

Para citar este artículo: Moreno Espinosa, P., Belamri, R., & Figuereo-Benítez, J. C. (2025). Los retos en la lucha contra las noticias falsas mediante inteligencia artificial en los canales de noticias de televisión en el mundo árabe. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 18(2). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.14271>

LOS RETOS EN LA LUCHA CONTRA LAS NOTICIAS FALSAS MEDIANTE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LOS CANALES DE NOTICIAS DE TELEVISIÓN EN EL MUNDO ÁRABE

Challenges in Combating Fake News Through Artificial Intelligence in Television News Channels in the Arab World

Os desafios no combate às notícias falsas por meio da inteligência artificial nos canais de notícias televisivas do mundo árabe

Pastora Moreno Espinosa, *Universidad de Sevilla (España)*

pamoreno@us.es

Ramdane Belamri, *Universidad de Sevilla (España)*

rambel@alum.us.es

Juan C. Figuereo-Benítez*, *Universidad de Sevilla (España)*

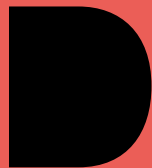
figuereo@us.es

Recibido: 6 de marzo de 2024

Aprobado: 23 de octubre de 2024

Fecha de publicación: 25 de febrero de 2025

* El autor Juan C. Figuereo-Benítez es beneficiario de un contrato predoctoral PIF financiado por el VI PPIT-US (Plan Propio de Investigación y Transferencia de la Universidad de Sevilla), que desarrolla en el Departamento de Periodismo II de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.



RESUMEN

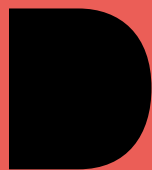
Las noticias falsas se han convertido en un problema frecuente y muy importante en el panorama mediático actual, y los canales de noticias de televisión no son una excepción. La difusión de información inexacta o falsa tiene a menudo consecuencias relevantes en la percepción pública y la toma de decisiones. Por lo tanto, un desafío importante es la verificación de la información transmitida también a través de los canales de televisión. Esta investigación trata los retos asociados a la difusión de noticias falsas en los canales de noticias y explora el potencial de la inteligencia artificial (IA) para poner solución a este fenómeno. A través de una metodología de investigación cualitativa para comparar la literatura teórica reciente en el campo del tratamiento de las noticias, se revisan investigaciones y bibliografía relacionadas con el concepto de *fake news* y la forma de afrontarlo, y se comparan con los avances e innovaciones actuales en el campo de la IA. Este análisis se complementa con la realización de entrevistas en profundidad a profesionales de canales de noticias de televisión y a expertos en el campo de la IA centrados en el mundo árabe.¹ El estudio revela que esta técnica en el campo de los medios y las noticias tiene el potencial de revolucionar la forma en que se producen, analizan y difunden las noticias; puede desempeñar un papel crucial en el análisis eficaz del contenido para detectar la desinformación; y los canales de noticias de televisión pueden mejorar su capacidad para filtrar y verificar el contenido de las noticias, garantizando su precisión y confiabilidad.

Palabras clave: noticias falsas; inteligencia artificial; canales de televisión; *mass media*; comunicación; nuevas tecnologías.

ABSTRACT

Fake news has become a prevalent and critical issue in today's media landscape, and television news channels are no exception. The dissemination of inaccurate or false information often has significant consequences for public perception and decision-making. Therefore, verifying information broadcasted through television channels represents a major challenge. This research addresses the challenges associated with the spread of fake news in news channels and explores the potential of artificial intelligence (AI) to address this phenomenon. Through a qualitative research methodology to compare recent theoretical literature in the field of news processing, studies and bibliographies related to the concept of fake news and strategies to address it are reviewed, and these are compared with current advancements and innovations in the field of AI. This analysis is complemented by in-depth interviews with television news professionals and AI experts focused on the Arab world. The study reveals that AI techniques in the media and news sectors have the potential to revolutionize how news is produced, analyzed, and disseminated. AI can play

1 Cuando se utiliza el término “mundo árabe” o “países árabes” en este estudio, se refiere al conjunto de naciones en el que el idioma árabe predomina y que están habitadas principalmente por pueblos de origen árabe. Este grupo de países abarca la mayor parte del Oriente Próximo, incluyendo toda la península arábiga, así como los Estados del Magreb y del Cuerno de África.



a crucial role in effectively analyzing content to detect misinformation, enabling television news channels to enhance their capacity to filter and verify news content, ensuring accuracy and reliability.

