews with professionals from all Spanish fact-checking platforms belonging to the *International Factchecking Network (IFCN)* and the *European Digital Media Observatory (EDMO)*. The results conclude that the use of *ChatGPT* presents notable ambivalences. On the one hand, there are perceived drawbacks in issues such as the transparency and reliability of sources, the scope of the data, and the format of the responses generated. However, fact-checkers also point to a possible auxiliary use of the chatbot in the tasks of gathering information, detecting falsehoods, and producing denials. The irruption of *ChatGPT* has a direct impact on the work routines of the fact-checkers, which can be made more difficult, reinforced or extended. Fact-checking professionals perceive themselves as “context agents” in a new ecosystem that also obliges them to further diversify their fields of action in the fight against disinformation and to accelerate the implementation of media education actions that empower citizens in the responsible use of artificial intelligence.

Keywords

Fact-checking; Fact-checking platforms; Digital verification; Journalism; Computational fact-checking; Fact-checkers; Disinformation; Misinformation; Artificial Intelligence; AI; Generative artificial intelligence; *ChatGPT*; Chatbots.

Financiación

Estudio financiado por el proyecto de investigación “Instrumentos de rendición de cuentas ante la desinformación: impacto de las plataformas de fact-checking como herramientas de accountability y propuesta curricular” (PID2019-106367GB-I00/AEI/10.13039/501100011033) (FACCTMedia). Ministerio de Ciencia e Innovación de España (2020-2024).

En colaboración con el grupo de investigación en *Comunicación Política, Periodismo y Democracia* de la *Universitat Pompeu Fabra* (POLCOM-GRP) y de las *Ayudas Agaur* (2021 SGR 00486).

Con el apoyo de las *Ayudas Joan Oró* para la contratación de personal investigador predoctoral en formación (FI 2023), concedidas por la *Generalitat de Catalunya*.

1. Introducción

Las plataformas de verificación y sus profesionales, conocidos con el anglicismo de *fact-checkers*, se han mostrado como agentes útiles para combatir la desinformación online durante la última década (Hameleers; Van-der-Meer, 2020). Los procesos de verificación de la información por parte de periodistas y otros perfiles especializados han supuesto un recurso eficaz para desacreditar bulos y contenidos desinformativos que circulan por la esfera digital y que representan una amenaza para el bienestar democrático (Moreno-Gil; Ramon-Vegas; Rodríguez-Martínez, 2021). Su uso también ha garantizado un grado de confiabilidad en la información, haciendo que los profesionales y las plataformas de verificación intenten compensar la falta de confianza en la práctica periodística, que según el *Digital News Report España 2022* se ha agravado especialmente en los últimos años superando por primera vez el porcentaje de usuarios que sí expresan credulidad en los contenidos informativos (Vara-Miguel et al., 2022).

Las organizaciones de *fact-checking*, tanto las concebidas en forma de *newsroom model* dentro de un medio de comunicación como las nacidas en forma de organizaciones independientes bajo la denominación del *NGO model* (Graves; Cherubini, 2016), han sido conceptualizadas como instrumentos de construcción democrática (Moreno-Gil; Ramon-Vegas; Rodríguez-Martínez, 2021), especialmente en una sociedad como la actual caracterizada por la fragmentación del concepto de verdad (Malik, 2018). Además, su tarea se ha vuelto aún más relevante tras la crisis de la Covid-19, caracterizada por una proliferación constante de la desinformación que ha llevado a la *Organización Mundial de la Salud* a hablar de *infodemia* (OMS, 2020). Un contexto que también ha contribuido a ensalzar la labor y visibilidad de los *fact-checkers* como actores cruciales en la lucha contra la desinformación (Salaverría et al., 2020; Pérez-Dasilva; Mezo-Ayerdi; Mendiguren-Galdospín, 2020; Ramon-Vegas; Mauri-Ríos; Rodríguez-Martínez, 2020).

En el ámbito de la verificación, numerosas plataformas han incorporado en los últimos años la inteligencia artificial (IA, en adelante) en las rutinas de *fact-checking* como, por ejemplo, el uso de bots en los procesos de *debunking* (Arias-Jiménez et al., 2023; Paschetto et al., 2022; Flores-Vivar, 2020) o la implementación de sistemas de detección basados

en el *machine learning* para identificar afirmaciones a verificar (*claims*), vídeos y fotografías falsas, entendiendo así que el uso de la IA para combatir la proliferación de información falsa puede ser vital a la hora de actuar contra los efectos disruptivos que la desinformación genera (Gupta et al., 2022; Flores-Vivar, 2020).

En este sentido, el lanzamiento en abierto de nuevas herramientas de IA como *ChatGPT-3.5 (Generated Pre-trained Transformer)* desde noviembre de 2022 por parte de la empresa *OpenAI*—y después su actualización en la versión *GPT-4* en marzo de 2023—plantea nuevas oportunidades y desafíos para el periodismo (Adami, 2023), y especialmente también para los profesionales centrados de manera específica en la verificación informativa. Por ello, esta investigación se centra en conocer y analizar las percepciones que genera la irrupción de *ChatGPT* entre los profesionales del *fact-checking* con el objetivo de identificar inconvenientes y ventajas percibidas, implicaciones en su rol profesional y posibles usos de este chatbot en el ámbito de la verificación informativa.

2. Marco teórico

2.1. *Fact-checking*: características y rutinas profesionales

El *fact-checking* se puede definir como una actividad que

“aplica técnicas del periodismo de datos para desenmascarar los errores, ambigüedades, mentiras, falta de rigor o inexactitudes de algunos contenidos publicados en los medios de comunicación” (Ufarte-Ruiz; Peralta-García; Murcia-Verdú, 2018, p. 734).

Asimismo, el *fact-checking* también se puede ocupar de contenidos sin autoría identificable distribuidos a través de las redes sociales y por medio de otros soportes multimedia (Pérez-Seoane; Corbacho-Valencia; Dafonte-Gómez, 2023). La verificación en esencia es una práctica tradicional que ha sido asociada al buen periodismo, así como a la especialidad de la documentación periodística (Redondo, 2018). Sin embargo, la creciente preocupación por la desinformación la ha posicionado en un plano de ascendente protagonismo (Guallar et al., 2020), incluso situándola como una actividad profesional en sí misma que conduce a fortalecer y reformular los estándares del periodismo tradicional (Cavaliere, 2021). La aparición y consolidación en la última década de iniciativas y plataformas dedicadas específicamente al ámbito de la verificación informativa demuestra el impacto del *fact-checking* a nivel global (Stencel; Ryan; Luther, 2022).

Numerosos estudios sobre metodologías y rutinas profesionales en plataformas de *fact-checking* han señalado las fases esenciales del flujo de trabajo de los verificadores:

- la monitorización y selección de contenidos a verificar (*predetection* y *detection*);
- el contacto con la fuente original y la contextualización y evaluación de la veracidad del contenido examinado mediante la consulta también de fuentes documentales y personales expertas (*reporting*); y
- la realización, difusión y explicación del proceso de verificación realizado (*debunking*) (Graves, 2017; Unesco, 2018; Moreno-Gil; Ramon-Vegas; Rodríguez-Martínez, 2021; Yousuf, 2023).

Aspectos como el rigor, la imparcialidad, la rendición de cuentas, la objetividad, la independencia, la transparencia y la exhaustividad también se han considerado elementos clave en el desempeño de las rutinas profesionales de los verificadores (Singer, 2021). El trabajo de dichos profesionales también se caracteriza por la aplicación de criterios de selección informativa tales como la relevancia y la influencia potencial del mensaje emitido a la hora de seleccionar los contenidos a verificar, que a su vez deben contener aspectos factuales para ser contrastables (Graves, 2017). En esta labor de comprobación, a parte del criterio humano, también juegan un papel importante herramientas tecnológicas que pueden facilitar la verificación de datos en distintos soportes como texto, imagen, audio y vídeo (Vizoso; Vázquez-Herrero, 2019).

La supervisión rigurosa de los contenidos verificados antes de ser publicados y el uso de fuentes transparentes para comprobarlos, a menudo con hipervínculos que permitan a los usuarios ampliar la información y replicar el mismo proceso de verificación, es otra de las máximas de los verificadores (López-Pan; Rodríguez-Rodríguez, 2020), que con prácticas de esta índole también persiguen el apoderamiento ciudadano (Graves, 2016). De hecho, otro rasgo común de las plataformas de *fact-checking* es la participación de los lectores, que pueden hacer llegar dudas y peticiones de informaciones a verificar a través de distintos canales de comunicación habilitados tales como el correo electrónico y las redes sociales (Rodríguez-Pérez, 2020).

La explicación textual, e incluso el uso del llamado periodismo explicativo (*explanatory journalism*) (Bielik; Višňovský, 2021) y del periodismo de soluciones (*solutions journalism*), consistente en dar respuesta a problemáticas sociales con métodos rigurosos que faciliten la comprensión ciudadana (McIntyre; Lough, 2021), se presenta de igual manera como un recurso habitual en las metodologías de trabajo de las plataformas de *fact-checking*, así como la síntesis de las verificaciones en escalas de medición que no solo incluyen categorías dicotómicas como verdadero o falso, sino que también hacen referencia a engaños y descontextualizaciones que requieren ser explicadas con mayor amplitud (García-Vivero; López-García, 2021). Al buscar presentar informaciones complejas de forma clara y sencilla también es recurrente el uso de la visualización

Las plataformas de *fact-checking* han incorporado la IA usando chatbots e implementando sistemas de detección basados en *machine learning* para identificar datos a verificar

de datos mediante gráficos e infografías, así como la elaboración de formatos que pueden ir más allá de la textualidad como, por ejemplo, vídeos y podcasts (Moreno-Gil; Ramon-Vegas; Mauri-Ríos, 2022), y que no solo se difunden en los soportes web de las plataformas de verificación, sino también en sus respectivos canales de redes sociales.