Keywords: Fake news; artificial intelligence; television channels; mass media; communication; new technologies.

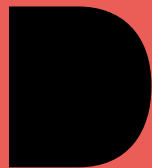
RESUMO

As notícias falsas tornaram-se problema frequente e muito importante no panorama midiático atual e os canais de notícias televisivas não são exceção. A difusão de informações imprecisas ou falsas tem, em geral, consequências importantes na percepção pública e na tomada de decisões. Portanto, desafio importante é a verificação das informações transmitidas também pelos canais de televisão. Esta pesquisa aborda os desafios associados à disseminação de notícias falsas em canais de notícias e explora o potencial da inteligência artificial (IA) para resolver esse fenômeno. A partir de uma metodologia de pesquisa qualitativa para comparar a literatura teórica recente no campo do tratamento de notícias, são revisadas pesquisas e bibliografia relacionadas ao conceito de notícias falsas e à forma de lidar com elas, e comparadas com os avanços e inovações atuais no campo da IA. Essa análise é complementada por entrevistas em profundidade com profissionais de canais de notícias de televisão e especialistas na área de IA com foco no mundo árabe. O estudo revela que essa técnica no domínio dos meios de comunicação social e das notícias tem o potencial de revolucionar a forma como as notícias são produzidas, analisadas e divulgadas, podendo desempenhar papel crucial na análise eficaz de conteúdos para detectar desinformação e, nesse sentido, os canais de notícias televisivas podem melhorar a sua capacidade de filtrar e verificar conteúdo noticioso, garantindo sua precisão e confiabilidade.

Palavras-chave: notícias falsas; inteligência artificial; canais de televisão; meios de comunicação de massa; comunicação; novas tecnologias.

Introducción

Las aplicaciones basadas en la inteligencia artificial (IA), en el campo de los medios de comunicación y las noticias, tienen el potencial de revolucionar la forma en que se producen, analizan y difunden las noticias (Peña-Fernández et al., 2023). Estas aplicaciones tienen la capacidad de acelerar los procesos de análisis y filtrado del contenido de las noticias, ayudando a determinar la fiabilidad y credibilidad de la información que se presenta (Sánchez, 2022).



Al automatizar la comprobación de hechos y la verificación de fuentes, los sistemas de IA pueden ser muy útiles a los periodistas en su trabajo y contribuir a un entorno informativo más fiable (Moreno et al., 2024).

Las redes sociales en internet y las interacciones en línea pueden proporcionar datos interesantes para analizar el impacto y la prevalencia de la desinformación y de las noticias falsas (Alonso-González & Sánchez, 2024; Flores-Vivar, 2019). Analizando los datos sociales y las interacciones de los usuarios, los investigadores pueden conocer mejor el alcance y la influencia de las noticias falsas en la ciudadanía e identificar estrategias para mitigar sus efectos.

Esta investigación se centra en explorar el uso de la IA para evitar la difusión de noticias falsas en los canales de televisión. A grandes rasgos, este estudio pretende arrojar luz sobre los retos que plantean las noticias falsas en el periodismo árabe y destacar el potencial de la IA para abordar estos problemas. Todo apunta a que, al aprovechar las tecnologías de IA e integrarlas con las prácticas periodísticas tradicionales, será posible crear un panorama mediático más fiable y fidedigno, lo que en última instancia beneficiará tanto a los canales de noticias como a la propia audiencia.