Si bien es cierto que las rutinas de trabajo de periodistas y *fact-checkers* comparten en este sentido objetivos comunes en tanto que profesionales que se dedican a explicar, documentar y comprobar hechos (Singer, 2021), la actividad de los verificadores también se ha presentado de forma distintiva. Autores como Graves (2016) y Cazalens *et al.* (2018) han señalado que mientras los periodistas implementan la verificación como un proceso de carácter interno consistente en asegurar la veracidad de los datos antes de ser expuestos públicamente en una pieza periodística, los profesionales del *fact-checking* se focalizan más en una verificación de tipo externo en la que se comprueba la exactitud de declaraciones y contenidos ya emitidos con el objetivo de elaborar una nueva pieza informativa que los contextualice y acredite su veracidad. En este sentido, la labor de los *fact-checkers* se presenta como complementaria y correctiva respecto a la de los medios de comunicación (Singer, 2021).

Aun así, el *fact-checking* no se puede entender como una actividad ajena al sector periodístico puesto que surge en el seno del sistema mediático e incluso hay plataformas que nacen bajo el formato del *newsroom model* y porque una parte importante de los profesionales de la verificación provienen del campo del periodismo y del periodismo de datos (Graves; Cherubini, 2016). Además, la formación periodística, el manejo de los *big data* y de otros aspectos tales como el dominio de fuentes de información y del sentido común son percibidos por los mismos profesionales de la verificación como elementos clave en el desempeño de su trabajo (Herrero; Herrera-Damas, 2021).

2.2. Uso de la IA en el periodismo y *fact-checking*

El término “inteligencia artificial” fue utilizado por primera vez públicamente en 1956 por parte del matemático John McCarthy en la *Conferencia de Dartmouth*, en Estados Unidos. Sin embargo, el origen de la IA se remonta a los avances que Alan Turing logró durante la II Guerra Mundial en la decodificación de mensajes (Russell; Norvig, 2022) y más embrionariamente también a los experimentos en máquina analítica que protagonizó Lady Ada Lovelace en la década de 1840, que supusieron una primera predicción de las implicaciones que posteriormente tendría la IA (Boden, 2022). Aun así, no fue hasta la década de los años ochenta cuando la investigación en IA comenzó a aumentar con la resolución de ecuaciones de álgebra y el análisis de textos en diferentes idiomas (Ufarte-Ruiz; Manfredi-Sánchez, 2019). Desde mediados de los años 2000, esta tecnología ha experimentado también una rápida expansión tanto en el ámbito académico como en la industria (Crawford, 2021).

Aunque la definición de “inteligencia artificial” ha ido evolucionando en paralelo a su aplicación, la definición más extendida en la academia y en el sector periodístico es la propuesta por el periodista de la *BBC* Dickens Olewe en 2018, que entiende que es una

“colección de ideas, tecnologías y técnicas referidas a sistemas computacionales que tienen capacidad para desarrollar tareas que normalmente requieren inteligencia humana” (Brennen; Howard; Nielsen, 2018, p. 1-2).

En el campo del periodismo, la IA se ha introducido especialmente ligada al procesamiento de lenguaje natural (PLN) (Canavilhas, 2022) aplicada a la transformación de datos en noticias y en la producción automática de textos (Diakopoulos, 2019) mediante el uso de bots (Flores-Vivar, 2019; Flores-Vivar, 2020). Esta irrupción tecnológica ha dado lugar al llamado “periodismo computacional”, “periodismo algorítmico”, “periodismo automatizado” o “periodismo robot” (Clerwall, 2014; Carlson, 2015; Dörr, 2016). Los primeros experimentos en el ámbito de la producción automática de noticias se remontan al 2010 con *The Big Ten Network*, una asociación entre *Fox Networks* y *Big Ten Conference*, que inició un servicio automatizado de producción de noticias deportivas (Canavilhas, 2022). Aunque, según Canavilhas (2022), no fue la primera experiencia en generación automática de textos periodísticos, sí que fue una de las primeras en usar inteligencia artificial. No obstante, la primera iniciativa en consolidarse de forma regular llegó cuatro años más tarde en el medio *Los Angeles Times* con la aparición de *Quakebot*, un bot para informar automáticamente sobre terremotos que supuso el primer uso frecuente de la IA en periodismo (Sánchez-García *et al.*, 2023).

Posteriormente, *Associated Press* fue una de las agencias de noticias pioneras en extender el uso de la IA (Lichterman, 2017) y el periódico francés *Le Monde* usó el sistema *Data2Content* para crear micronoticias sobre resultados electorales (Sánchez-Gonzales; Sánchez-González, 2017). En esta línea, en los últimos años han surgido empresas específicas de PLN y de GLN (generación de lenguaje natural) especializadas en la creación de textos periodísticos como *Narrative Science* y *Automated Insights* (Sánchez-García *et al.*, 2023). Más recientemente se han creado también iniciativas que transforman datos en informaciones periodísticas a tiempo real como *AppliedXL*, una compañía fundada por el periodista computacional Francesco Marconi, y *The Newsroom*, una aplicación móvil que ofrece resúmenes diarios hechos por IA sobre las principales noticias del día (Adami, 2023).

En los últimos años han aparecido también proyectos pioneros como *Medusa*, de *Vocento MediaLab*, que desde 2017 experimenta con el periodismo automatizado para generar información sobre el estado de unas 800 playas españolas y también de pistas de esquí naciona-

“ En el campo periodístico, la IA se ha introducido especialmente ligada a la transformación de datos en noticias y en la producción automática de textos ”

les, de Andorra y del pirineo francés (Ufarte-Ruiz; Manfredi-Sánchez, 2019). Además, destacan el bot *AnaFut* de *El Confidencial*, que escribe crónicas deportivas (Rojas-Torrijos; Toural-Bran, 2019), y el software *Gabriele* de la start-up *Narrativa* para redactar textos periodísticos de forma automatizada y en colaboración con varios medios de comunicación españoles (Ufarte-Ruiz; Manfredi-Sánchez, 2019; Sánchez-García et al., 2023).

El uso de tecnologías de la inteligencia artificial aplicadas a la verificación ha llevado a algunos autores a hablar también de “*fact-checking* computacional” y “*fact-checking* automatizado” (Thorne; Vlachos, 2018), entendido como la práctica basada en la comprobación de hechos que automatiza parte de su proceso con la ayuda de la IA. De hecho, en el campo de la verificación, la automatización se ha presentado como una solución, en parte, para agilizar desde un punto de vista computacional ciertos procesos de las rutinas profesionales de los verificadores como, por ejemplo, la monitorización y anticipación de informaciones (*predetection*), la identificación de afirmaciones para verificar (*detection*), la obtención de datos para comprobar contenidos (*reporting*), y la verificación de falsedades (*debunking*) (Hassan et al., 2015; Guo; Schlichtkrull; Vlachos, 2022).

Si bien es cierto que el uso de la IA también ha sido presentado como una forma de sofisticar e incrementar la difusión de desinformación como, por ejemplo, en la creación de contenidos como los *deep fakes* (Fallis, 2021) —incluso con serias implicaciones éticas en cuestiones como la pornografía (Öhman, 2020)—, numerosos autores también han señalado el potencial contrario de la inteligencia artificial. Como, por ejemplo, a la hora de hacer frente a la propagación de falsedades y contenidos maliciosos (Cybenko; Cybenko, 2018; Beckett, 2019; Manfredi-Sánchez; Ufarte-Ruiz, 2020), teniendo al alcance una tecnología capaz de adaptarse no solo a la velocidad con la que circulan las falsedades en el entorno digital, sino también a su grado de elaboración. Reduciendo, además, el esfuerzo y el tiempo de detección empleado por los profesionales de la verificación y aumentando, en suma, su capacidad de respuesta ante la desinformación.

Aunque antes de la pandemia de la Covid-19 ya existían algunas organizaciones de verificación que empleaban tecnologías basadas en IA en sus procesos de trabajo ha sido especialmente tras la pandemia que el desarrollo de esta tecnología ha experimentado un auge, tanto para agilizar la detección de bulos como para identificar falsedades a través de la propia IA como los mismos *deep fakes* (Gómez-de-Ágreda; Feijóo; Salazar-García, 2021). En España, ha sido especialmente con la pandemia que organizaciones de verificación como *Newtral*, *Maldita.es* y *EFE Verifica* han puesto en marcha iniciativas basadas en el uso de la inteligencia artificial. *Newtral* ha desarrollado y perfeccionado un sistema de monitorización automática centrado en política que identifica afirmaciones a comprobar (*claims*), y que justamente recibe el nombre de *ClaimHunter* (Morrish, 2023). *Maldita.es* y *EFE Verifica* han perfeccionado también el uso de un chatbot a través de *WhatsApp* para recibir peticiones de verificación por parte de sus usuarios. Este mismo sistema filtra y responde de forma automática las peticiones que le llegan en función de si detecta que se trata de temas previamente ya comprobados por los profesionales de la plataforma en cuestión (Pablo Hernández, entrevista en profundidad, 20 febrero 2023; Sergio Hernández, entrevista en profundidad, 18 febrero 2023).

El uso de la inteligencia artificial generativa mediante la implementación de chatbots, en este caso en redes sociales como *WhatsApp*, ha sido un recurso que se ha demostrado útil para combatir la desinformación (Palomo; Sedano-Amundarain, 2018) y que numerosas organizaciones de *fact-checking* de todo el mundo ya implementan en sus rutinas de trabajo (Flores-Vivar, 2020). Incluso, en los últimos años han surgido iniciativas de forma colaborativa como *FactChat*, lanzada desde la *International Fact-Checking Network (IFCN)* durante las elecciones presidenciales en Estados Unidos de 2020, o también el chatbot sobre la Covid-19 que esta misma organización puso en marcha durante la pandemia junto a más de 80 organizaciones de verificación de todo el mundo (Grau, 2020).

La irrupción de la inteligencia artificial de tipo generativo —que es la que utilizan softwares como los chatbots—, es producto de la tercera ola de innovación que en la última década ha experimentado la inteligencia artificial después de haber pasado por dos fases previas: primero la de la automatización y después la de la *augmentación* (Marconi, 2020). En este sentido, los sistemas de GLN y los denominados LLM (*large language models*) por el uso de las llamadas redes neuronales —como es el caso de *ChatGPT-3.5*— han supuesto avances significativos en el procesamiento del lenguaje natural (PLN) después de haber estado entrenados a partir de bases de datos masivas con las que estos modelos son capaces de generar textos, responder a preguntas y completar otras tareas de un modo que se asemeja a lo humano (Floridi; Chiriatti, 2020).

Estas capacidades, de alcance ciudadano después del lanzamiento en abierto de *ChatGPT-3.5* por parte de *OpenAI* en noviembre de 2022, han tenido ya implicaciones significativas en sectores como el de la educación (Kasneji et al., 2023), el de la creación cultural y en el de la investigación académica (Dwivedi et al., 2023). También en ámbitos como el mercado laboral, donde en países como Estados Unidos se calcula que en el 80% de las profesiones existe, al menos, un 10% de las tareas actuales en las que se podría usar *ChatGPT* (Eloundou, 2023).

En la Comunicación se ha empezado a estudiar sobre todo la implicación de *ChatGPT* en la producción de desinformación, especialmente por cuestiones como los sesgos y también la llamada “alucinación”, que es cuando un sistema de IA ofrece datos no fundamentados

La fiabilidad de las fuentes y el alcance limitado de sus datos son dos de los aspectos que se perciben como mayores inconvenientes en el uso de *ChatGPT*

en hechos, sino producto de su “invención” (Liu *et al.*, 2022). En este sentido, organizaciones como *NewsGuard* han experimentado con el chatbot mediante el uso de narrativas falsas previamente verificadas y han detectado que en el 80% de los casos no reconocía las falsedades introducidas ni que tampoco era transparente en el uso y en la fiabilidad de las fuentes. Por ello, han bautizado a *ChatGPT-3.5* como “gran difusor de desinformación” (Brewster; Arvanitis; Sadeghi, 2023). Incluso, en su versión actualizada, *ChatGPT-4* –dada a conocer a mediados de marzo de 2023– y que, a diferencia de *ChatGPT-3.5* sí que cita el origen de las fuentes de dónde extrae la información, *NewsGuard* también ha concluido que la difusión de información errónea es “mayor, más frecuente y persuasiva” que en su modelo antecesor (Arvanitis; Sadeghi; Brewster, 2023).

Un aspecto positivo percibido en el uso de *ChatGPT* es la posibilidad de recolectar información contextual de forma rápida y sintética

La bibliografía académica ha abordado de qué forma periodistas de distintos países y culturas profesionales perciben la introducción de innovaciones tecnológicas en las redacciones (García-Avilés; Carvajal-Prieto; Arias-Robles, 2018; Ferrucci; Perreault, 2021; Holman; Perreault, 2022; Oelrichs, 2023). Recientemente, otras aportaciones se han centrado en examinar las actitudes y percepciones de los periodistas, las audiencias y los expertos frente a la irrupción de la inteligencia artificial (Noain-Sánchez, 2022; Soto-Sanfiel *et al.*, 2022; Sun; Hu; Wu, 2022; Peña-Fernández *et al.*, 2023). Dichas contribuciones han puesto de manifiesto las oportunidades, tensiones e inquietudes que la IA genera entre estos actores, entre las cuales cabe destacar las ambivalencias que la adopción de aplicaciones de inteligencia artificial produce específicamente entre los profesionales de la información. El uso de la IA es percibido en el sector periodístico como positivo en tanto que herramienta auxiliar que puede librar a los periodistas de la realización de tareas repetitivas, dejando de lado un modelo postfordista en el que los informadores sean meros transcritores de hechos y haciendo resurgir la esencia creativa del periodismo (Noain-Sánchez, 2022). Sin embargo, el desconocimiento de las implicaciones de la IA también produce ciertas reticencias, especialmente porque se percibe como una amenaza ante el capital simbólico de los periodistas como mediadores entre la realidad y la ciudadanía (Peña-Fernández *et al.*, 2023). Los dilemas éticos y la posible propagación de desinformación con el uso de inteligencia artificial también aparecen como preocupaciones relevantes entre los profesionales de la información (Noain-Sánchez, 2022) e incluso entre expertos y lectores (Sun; Hu; Wu, 2022).

Según autores como Boczkowski (2004), la profesión periodística ante innovaciones tecnológicas como, por ejemplo, la transformación digital se ha caracterizado por tener actitudes reactivas y defensivas, pero también pragmáticas. Así mismo, es relevante destacar que en el caso de la IA las reticencias no son de carácter homogéneo y que también varían en función de la cultura y la tradición periodística de cada país. Por ejemplo, mientras que en países como Pakistán predomina una visión negativa de la implementación de la IA en el sector periodístico (Jamil, 2020), en zonas como Latinoamérica abunda una percepción más optimista (Soto-Sanfiel *et al.*, 2022). Tal y como señala Van-Dalen (2012), la consolidación de una innovación no solo está determinada por su desarrollo tecnológico, sino también por factores sociales como la adaptación y el modo en el que se naturaliza su consumo.

Hasta el momento, ningún estudio académico se ha centrado aún en analizar las percepciones que el uso de *ChatGPT* –tanto en su versión 3.5 como 4– genera entre los propios profesionales de la verificación informativa ni tampoco en conocer los inconvenientes y ventajas que su uso puede presentar en las rutinas de trabajo de estos profesionales a la hora de combatir la desinformación, o incluso en las implicaciones que puede generar en su rol como *fact-checkers*. Se trata, pues, de un vacío académico que esta investigación aspira a cubrir.

3. Metodología

Este estudio pretende conocer las percepciones que genera la irrupción de *ChatGPT* entre los profesionales de la verificación en España. La muestra de análisis comprende las entidades de verificación españolas y activas que se incluyen en la base de datos del *Duke Reporters’ Lab* y también en la del *Observatorio Europeo de Medios Digitales (EDMO)*: *Maldita.es*, *Newtral*, *EFE Verifica*, *AFP Factual España* y *Verificat*. Estas cinco organizaciones son además signatarias del código de principios de la *International Fact-Checking Network (IFCN)*, que se construye alrededor de cinco principios básicos: 1) partidismo y honestidad, 2) estándares y transparencia de fuentes, 3) transparencia en la organización y financiación, 4) estándares y transparencia de metodología, y 5) política de corrección abierta y honesta. Para obtener una variedad de perspectivas mayor también se incluye en el corpus de análisis la plataforma española *VerificaRTVE* que, aunque no es signataria del código de principios de la *IFCN*, sí que forma parte del *EDMO* y de la *Unión Europea de Radiodifusión (UER)*.

Tres preguntas de investigación guían este estudio:

- P1. ¿Qué inconvenientes y ventajas perciben los *fact-checkers* en el uso de *ChatGPT* en sus rutinas profesionales?
- P2. ¿Qué prestaciones debería tener *ChatGPT* para ser percibido como un recurso útil en el ámbito de la verificación?
- P3. ¿Qué implicaciones supone para el rol profesional de los *fact-checkers* la viralización de *ChatGPT*?

Tabla 1. Características de las plataformas de *fact-checking* participantes en el estudio.

Plataforma	Sitio web	Creación	Plantilla de verificadores	Signataria IFCN
<i>Maldita.es</i>	https://maldita.es	2018	30	Sí
<i>Newtral</i>	https://www.newtral.es	2018	14	Sí
<i>EFE Verifica</i>	https://verifica.efe.com	2019	7	Sí
<i>AFP Factual España</i>	https://factual.afp.com/afp-espana	2019	3	Sí
<i>Verificat</i>	https://www.verificat.cat	2019	9	Sí
<i>VerificaRTVE</i>	https://www.rtve.es/noticias/verificartve	2020	5	No

Fuente: elaborado a partir de las entrevistas con las plataformas de verificación.

Para responder a las preguntas de investigación, se realizan 6 entrevistas en profundidad semiestructuradas a profesionales de la verificación que trabajan en estas organizaciones y que ocupan puestos de responsabilidad como editores y responsables de sección: Pablo Hernández (coordinador de Investigación Académica de *Maldita.es*); Irene Larraz (directora de *Newtral Educación* y coordinadora de la sección *Fact-checking Político y Datos*); Sergio Hernández (director de *EFE Verifica*); Borja Díaz-Merry (director de *VerificaRTVE*); Adrià Laborda (fact-checker en *AFP Factual España* y responsable de la división catalana *AFP Comprovem*); y Javier Castillo (responsable de la sección de verificación política de *Verificat*). Las entrevistas, entre 60 y 120 minutos de duración, se realizaron entre febrero y principios de marzo de 2023 a través de la plataforma *Google Meet* debido a la diversidad geográfica que presentaba la muestra, con profesionales ubicados en distintos puntos de España. Todas las conversaciones fueron grabadas y posteriormente transcritas para ser analizadas. Después, se realizó una segunda ronda de entrevistas a finales de marzo de 2023 tras la aparición de *ChatGPT-4* para comprobar si sus percepciones sobre el uso del chatbot habían experimentado modificaciones.