Problema de investigación

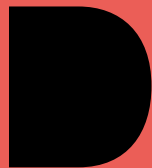
Actualmente vivimos en un mundo digital en el que la información fluye a un ritmo realmente alarmante, tanto es así que se acuñó el término de infoxicación (Niño et al., 2017), que se refiere a la sobrecarga informativa desde la llegada y masificación del internet y redes sociales. Sin embargo, esta ingente cantidad de información no siempre es objetiva, precisa o veraz. La desinformación y las noticias falsas se han convertido en un problema creciente en nuestra sociedad (Páez et al., 2024; Cárdenas-Rica et al., 2022). Su capacidad para difundirse rápidamente socava la confianza cada vez menor en la información y afecta significativamente la toma de decisiones individuales y colectivas (Castillo-Riquelme et al., 2021).

En 2020, se llevó a cabo una encuesta internacional en la que participaron individuos de más de 40 países, en la que el 73 % de ellos afirmaron haber encontrado noticias falsas en televisión (Cristancho, 2023). Sin embargo, este fenómeno no se limita a un país o región concretos, sino que se ha convertido en un problema global que afecta a toda la ciudadanía (Rodríguez, 2019).

Esta cuestión se ve agravada por el continuo desarrollo de la inteligencia artificial, que, aunque al principio parecía ser una tecnología que llegaba para mejorar todos los aspectos de la vida de los seres humanos, ahora se están señalando sus aspectos negativos. Esta tecnología es capaz de crear contenidos visuales y textuales cada vez más realistas y atractivos. Las imágenes creadas por la inteligencia artificial son indistinguibles de las reales, lo que dificulta a la gente corriente distinguir lo verdadero de lo falso (Oliver, 2021).

En este contexto, la intervención de empresas tecnológicas como Google es muy destacada. La creación de herramientas como SynthID es importante para mantener la exactitud de la información en línea. En la actualidad, existen ya estrategias y técnicas para que las personas puedan determinar la autenticidad de la información que encuentran en línea, ya sea una imagen ficticia, una publicación en las redes sociales o un sitio web.

Algunos periodistas y redacciones están defendiendo seguir una serie de recomendaciones para evitar las noticias falsas y la desinformación, como, por ejemplo, verificar la fuente, cotejar la información, evaluar la calidad de la redacción y el diseño, examinar las citas y fuentes, comprobar las fechas, utilizar herramientas de comprobación



de datos, analizar las redes sociales como fuente de difusión de noticias falsas, estar atentos al sensacionalismo, cuestionar las propias creencias personales, ya que pueden influir en la percepción de la información, formarse digitalmente para identificar las noticias falsas, usar instrumentos de verificación de imágenes como Google SynthID o sitios web como TinEye o Google y consultar preferiblemente fuentes de confianza.

1. Objetivos y metodología

En este estudio, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿cuáles son los desafíos específicos que enfrenta el uso de la inteligencia artificial, particularmente en el tratamiento de noticias falsas en canales de televisión, considerando la rápida evolución de tecnologías como el aprendizaje profundo, el procesamiento del lenguaje natural y los programas que imitan el comportamiento humano, en comparación con las perspectivas y enfoques únicos que aportan los periodistas humanos?

Para encarar esta cuestión, en esta investigación se propone como objetivo principal identificar los retos que plantea el tratamiento de las noticias falsas mediante IA en los canales de noticias árabes y también diagnosticar la realidad del tratamiento de las aplicaciones de IA en los informativos de televisión.

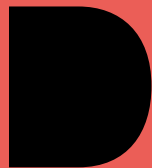
De manera complementaria, y como objetivo secundario, se plantea una reflexión sobre los retos que plantea el tratamiento de las noticias falsas mediante IA en los canales de televisión y sobre cómo la tecnología y la IA se integran con las prácticas periodísticas tradicionales para lograr un entorno mediático más preciso y creíble, que contribuya a mejorar la comprensión de la audiencia y a ofrecer contenidos mediáticos basados en hechos.

Para ejecutar estos objetivos, se propone una metodología de investigación cualitativa a fin de comparar la literatura teórica reciente en el campo del tratamiento de las noticias falsas con el estudio actual, con el propósito de llenar algunas lagunas y lograr una comprensión precisa de los retos a los que se enfrentan los canales de noticias de televisión a la hora de acercarse a este fenómeno creciente. Para ello, a modo de ensayo, se revisan investigaciones y bibliografía relacionadas con el concepto de *fake news* y la forma de afrontarlo, y se comparan con los avances e innovaciones actuales en el campo de la IA.