Las entrevistas cualitativas representan una técnica de investigación valiosa porque permiten ir al “corazón de la cuestión” y suponen una buena oportunidad para entender, reflexionar y profundizar sobre temas y cuestiones que no pueden ser observadas o accesibles fácilmente (Tracy, 2020, p. 79). Las entrevistas en profundidad facilitan también evidencias sobre el contexto y el origen en el que surge un fenómeno a estudiar, enriqueciéndose de la visión interna de las personas que tienen una experiencia directa sobre él (Miller; Glassner, 2016). Además, han sido un método ampliamente usado en estudios de *fact-checking* recientes en el contexto español e internacional. Por ejemplo, las investigaciones de Martínez-García y Ferrer (2023); Sánchez-González, Sánchez-Gonzales y Martínez-Gonzalo (2022); Moreno-Gil, Ramon-Vegas y Mauri-Ríos (2022); Singer (2021); Graves y Anderson (2020); López-Pan y Rodríguez-Rodríguez (2020); y Palomo y Sedano-Amundarain (2018).

Las entrevistas fueron de carácter semiestructurado para garantizar cierta libertad a los informantes y las preguntas formuladas se organizaron en distintos bloques temáticos, que se especifican a continuación: uso realizado de *ChatGPT*, inconvenientes y ventajas percibidas, prestaciones y usos deseados, e implicaciones profesionales identificadas. Después de la transcripción de cada entrevista, se aplicó el método comparativo constante (Wimmer; Dominick, 2013). Los datos obtenidos se asignaron a categorías y, tras un análisis inicial, las categorías establecidas fueron refinadas, así como las relaciones y temas detectados, con el objetivo de identificar las cuestiones más recurrentes.

4. Resultados

Atendiendo a la visión de los profesionales de la verificación entrevistados, *ChatGPT-3.5* presenta ambivalencias destacables en su uso aplicado a la verificación informativa. Por un lado, los profesionales de la verificación perciben inconvenientes significativos en aspectos tales como el uso y la fiabilidad de las fuentes; el entrenamiento, procesamiento y alcance de los datos usados por el chatbot; y en la producción y el formato de las respuestas generadas. Sin embargo, también hay profesionales que visualizan como útil su uso como recurso auxiliar en tareas de recolección de información (*reporting*), detección de falsedades (*detection*) y producción de desmentidos (*debunking*).

La viralización de *ChatGPT* también genera implicaciones significativas para la figura de los *fact-checkers* en relación con sus rutinas de trabajo, que –según sus percepciones– pueden verse dificultadas, reforzadas o ampliadas. A continuación, se exponen los resultados estructurados en función de las preguntas de investigación. Previamente también se especifica el tipo de uso de *ChatGPT* que han realizado los profesionales entrevistados, y también si han usado su versión actualizada *ChatGPT-4*, que apareció mientras se realizaba la presente investigación.

4.1. Uso de *ChatGPT*

Todas las plataformas de verificación consultadas han hecho uso de *ChatGPT-3.5*, especialmente de forma interna para comprobar las prestaciones del chatbot. En cambio, el uso de *ChatGPT-4*, al ser de suscripción, no ha sido probado entre los profesionales consultados. Solo en *Maldita.es* el equipo de ingeniería ha empezado a probar la versión actualizada, pero sin resultados concluyentes.

Dos de las plataformas, *Maldita.es* y *VerificaRTVE*, han compartido parte de las pruebas internas hechas con *ChatGPT-3.5* a través de piezas periodísticas públicas en sus webs en las que los lectores podían visualizar el tipo de preguntas he-

chas. En el caso de *Maldita.es* (2022), la pieza se publicó el 27 de diciembre de 2022 y se hizo a partir de una emisión en directo en la plataforma *Twitch*, dentro de la sección *Maldita Twitchería*, en la que invitaron a expertos del ámbito de la computación para debatir sobre el uso del chatbot. Los *prompts* –entradas de información introducidas en el chatbot– se orientaron a cuestiones de entretenimiento y consultas matemáticas como, por ejemplo, “Escribir una canción al estilo de la cantante Rosalía”, “Hablar sobre el libro *La máquina del tiempo*” e “Identificar si el número 9 es un número primo”. Todas las consultas fueron en español. Pablo Hernández (entrevista en profundidad realizada los días 20 febrero 2023 y 28 marzo 2023) explica que internamente como verificadores en *Maldita.es* también han hecho algunas pruebas a título personal, aunque con “búsquedas básicas”, y que el equipo de ingeniería de la plataforma también ha probado la versión de *ChatGPT-4*, aunque aún sin resultados significativos.

En el caso de *VerificaRTVE* (2023), la plataforma publicó el 27 de enero de 2023 una pieza en su web con pruebas hechas con *ChatGPT-3.5*. En este caso, las consultas estuvieron relacionadas con desinformaciones desmentidas sobre la vacunación de la Covid-19 como, por ejemplo, si “¿Las vacunas contra la Covid-19 contienen grafeno?”. Los *prompts* se introdujeron en español y en inglés para detectar posibles sesgos en función de la lengua, pero no detectaron “fallos”. Según Borja Díaz-Merry (entrevista en profundidad, 2 marzo 2023),

“esto nos generó cierta confianza, aunque con prudencia ya que tenemos que experimentar más porque creemos que sí que podríamos detectar errores”.

Aun así, en la pieza que se publicó explicaron que habían constatado que *ChatGPT*

“reacciona para desmentir contenidos falsos con datos de fuentes fiables”.

En *Newtral*, las pruebas internas también se han centrado en comprobar si el chatbot era capaz de detectar falsedades sobre temas que previamente habían verificado en la plataforma, así como en “analizar de qué manera *ChatGPT* puede fabricar la materia prima para crear un bulo” (Irene Larraz, entrevista en profundidad, 16 febrero 2023). Según Larraz, la prueba evidenció la capacidad de “sofisticación” de la herramienta para fabricar desinformación.

Por su parte, en *AFP Factual España* han interrogado al chatbot sobre la veracidad de unas imágenes de “un supuesto perro rescatista en los terremotos de Siria y Turquía del 6 de febrero de 2023”, aunque no obtuvieron una respuesta “satisfactoria” (Adrià Laborda, entrevista en profundidad, 16 febrero 2023). Finalmente, en *Verificat* y *EFE Verifica* las consultas se han orientado a cuestiones relativas a la búsqueda de referencias bibliográficas para comprobar una verificación y también a cuestiones de cultura general como si “¿Es cierto que el hombre ha llegado a la Luna?”, hecho que el chatbot confirmó.

4.2. Inconvenientes y ventajas detectadas

El desconocimiento en la procedencia de las fuentes usadas por *ChatGPT*, así como su tipología, se percibe como la principal desventaja en su aplicación en el campo de la verificación informativa. Así mismo, también genera desconfianza la imposibilidad de discernir entre hechos fundamentados en conocimiento empírico y fabulaciones producto de la inteligencia artificial –las llamadas alucinaciones–:

“No te especifica qué parte del texto está basado en hechos reales y qué otra ha sido inventada por la máquina” (Sergio Hernández, *EFE Verifica*).

La demanda de fuentes científicas específicas también presenta problemas. Tal y como afirma Javier Castillo (*Verificat*),

“Le pides referencias para una verificación sobre energía nuclear y se las inventa, te las escribe en formato APA, pero a lo mejor hay artículos o autores que no existen”.

En este sentido, la verosimilitud con la que el chatbot genera sus respuestas es percibida como otro inconveniente, especialmente como un aliciente para producir desinformación y complicar su detección. Los verificadores apuntan que la coherencia y la corrección textual que *ChatGPT* exhibe en sus respuestas puede generar narrativas desinformadoras más efectivas, tanto por la elaboración de discursos argumentativamente más consistentes y convincentes como por la redacción de textos desinformativos que pasen desapercibidos por ser lingüísticamente correctos. Así, *ChatGPT* puede usarse para

“crear la materia prima de un bulo y replicarla en formatos textuales y lenguas distintas”, y también para “generar mensajes fraudulentos de suplantación tipo phishing” (Irene Larraz, *Newtral*).

La amplificación de la desinformación en *ChatGPT* también puede darse por su alto grado de accesibilidad. Según las percepciones de los profesionales, la posibilidad de que múltiples actores utilicen el chatbot sin ningún tipo de supervisión también puede facilitar la producción de falsedades:

“Una vez que abres el chatbot a la población te encuentras en un escenario en el que, si la herramienta cae en manos de gente que quiere generar el caos, la creación de desinformación y confusión puede ser imparable” (Pablo Hernández, *Maldita.es*).

Aun así, para otros profesionales como Borja Díaz-Merry (*VerificaRTVE*) la accesibilidad que presenta también es vista como un aspecto positivo, puesto que

“el entrenamiento ciudadano también puede perfeccionar la herramienta”.

Al hilo de esta reflexión, Hernández (*Maldita.es*) apunta que la viralización de *ChatGPT* también puede actuar como catalizador de más innovaciones:

“La aparición de una tecnología siempre conlleva nuevos avances y la creación de prestaciones más específicas”.

El alcance de la base de datos con la que se ha entrenado *ChatGPT* también genera desconfianza entre el colectivo de los *fact-checkers*. Algunos profesionales como Borja Díaz-Merry (*VerificaRTVE*) perciben inconvenientes en la limitación temporal, fijada en 2021 para la versión de *ChatGPT-3.5*, y consideran que este “procesamiento de datos acotado” también “compromete el rigor y la profundidad de las respuestas”, que pueden “sobrevolar la superficialidad”. También hay *fact-checkers* como Irene Larraz (*Newtral*) que, al margen de este acotamiento temporal, detectan una limitación de tipo geográfico:

“He comprobado que en algunas piezas de *fact-checking* político de carácter más local, en la que imagino que el sistema no encuentra tanta información existente, hay más tendencia a equivocarse y a desinformar”.

El predominio del formato textual es visto como otra limitación para los profesionales de la verificación. Adrià Laborda (*AFP Factual España*) señala que *ChatGPT-3.5*

“no puede verificar ni imágenes ni vídeos”

y Borja Díaz-Merry (*VerificaRTVE*) también ve como inconveniente que no pueda procesar audios:

“Una de las practicas desinformativas más comunes que nos hemos encontrado son mensajes de audio falsos y *ChatGPT* tampoco nos puede ayudar en esta cuestión”.

Laborda (*AFP Factual España*) también añade como desventaja el hecho de que el chatbot tenga dificultades para detectar el humor y la ironía en un texto, puesto que “son elementos clave en algunas desinformaciones”.

Hay profesionales como Pablo Hernández (*Maldita.es*) y Sergio Hernández (*EFE Verifica*) que sí que visualizan posibles usos de *ChatGPT* como herramienta auxiliar en la fase de detección de la desinformación. En este sentido, consideran que *ChatGPT* puede ser útil a la hora de detectar patrones y narrativas desinformadoras que circulan por Internet, al haber “procesado grandes cantidades de datos en la red que pueden ser no verídicos”. Incluso, Hernández (*Maldita.es*) señala que la detección de discursos desinformativos existentes a través de *ChatGPT* también puede ayudar a los verificadores a producir desmentidos mejor adaptados a estas narrativas predominantes:

“Una vez que conocemos estos discursos, podemos generar contenidos más específicos y centrados a desmentir estas desinformaciones”.

Por lo tanto, más allá del estadio de detección de la desinformación (*detection*), *ChatGPT* también se percibe como un recurso auxiliar en la fase de producción de verificaciones (*debunking*).

En este sentido, Adrià Laborda (*AFP Factual España*) también ve posibles usos en fases más tempranas del proceso de trabajo como, por ejemplo, en la recolección de información (*reporting*). Así, para este profesional, *ChatGPT* puede usarse para buscar “información sintética de contexto sobre un hecho de forma rápida” que ayude a ganar tiempo y a completar el fragmento de alguna pieza a modo de contextualización, aunque “siempre bajo la revisión del profesional”. En opinión de Irene Larraz (*Newtral*) también puede ser útil en la obtención de información instructiva, puesto que

“puede ofrecer pistas, indicaciones y orientaciones iniciales sobre cómo empezar a verificar un contenido”.

Tabla 2. Inconvenientes y ventajas percibidas sobre el uso de *ChatGPT* en la verificación de información.

Inconvenientes	Ventajas
<p>Opacidad en las fuentes</p> <ul style="list-style-type: none"> Desconocimiento de la procedencia y uso de las fuentes. Dificultad en la identificación entre hechos reales y “alucinaciones”. 	<p>Facilidad en la recolección de información</p> <ul style="list-style-type: none"> Informaciones sintéticas y rápidas que pueden aportar datos de contexto. Datos básicos de carácter instructivo que pueden servir de orientación para iniciar una verificación.
<p>Sofisticación y amplificación de la desinformación</p> <ul style="list-style-type: none"> Textos verosímiles, pero no verídicos. “Entrenamiento ciudadano”. Procesamiento de datos indiscriminado. Replicabilidad de un mismo contenido en estructuras textuales y lenguas distintas. 	<p>Actualización y “autoaprendizaje”</p> <ul style="list-style-type: none"> Accesibilidad ciudadana puede entrenar y mejorar las prestaciones del chatbot. Desarrollo de <i>ChatGPT</i> potencia la aparición de herramientas más específicas.
<p>Tamaño muestral restringido</p> <ul style="list-style-type: none"> Procesamiento de datos temporalmente acotado. Limitaciones geográficas. Superficialidad en las respuestas. 	<p>Identificación de desinformación online</p> <ul style="list-style-type: none"> Posibilidad de detectar patrones y narrativas desinformadoras presentes en Internet.
<p>Predominio del formato textual</p> <ul style="list-style-type: none"> Dificultad para verificar contenidos no textuales. Dificultad para identificar el tono textual. 	<p>Verificaciones mejor adaptadas discursivamente</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificación y conocimiento de narrativas desinformadoras que circulan en Internet puede facilitar la elaboración de desmentidos más efectivos.

Fuente: elaborado a partir de las entrevistas con las plataformas de verificación.

No obstante, también señala que la experticia de los profesionales de la verificación debe quedar siempre en primer plano.

A continuación, se sintetizan los principales hallazgos encontrados como inconvenientes y ventajas del uso de *ChatGPT* en la verificación informativa (tabla 2).

4.3. Prestaciones y usos deseados

Entre los profesionales de la verificación hay un consenso generalizado en afirmar que *ChatGPT* podría usarse en el proceso de verificación si sobre todo fuera transparente y fiable en el uso de las fuentes informativas. Así mismo, el colectivo de los *fact-checkers* también optaría por su uso de forma profesional si ofreciera “más rigor y argumentación en las respuestas”, además de prestaciones más adaptadas a sus rutinas de trabajo como, por ejemplo, la posibilidad de identificar y procesar contenidos audiovisuales.

Más allá de preferir una mayor especialización de la herramienta en términos de producción de contenido, los *fact-checkers* también visualizarían *ChatGPT* como un recurso útil en su trabajo si tuviera una mayor profusión y alcance en los datos procesados. Es decir, si pudiera ampliar la muestra de datos con la que ha sido entrenado, si tuviera capacidad de anticipación, y también más prestaciones de monitorización y de detección de contenido desinformativo, especialmente centradas a ganar tiempo y capacidad de respuesta en el proceso de *debunking*. A continuación, se recogen algunas de las percepciones identificadas en este ámbito por parte de los profesionales consultados:

“Me gustaría que *ChatGPT* pudiera ayudarnos cuando aún no hay ningún artículo publicado en Internet sobre un contenido concreto” (Adrià Laborda, *AFP Factual España*).

“Sería ideal que tuviera un sistema para analizar más contenidos y que permitiera monitorer de alguna forma informaciones que aparecen en distintas páginas web o incluso en redes sociales” (Pablo Hernández, *Maldita.es*).

“Sería interesante que le pudieras introducir un texto y te identificara qué *claims* pueden ser verificables y cuáles no, así ganaríamos mucho más tiempo” (Javier Castillo, *Verificat*).

“*ChatGPT* y *OpenAI* no nos han venido a preguntar nada a los verificadores de información y justamente necesitamos herramientas de producción y monitorización informativa más adaptadas a nuestro trabajo que nos permitan ganar tiempo y alcance” (Irene Larraz, *Newtral*).

“Las respuestas que ofrece son coherentes y están argumentadas, pero como verificador exijo bastante más profundidad para poder confiar en esta herramienta, y también más transparencia en el uso de las fuentes” (Borja Díaz-Merry, *VerificaRTVE*).

4.4. Implicaciones para los profesionales

La viralización de *ChatGPT* como herramienta de producción informativa de alcance ciudadano tiene un impacto significativo no solo en el trabajo de los verificadores, sino también en su rol como profesionales. Así lo perciben la mayoría de *fact-checkers* consultados, que identifican tres implicaciones evidentes para su trabajo.

Consideran que la irrupción de *ChatGPT* implica un refuerzo de su tarea como profesionales de la verificación porque la viralización de esta inteligencia artificial “refuerza el criterio y la inteligencia humana” (Adrià Laborda, *AFP Factual España*), que se mantiene y consolida como “imprescindible” en cualquier proceso de verificación informativa. Así, creen que el lanzamiento en abierto del chatbot reivindica la concepción de los *fact-checkers* como “agentes de contexto” (Pablo Hernández, *Maldita.es*). En este sentido, *ChatGPT* queda situada como “una herramienta auxiliar” (Irene Larraz, *Newtral*), supeditada siempre al criterio humano del verificador en el proceso de detección y desmentido.

La viralización del chatbot también supone para los verificadores una complicación de su tarea profesional en ser una herramienta de uso ciudadano que puede facilitar la producción y sofisticación de desinformación a través de la elaboración de textos verosímiles y lingüísticamente correctos. Además, al no identificar la procedencia y uso de las fuentes, el proceso de comprobación se ve más dificultado.

Algunos profesionales también consideran que la aparición de *ChatGPT* amplía las competencias y habilidades que deben dominar los *fact-checkers* porque

“obliga a un mayor trabajo en equipo no solo en una misma plataforma, sino entre organizaciones” (Sergio Hernández, *EFE Verifica*)

para compartir conocimientos y herramientas que puedan ser útiles para su uso. Así mismo, exige

“flexibilidad, adaptación y más dedicación a los profesionales” (Borja Díaz-Merry, *VerificaRTVE*).

Además, para otros también conlleva un cambio en la concepción del mismo rol del *fact-checker*, que se sitúa y consolida más allá de la simple comprobación de datos. Según afirma Pablo Hernández (*Maldita.es*),

“No se trata de limitarnos a verificar datos, sino de luchar contra la desinformación en un sentido amplio. No solamente es coger un contenido, cada vez más convincente y mejor escrito, y desmentirlo, sino aportar contexto y explicarlo mejor para que no queden dudas”.

La experimentación con el chatbot podría ayudar a identificar distintas versiones textuales de un mismo contenido desinformativo

En este sentido, Hernández (*Maldita.es*) también reivindica las acciones de educación mediática que realizan numerosas plataformas de verificación, y sugiere ampliarlas al uso de *ChatGPT* con materiales didácticos y formativos de carácter ciudadano.