Este análisis se complementa con un trabajo empírico basado en la realización de entrevistas en profundidad a profesionales de canales de noticias de televisión árabes, recogiendo sus opiniones y experiencias a la hora de enfrentarse a las noticias falsas, para comprender sus retos desde una perspectiva interna; y a expertos en el campo de la IA, para entender cómo pueden integrarse eficazmente estas tecnologías en el análisis y filtrado de noticias falsas.

En el ámbito de la investigación teórica y, en particular, en los estudios focalizados, las entrevistas revisten especial importancia por su capacidad para acceder a información y datos de gran relevancia. Estas entrevistas pueden adoptar la forma de entrevistas en profundidad, lo que permite a los investigadores explorar opiniones, experiencias y actitudes hacia temas o fenómenos específicos (Ayoubi & Zareef, 2023).

El criterio de selección de la muestra para las entrevistas ha sido intencionado y centrado en la experiencia directa con el uso de la IA en el ámbito de los informativos de televisión en países árabes. Se eligieron profesionales que actualmente trabajan en los medios de comunicación televisivos, así como expertos en IA, con el fin de obtener una visión profunda y variada sobre los desafíos y oportunidades que presenta la integración de la IA en la generación y verificación de noticias.



La selección se basó en que trabajan en medios televisivos que son referentes e importantes en la configuración de la percepción pública en el mundo árabe y en la capacidad de estos profesionales para proporcionar información relevante y actual sobre el impacto de la IA en su trabajo cotidiano, en particular en lo relacionado con la propagación de noticias falsas y la credibilidad de la información en el mundo árabe. Este enfoque permitió captar perspectivas diversas y matizadas. Concretamente, los entrevistados fueron los siguientes:

1. Mustafa Sakhal (Al-Hurra TV, periodista): escogido debido a su experiencia directa en el ámbito de los informativos televisivos, particularmente en cómo la IA impacta la verificación de noticias.
2. Mustafa Farhat (profesional de medios): entrevistado por su conocimiento sobre las aplicaciones de IA en los informativos de televisión, especialmente en contextos árabes.
3. Youssef Yevgelen (Deutsche Welle Arabia, redactor jefe): seleccionado por su rol en un medio de comunicación internacionalmente reconocido, pero con canales árabes también.
4. Mohammed Al-Hakawati (Al Arabiya, desarrollador de *software*): entrevistado para profundizar en los retos técnicos que presenta la IA en la clasificación y verificación de noticias.

Por lo tanto, la parte ensayística del estudio pone el foco en la literatura teórica reciente y actual para sentar las bases del fenómeno que se presenta y, adicionalmente, las entrevistas en profundidad extraen las experiencias y las consideraciones de profesionales de medios árabes al respecto. El objetivo que se persigue con estos enfoques integrados es lograr una interacción positiva entre las teorías modernas y las aplicaciones prácticas, mejorando la comprensión de cómo influyen las noticias falsas en las cadenas de televisión y cómo se pueden afrontar eficazmente estos retos.

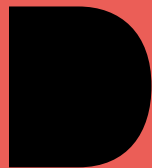
2. Resultados

2.1. El fenómeno de las *fakes news* en la literatura reciente

2.1.1. Definición y contexto de las *fakes news*

Las noticias falsas, o bulos, se definen como información fabricada y difundida a través de plataformas web, dificultando su verificación o identificación precisa (Allcott & Gentzkow, 2017). Este tipo de contenidos genera confusión entre el público sobre los acontecimientos actuales (Tandoc et al., 2018). El concepto se refiere a la recopilación y distribución intencionada de información falsa con el objetivo de engañar (Flax, 2022).