5. Discusión y conclusiones

Las habilidades y competencias de verificación en el periodismo evolucionan con los cambios tecnológicos (Himma-Kadakas; Ojamets, 2022). Así, *ChatGPT* y sus actualizaciones presentan numerosos retos y desafíos a afrontar por parte de los *fact-checkers*, que perciben en la irrupción del chatbot cambios significativos para sus rutinas profesionales como, por ejemplo, la sofisticación de falsedades en todas sus vertientes, que acentúan el desorden informativo (Wardle; Derakhshan, 2017) y también la difusión de contenidos manipulados y de propaganda (Tandoc Jr; Lim; Ling, 2018).

Esto exige a los *fact-checkers* más dedicación, adaptabilidad y colaboración profesional en un nuevo ecosistema desinformativo que puede verse perfeccionado y acelerado con el uso de la inteligencia artificial (Franganillo, 2022). Especialmente también por el “entrenamiento ciudadano” al que se ha sometido algunas de sus prestaciones. Aun así, esta apertura y accesibilidad también puede verse de modo ambivalente, como una posibilidad de refinamiento tecnológico que conduzca a mejores funcionalidades y a la aparición de nuevas herramientas que suplan las actuales desventajas.

En respuesta a la primera pregunta de investigación (P1), el lanzamiento en abierto de *ChatGPT* supone un campo nuevo a explorar para los *fact-checkers*. Según los resultados obtenidos, y aunque se detectan más inconvenientes que ventajas, se perciben posibles aspectos positivos en el uso del chatbot a la hora de detectar patrones y narrativas desinformativas, así como en la identificación de mutaciones textuales y lingüísticas en una misma falsedad. De esta forma, un uso de *ChatGPT* como herramienta auxiliar en este campo podría contribuir a determinadas rutinas profesionales de la verificación como, por ejemplo, en la fase de localizar afirmaciones falsas (Graves, 2017).

Si bien es cierto que en la versión más extendida de *ChatGPT* aún no es posible ir al origen de la falsedad por falta de transparencia en el uso de las fuentes, la experimentación con el chatbot sí que podría ayudar a reseguir distintas versiones textuales de un mismo contenido desinformativo. Este conocimiento permitiría, a su vez, conocer con más profundidad los patrones operacionales de la desinformación y, como apuntan los resultados de nuestro estudio, poder realizar verificaciones más ajustadas a la naturaleza de los contenidos a desmentir. La irrupción de *ChatGPT* reforzaría también la concepción del rol de los *fact-checkers* desde un punto de vista epistemológico, puesto que la posibilidad de identificar los distintos formatos textuales que puede adquirir una falsedad podría consolidar su imperativo profesional, consistente en señalar las mentiras en todas sus facetas (Graves, 2016).

De acuerdo con los resultados, otro aspecto positivo percibido en el uso de *ChatGPT* es la posibilidad de recolectar información de contexto de forma rápida y sintética. El chatbot podría ser de utilidad en otra fase del proceso de producción periodística como es la del *reporting* o búsqueda de información, y podría contribuir a agilizar algunas rutinas profesionales en este ámbito.

Los posibles usos de *ChatGPT* identificados por los *fact-checkers* serían sobre todo de carácter auxiliar, y bajo la atenta supervisión de figuras profesionales. Para que *ChatGPT* fuera una herramienta incorporada de forma regular en las rutinas de verificación también sería necesaria una mayor transparencia y fiabilidad en el uso de sus fuentes, prestaciones en la verificación de contenidos audiovisuales, y más rigor y profusión en las respuestas generadas. Desde la perspectiva de los verificadores, dichas funcionalidades serían clave para maximizar la utilidad de *ChatGPT* en la práctica del *fact-checking* (P2).

Para la mayoría de los profesionales de la verificación la irrupción de *ChatGPT* viene a reforzar su rol como *fact-checkers* y a acentuar un cambio de paradigma en su función profesional (P3). Los resultados concuerdan con investigaciones previas sobre percepciones de los profesionales de la información acerca de la introducción de la IA en sus rutinas profesionales, y en las que los informadores tienden a reivindicar su labor y criterio humano, además de presentarse como supervisores de estas nuevas herramientas (Noain-Sánchez, 2022).

Más allá de la comprobación de datos, los verificadores se perciben en este nuevo ecosistema como “agentes de contexto” capaces de poner luz a la oscuridad desinformativa, cada vez más sofisticada. La irrupción de *ChatGPT* también les obliga a diversificar aún más sus ámbitos de actuación en la lucha contra la desinformación y a acelerar la realización de acciones de educación mediática que empoderen la ciudadanía en un uso responsable de la inteligencia artificial.

Pese a que esta investigación cubre a todas las plataformas de verificación españolas acreditadas y que se han entrevistado a sus responsables, cabe tener en cuenta que el estudio se ha limitado al contexto español. También es importante destacar que las entrevistas realizadas se circunscriben a un rango temporal concreto, supeditado a cambios tecnológicos constantes. Sin embargo, este estudio ahonda en nuevas vías de investigación en el ámbito de la verificación informativa, con la irrupción de nuevas herramientas que impactan directamente en su actividad. Se trata, pues, de una temática que se debe seguir trabajando de manera permanente con la elaboración de investigaciones que también permitan otros enfoques como, por ejemplo, perspectivas comparativas y transnacionales.

“ La irrupción de *ChatGPT* refuerza el rol de los *fact-checkers* como agentes de contexto ”

6. Referencias

- Adami, Marina** (2023). "Is ChatGPT a threat or an opportunity for journalism? Five AI experts weigh in". *Reuters Institute*, 23 March.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/chatgpt-threat-or-opportunity-journalism-five-ai-experts-weigh>
- Arias-Jiménez, Bryan; Rodríguez-Hidalgo, Claudia; Mier-Sanmartín, Catalina; Coronel-Salas, Gabriela** (2023). "Use of chatbots for news verification". In: López-López, Paulo-Carlos; Barredo, Daniel; Torres-Toukoumidis, Ángel; De-Santis, Andrea; Avilés, Óscar (eds.). *Communication and applied technologies. Smart innovation, systems and technologies*. Singapur: Springer Nature, v. 318, pp. 133-143. ISBN: 978 981 19 6347 6
https://doi.org/10.1007/978-981-19-6347-6_12
- Arvanitis, Lorenzo; Sadeghi, McKenzie; Brewster, Jack** (2023). "Despite OpenAI's promises, the company's new AI tool produces misinformation more frequently, and more persuasively, than its predecessor". *NewsGuard*, 15 March.
<https://www.newsguardtech.com/misinformation-monitor/march-2023>
- Beckett, Charlie** (2019). *New powers, new responsibilities: a global survey of journalism and artificial intelligence*. London School of Economics and Political Science.
<https://blogs.lse.ac.uk/polis/2019/11/18/new-powers-new-responsibilities>
- Bielik, Pavel; Višňovský, Ján** (2021). "Explanatory journalism. A new way how to communicate in digital era". *Media literacy and academic research*, v. 4, n. 1.
https://www.mlar.sk/wp-content/uploads/2021/04/2_Bielik_Visnovsky.pdf
- Boczkowski, Pablo** (2004). *Digitizing the news. Innovation in online newspapers*. Cambridge: MIT Press. ISBN: 978 02 62268 84 4
- Boden, Margaret A.** (2022). *Inteligencia artificial*. Madrid: Turner. ISBN: 978 84 18895 35 7
- Brennen, J. Scott; Howard, Philip N.; Nielsen, Rasmus Kleis** (2018). *An industry-led debate: how UK media cover artificial intelligence*. RISJ Fact-Sheet. Universidad de Oxford.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/industry-led-debate-how-uk-media-cover-artificial-intelligence>
- Brewster, Jack; Arvanitis, Lorenzo; Sadeghi, McKenzie** (2023). "The next great misinformation superspreader: how ChatGPT could spread toxic misinformation at unprecedented scale. *NewsGuard*, 6 January.
<https://www.newsguardtech.com/misinformation-monitor/jan-2023>
- Canavilhas, João** (2022). "Inteligencia artificial aplicada al periodismo: traducción automática y recomendación de contenidos en el proyecto 'A European Perspective' (UER)". *Revista latina de comunicación social*, n. 80.
<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1534>
- Carlson, Matt** (2015). "The robotic reporter: automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority". *Digital journalism*, v. 3, n. 3, pp. 416-431.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>
- Cavaliere, Paolo** (2021). "From journalistic ethics to fact-checking practices: defining the standards of content governance in the fight against disinformation". *Journal of media law*, v. 12, n. 2, pp. 133-165.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3769410>
- Cazalens, Sylvie; Lamarre, Philippe; Leblay, Julien; Manolescu, Ioana; Tannier, Xavier** (2018). "A content management perspective on fact-checking". In: *WWW'18 companion: the 2018 web conference companion*, pp. 565-574.
<https://doi.org/10.1145/3184558.3188727>
- Crawford, Kate** (2021). *The atlas of AI: power, politics and the planetary costs of artificial intelligence*. New Haven: Yale University Press. ISBN: 978 0 300 20957 0
- Cybenko, Anne K.; Cybenko, George** (2018). "AI and fake news". *IEEE intelligent systems*, n. 33.
<https://doi.org/10.1109/MIS.2018.2877280>
- Diakopoulos, Nicholas** (2019). *Automating the news: how algorithms are rewriting the media*. Cambridge: Harvard University Press. ISBN: 978 0 674 23930 2
- Dörr, Konstantin-Nicholas** (2016). "Mapping the field of algorithmic journalism". *Digital journalism*, v. 4, n. 6, pp. 700-722.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096748>
- Dwivedi, Yogesh K.; Kshetri, Nir; Hughes, Laurie; Slade, Emma Louise; ... Wright, Ryan** (2023). "Opinion paper: So what if ChatGPT wrote it? Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy". *International journal of information management*, v. 71, 102642.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642>

- Eloundou, Tyna; Manning, Sam; Mishkin, Pamela; Rock, Daniel** (2023). "GPTs are GPTs: an early look at the labor market impact potential of large language models". Artículo en proceso de publicación.
<https://arxiv.org/pdf/2303.10130.pdf>
- Fallis, Don** (2021). "The epistemic threat of deepfakes". *Philosophy and technology*, v. 34, pp. 623-643.
<https://doi.org/10.1007/s13347-020-00419-2>
- Ferrucci, Patrick; Perreault, Gregory** (2021). "The liability of newness: journalism, innovation and the issue of core competencies". *Journalism studies*, v. 22, n. 11, pp. 1436-1449.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1916777>
- Flores-Vivar, Jesús-Miguel** (2019). "Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots". *Doxa comunicación*, n. 29, pp. 197-212.
<https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a10>
- Flores-Vivar, Jesús-Miguel** (2020). "Datos masivos, algoritmización y nuevos medios frente a desinformación y fake news. Bots para minimizar el impacto en las organizaciones". *Comunicación y hombre*, n. 16, pp. 101-114.
<https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2020.16.601.101-114>
- Floridi, Luciano; Chiriatti, Massimo** (2020). "GPT-3: its nature, scope, limits, and consequences". *Minds & machines*, n. 30, pp. 681-694.
<https://doi.org/10.1007/s11023-020-09548-1>
- Franganillo, Jorge** (2022). "Contenido generado por inteligencia artificial: oportunidades y amenazas". *Anuario ThinkEPI*, v. 16.
<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2022.e16a24>
- García-Avilés, José-Alberto; Carvajal-Prieto, Miguel; Arias-Robles, Félix** (2018). "Implantación de la innovación en los cibermedios españoles: análisis de las percepciones de los periodistas". *Revista latina de comunicación social*, n. 73, pp. 369-384.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1260>
- García-Marín, David** (2022). "Modelos algorítmicos y fact-checking automatizado. Revisión sistemática de la literatura". *Documentación de ciencias de la información*, v. 45, n. 1, pp. 7-16.
<https://doi.org/10.5209/dcin.77472>
- García-Vivero, Gloria; López-García, Xosé** (2021). "La verificación de datos en Europa. Análisis de 5 iniciativas europeas: Maldita.es, Newtral, Pagella Política, Les Décodeurs y BBC Reality Check". *AdComunica*, pp. 235-264.
<https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.12>
- Gómez-de-Ágreda, Ángel; Feijóo, Claudio; Salazar-García, Idoia-Ana** (2021). "Una nueva taxonomía del uso de la imagen en la conformación interesada del relato digital. Deep fakes e inteligencia artificial". *Profesional de la información*, v. 30, n. 2, e300216.
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.16>
- Grau, Mel** (2020). "New WhatsApp chatbot unleashes power of worldwide fact-checking organizations to fight COVID-19 misinformation on the platform". *International Fact-Checking Network (IFCN), Poynter Institute*, 4 May.
<https://www.poynter.org/fact-checking/2020/poynters-international-fact-checking-network-launches-whatsapp-chatbot-to-fight-covid-19-misinformation-leveraging-database-of-more-than-4000-hoaxes>
- Graves, Lucas** (2016). *Deciding what's true. The rise of political fact-checking in American journalism*. New York: Columbia University Press. ISBN: 978 0 231175067
- Graves, Lucas** (2017). "Anatomy of a fact check: objective practice and the contested epistemology of fact checking". *Communication, culture and critique*, v. 10, n. 3, pp. 518-537.
<https://doi.org/10.1111/cccr.12163>
- Graves, Lucas; Anderson, Christopher** (2020). "Discipline and promote: building infrastructure and managing algorithms in a 'structured journalism' project by professional fact-checking groups". *New media & society*, v. 22, n. 2, pp. 342-360.
<https://doi.org/10.1177/1461444819856916>
- Graves, Lucas; Cherubini, Federica** (2016). *The rise of fact-checking sites in Europe*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe>
- Guallar, Javier; Codina, Lluís; Freixa, Pere; Pérez-Montoro, Mario** (2020). "Desinformación, bulos, curación y verificación. Revisión de estudios en Iberoamérica 2017-2020". *Telos: Revista de estudios interdisciplinarios en ciencias sociales*, v. 22, n. 3, pp. 595-613.
<https://doi.org/10.36390/telos223.09>

- Guo, Zhijiang; Schlichtkrull, Michael; Vlachos, Andreas** (2022). "A survey on automated fact-checking". *Transactions of the association for computational linguistics*, v. 10, pp. 178-206.
https://doi.org/10.1162/tacl_a_00454
- Gupta, Ashish; Li, Han; Farnoush, Alireza; Jiang, Wenting** (2022). "Understanding patterns of COVID infodemic: a systematic and pragmatic approach to curb fake news". *Journal of business research*, v. 140, pp. 670-683.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.11.032>
- Hameleers, Michael; Van-der-Meer, Toni G. L. A.** (2020). "Misinformation and polarization in a high-choice media environment: how effective are political fact-checkers?". *Communication research*, v. 47, n. 2, pp. 227-250.
<https://doi.org/10.1177/0093650218819671>
- Hassan, Naeemul; Adair, Bill; Hamilton, James T.; Li, Chengkai; Tremayne, Mark; Yang, Jun; Yu, Cong** (2015). "The quest to automate fact-checking". In: *Proceedings of the 2015 computation + journalism symposium*. Columbia University.
<http://cj2015.brown.columbia.edu/papers/automate-fact-checking.pdf>
- Herrero, Esperanza; Herrera-Damas, Susana** (2021). "El fact-checking hispanohablante: competencias, dificultades y propuestas de mejora desde la perspectiva de sus profesionales". *Profesional de la información*, v. 30, n. 6, e300612.
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.12>
- Himma-Kadakas, Marju; Ojams, Indrek** (2022). "Debunking false information: investigating journalists' fact-checking skills". *Digital journalism*, v. 10, n. 5, pp. 866-887.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2043173>
- Holman, Lynette; Perreault, Gregory** (2023). "Diffusion of innovations in digital journalism: technology, roles, and gender in modern newsrooms". *Journalism*, v. 24, n. 5, pp. 938-957.
<https://doi.org/10.1177/14648849211073441>
- Jamil, Sadia** (2020). "Artificial intelligence and journalistic practice: the crossroads of obstacles and opportunities for the Pakistani journalists". *Journalism practice*, v. 15, n. 10, pp. 1400-1422.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1788412>
- Kasneji, Enkelejda; Sessler, Kathrin; Küchemann, Stefan; Bannert, Maria; Dementieva, Daryna; Fischer, Frank; ... Kasneji, Gjergji** (2023). "ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education". *Learning and individual differences*, v. 103, 102274.
<https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274>
- Lichterman, Joseph** (2017). "Want to bring automation to your newsroom? A new AP report details best practices". *NiemanLab*, 5 April.
<https://www.niemanlab.org/2017/04/want-to-bring-automation-to-your-newsroom-a-new-ap-report-details-best-practices>
- Liu, Tianyu; Zhang, Yizhe; Brockett, Chris; Mao, Yi; Sui, Zhifang; Chen, Weizhu; Dolan, Bill** (2022). "A token-level reference-free hallucination detection benchmark for free-form text generation". In: *Proceedings of the 60th annual meeting of the Association for Computational Linguistics*, pp. 6723-6737.
<https://doi.org/10.18653/v1/2022.acl-long.464>
- López-Pan, Fernando; Rodríguez-Rodríguez, Jorge-Miguel** (2020). "El fact-checking en España. Plataformas, prácticas y rasgos distintivos". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 26, n. 3, pp. 1045-1065.
<https://doi.org/10.5209/esmp.65246>
- Maldita.es* (2022). "Probamos ChatGPT en un directo en Twitch: ¿cómo debemos interpretar las respuestas que nos da este programa de inteligencia artificial?". *Maldita.es*, 27 diciembre.
<https://maldita.es/malditatecnologia/20221227/chatgpt-twitch-prueba-respuestas-desinformacion>
- Malik, Kenan** (2018). "Fake news has a long history. Beware the state being keeper of the truth". *The Guardian*, 11 February.
<https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/feb/11/fake-news-long-history-beware-state-involvement>
- Manfredi-Sánchez, Juan Luis; Ufarte-Ruiz, María-José** (2020). "Inteligencia artificial y periodismo: una herramienta contra la desinformación". *Revista Cidob d'afers internacionals*, n. 124, pp. 49-72.
<https://doi.org/10.24241/rcai.2020.124.1.49>
- Marconi, Francesco** (2020). *Newsmakers. Artificial intelligence and the future of journalism*. New York: Columbia University Press. ISBN: 978 0 231 19137 1
- Martínez-García, Luisa; Ferrer, Iliana** (2023). "Fact-checking journalism: a palliative against the COVID-19 infodemic in Ibero-America". *Journalism & mass communication quarterly*, v. 100, n. 2, pp. 264-285.
<https://doi.org/10.1177/10776990231164168>

- McIntyre, Karen Elizabeth; Lough, Kyser** (2021). "Toward a clearer conceptualization and operationalization of solutions journalism". *Journalism*, v. 22, n. 6, 1558-1573.
<https://doi.org/10.1177/1464884918820756>
- Miller, Jody; Glassner, Barry** (2016). "The 'inside' and the 'outside': finding realities in interviews". In: Silverman, David (ed.). *Qualitative research*. London: Sage. ISBN: 978 1 529 71297 1
- Moreno-Gil, Victoria; Ramon-Vegas, Xavier; Mauri-Ríos, Marcel** (2022). "Bringing journalism back to its roots: examining fact-checking practices, methods, and challenges in the Mediterranean context". *Profesional de la información*, v. 31, n. 2, e310215.
<https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.15>
- Moreno-Gil, Victoria; Ramon-Vegas, Xavier; Rodríguez-Martínez, Ruth** (2021). "Fact-checking interventions as counter-offensives to disinformation growth: Standards, values, and practices in Latin America and Spain". *Media and communication*, v. 9, n. 1, pp. 251-263.
<https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3443>
- Morrish, Lydia** (2023). Fact-checkers are scrambling to fight disinformation with AI. *The wired*, 1 February.
<https://www.wired.co.uk/article/fact-checkers-ai-chatgpt-misinformation>
- Noain-Sánchez, Amaya** (2022). "Addressing the impact of artificial intelligence on journalism: the perception of experts, journalists and academics". *Communication & society*, v. 35, n. 3, pp. 105-121.
<https://doi.org/10.15581/003.35.3.105-121>
- Oelrichs, Inga** (2023). "Adoption of innovations in digital sports journalism: the use of Twitter by German sports journalists". *Communication & sport*, v. 11, n. 2, pp. 288-312.
<https://doi.org/10.1177/2167479520961786>
- Öhman, Carl** (2020). «Introducing the pervert's dilemma: a contribution to the critique of deepfake pornography". *Ethics and information technology*, v. 22, pp. 133-140.
<https://doi.org/10.1007/s10676-019-09522-1>
- Organización Mundial de la Salud (2020). *Let's flatten the infodemic curve*
<https://www.who.int/en/news-room/spotlight/let-s-flatten-the-infodemic-curve>
- Palomo, Bella; Sedano-Amundarain, Jon Ander** (2018). "WhatsApp como herramienta de verificación de fake news. El caso de B de Buló". *Revista latina de comunicación social*, v. 73, pp. 1384-1397.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1312>
- Pasquetto, Irene V.; Jahani, Eaman; Atreja, Shubham; Baum, Matthew** (2022). "Social debunking of misinformation on WhatsApp: the case for strong and in-group ties". *Proceedings of the ACM on human-computer interaction*, v. 6.
<https://doi.org/10.1145/3512964>
- Peña-Fernández, Simón; Meso-Ayerdi, Koldobika; Larrondo-Ureta, Ainara; Díaz-Noci, Javier** (2023). "Without journalists, there is no journalism: the social dimension of generative artificial intelligence in the media". *Profesional de la información*, v. 32, n. 2.
<https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.27>
- Pérez-Dasilva, Jesús-Ángel; Meso-Ayerdi, Koldobika; Mendiguren-Galdospín, Terese** (2020). "Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter". *Profesional de la información*, v. 29, n. 3.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>
- Pérez-Seoane, Jesús; Corbacho-Valencia, Juan-Manuel; Dafonte-Gómez, Alberto** (2023). "Análisis de las publicaciones con mayor repercusión en Facebook de los fact-checkers iberoamericanos en 2021". *Icono 14. Revista científica de comunicación y tecnologías emergentes*, v. 21, n. 1.
<https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1951>
- Ramon-Vegas, Xavier; Mauri-Ríos, Marcel; Rodríguez-Martínez, Ruth** (2020). "Redes sociales y plataformas de fact-checking contra la desinformación sobre la COVID-19". *Hipertext.net*, v. 21, pp. 79-92.
<https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.07>
- Redondo, Myriam** (2018). *Verificación digital para periodistas. Manual contra bulos y desinformación internacional*. Barcelona: Editorial UOC. ISBN: 978 84 9180 129 0
- Rodríguez-Pérez, Carlos** (2020). "Una reflexión sobre la epistemología del fact-checking journalism: retos y dilemas". *Revista de comunicación*, v. 19, n. 1, pp. 243-258.
<https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A14>

- Rojas-Torrijos, José-Luis; Toural-Bran, Carlos** (2019). "Periodismo deportivo automatizado. Estudio de caso de AnaFut, el bot desarrollado por *El Confidencial* para la escritura de crónicas de fútbol". *Doxa comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, n. 29, pp. 235-254.
<https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a12>
- Russell, Stuart; Norvig, Peter** (2022). *Artificial intelligence: a modern approach. Fourth ed.* London: Pearson Education. ISBN: 978 1 292 40117 1
- Salaverría, Ramón; Buslón, Nataly; López-Pan, Fernando; León, Bienvenido; López-Goñi, Ignacio; Erviti, María-Carmen** (2020). "Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19". *Profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290315.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Sánchez-García, Pilar; Merayo-Álvarez, Noemí; Calvo-Barbero, Carla; Díez-Gracia, Alba** (2023). "Spanish technological development of artificial intelligence applied to journalism: companies and tools for documentation, production and distribution of information". *Profesional de la información*, v. 32, n. 2, e320208.
<https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.08>
- Sánchez-Gonzales, Hada M.; Sánchez-González, María** (2017). "Los bots como servicio de noticias y de conectividad emocional con las audiencias. El caso de Politibot". *Doxa comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, v. 25, pp. 63-84.
<https://doi.org/10.31921/doxacom.n25a3>
- Sánchez-González, María; Sánchez-Gonzales, Hada M.; Martínez-Gonzalo, Sergio** (2022). "Inteligencia artificial en verificadores hispanos de la red IFCN: proyectos innovadores y percepción de expertos y profesionales". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 28, n. 4, pp. 867-879.
<https://doi.org/10.5209/esmp.82735>
- Singer, Jane B.** (2021). "Border patrol: the rise and role of fact-checkers and their challenge to journalists' normative boundaries". *Journalism*, v. 22, n. 8, pp. 1929-1946.
<https://doi.org/10.1177/1464884920933137>
- Soto-Sanfiel, María-Teresa; Ibiti, Adriana; Machado, Mabel; Marín-Ochoa, Beatriz-Elena; Mendoza-Michilot, María; Rosell-Arce, Claudio-Guillermo; Angulo-Brunet, Ariadna** (2022). "In search of the Global South: assessing attitudes of Latin American journalists to artificial intelligence in journalism." *Journalism studies*, n. 23, v. 10, pp. 1197-1224.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2075786>
- Stencel, Mark; Ryan, Erica; Luther, Joel** (2022). *Fact-checkers extend their global reach with 391 outlets, but growth has slowed.* Duke Reporters' Lab, 17 June.
<https://reporterslab.org/fact-checkers-extend-their-global-reach-with-391-outlets-but-growth-has-slowed>
- Sun, Mengru; Hu, Wencai; Wu, Yun** (2022). "Public perceptions and attitudes towards the application of artificial intelligence in journalism: from a China-based survey." *Journalism practice*.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2055621>
- Tandoc Jr., Edson C.; Lim, Zheng Wei; Ling, Richard** (2018). "Defining 'fake news'. A typology of scholarly definitions". *Digital journalism*, v. 6, n. 2, pp. 137-153.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Thorne, James; Vlachos, Andreas** (2018). "Automated fact checking: task formulations, methods and future directions". In: *Proceedings of the 27th International Conference on Computational Linguistics*, pp. 3346-3359.
<https://aclanthology.org/C18-1283>
- Tracy, Sarah J.** (2020). *Qualitative research methods. Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact.* Hoboken, New Jersey: Wiley Blackwell. ISBN: 978 1 405 19202 6
- Ufarte-Ruiz, María-José; Manfredi-Sánchez, Juan-Luis** (2019). "Algoritmos y bots aplicados al periodismo. El caso de Narrativa Inteligencia Artificial: estructura, producción y calidad informativa". *Doxa comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, v. 29, pp. 213-233.
<https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a11>
- Ufarte-Ruiz, María-José; Peralta-García, Lidia; Murcia-Verdú, Francisco-José** (2018). "Fact checking: un nuevo desafío del periodismo". *El profesional de la información*, v. 27, n. 4, pp. 733-741.
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.02>
- Unesco** (2018). *Journalism, fake news & disinformation: Handbook for journalism education and training.* Paris: Unesco. ISBN: 978 92 3 100281 6
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>

Van-Dalen, Arjen (2012). "The algorithms behind the headlines". *Journalism practice*, v. 6, n. 5-6, pp. 648-658.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667268>

Vara-Miguel, Alfonso; Amoedo-Casais, Avelino; Moreno-Moreno, Elsa; Negrodo-Bruna, Samuel; Kaufmann-Argueta, Jürg (2022). *Digital News Report España 2022*. Servicio de publicaciones de la Universidad de Navarra.
<https://doi.org/10.15581/019.2022>

VerificaRTVE (2023). "La inteligencia artificial de ChatGPT, a prueba frente a la desinformación y los bulos". *VerificaRTVE*, 27 enero.
<https://www.rtve.es/noticias/20230127/prueba-chat-gpt-frentedesinformacion/2418106.shtml>

Vizoso, Ángel; Vázquez-Herrero, Jorge (2019). "Fact-checking platforms in Spanish. Features, organisation and method". *Communication & society*, v. 32, n. 1, pp. 127-142.
<https://doi.org/10.15581/003.32.37819>

Wardle, Claire; Derakhshan, Hossein (2017). *Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Consejo de Europa.
<https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>

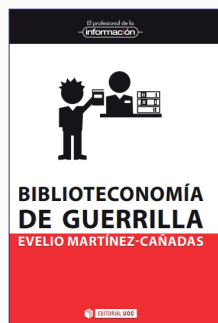
Wimmer, Roger D.; Dominick, Joseph R. (2013). *Mass media research: an introduction*. Belmont, California: Cengage Learning. ISBN: 978 1 133307334

Yousuf, Mohammad (2023). "Mediating the truth: Influences of routines on legacy news media fact-checking". *Journalism practice*.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2169187>

Colección de libros de bolsillo

El profesional de la información (Editorial UOC)

Últimos títulos publicados



Más información:

<https://www.profesionaldelainformacion.com/producto/libros-epi-uoc/>