En un contexto más amplio de desorden informativo, las *fake news* se distinguen como contenido creado deliberadamente con la intención de desinformar, aunque presentado de forma que parezca genuino y creíble. Esta estrategia aprovecha la naturaleza viral de las plataformas digitales, en las que la velocidad y la facilidad de compartir información suelen priorizarse sobre la verificación de su veracidad. Como resultado, las *fake news* no solo distorsionan la percepción pública de la realidad, sino que también socavan la confianza en las fuentes legítimas de información y erosionan los pilares fundamentales del periodismo ético y responsable.



El impacto de este fenómeno es profundo: la propagación masiva de noticias falsas alimenta la polarización social y política, fragmenta el debate público y dificulta la creación de consensos en torno a los hechos. Además, la constante exposición a este tipo de contenidos reduce la capacidad del público para distinguir entre información fiable y engañosa, generando un entorno de creciente escepticismo.

Las *fake news* no operan en aislamiento, sino que forman parte de un espectro más amplio de desorden informativo, que abarca también otros fenómenos relacionados. Entre ellos, la desinformación accidental —en la cual información incorrecta se difunde sin una intención de engañar, pero que, igualmente, tiene efectos perjudiciales—, y la mala información, que, aunque técnicamente precisa, se emplea fuera de contexto o con fines malintencionados para causar daño (Wardle & Derakhshan, 2018).

En el extremo más nocivo de este espectro se encuentra la desinformación deliberada, que implica no solo la creación intencional de contenido falso, sino su difusión con el propósito específico de confundir o manipular a la audiencia. Este tipo de *misinformation*, según Wardle y Derakhshan (2018), representa una amenaza significativa no solo para la confianza en los medios, sino para el propio funcionamiento de las sociedades democráticas, en las que la calidad de la información es esencial para la toma de decisiones informadas.

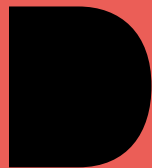
2.1.2. Impacto en el periodismo y retos actuales

El impacto de las *fake news* en el periodismo es profundo y problemático. Al distorsionar la realidad y explotar las emociones humanas, estas noticias falsas contribuyen a la polarización social y política, dificultando el diálogo racional y constructivo. Además, desafían los principios fundamentales del periodismo, como la veracidad, la precisión y la imparcialidad. Los periodistas se enfrentan al desafío de combatir este fenómeno mediante la verificación rigurosa de los hechos, el fortalecimiento de la alfabetización mediática en la sociedad y la adaptación a un entorno digital en el que la velocidad de la información puede sacrificar la calidad y la verdad.

Así mismo, el desorden informativo engloba múltiples formatos que distorsionan la información y confunden al público, complicando aún más la tarea de los periodistas de mantener la credibilidad y la confianza en sus reportajes. Baptista y Gradim (2022) destacan la necesidad de una definición operativa clara de *fake news* para abordar adecuadamente sus implicaciones, no solo en la esfera pública, sino también en la práctica periodística y en la elaboración de políticas que protejan la integridad de la información en la era digital.

2.1.3. Rol de la IA en la verificación de noticias

Estudios recientes identifican seis tipos de noticias falsas, incluidas la sátira, la parodia y formas de manipulación publicitaria (Tandoc et al., 2018). Estas historias se elaboran para influir en las opiniones, promover agendas políticas o causar confusión, resultando rentables para los editores. La desinformación engaña a las personas mediante la creación de sitios web o el uso de nombres y direcciones web similares a los de organizaciones de noticias acreditadas. El propósito es influir deliberadamente en el público a través de una comunicación sensacionalista que parece creíble, pero que está diseñada para manipular y pasar desapercibida (Salama, 2020).



Uno de los retos más importantes a los que se enfrentan en la actualidad los periodistas, medios de comunicación, políticos y la ciudadanía en general es examinar la veracidad de la información transmitida a través de los canales de televisión. Al respecto, la IA debe ser capaz de analizar eficazmente los contenidos para detectar las noticias falsas y la manipulación de la información (Alonso-González & Sánchez, 2024).

En este escenario, las técnicas de aprendizaje automático pueden utilizarse para analizar patrones lingüísticos, identificar noticias objetivamente relevantes e identificar contenidos de naturaleza dañinos o falsos. Las aplicaciones de la IA en el ámbito de los medios de comunicación y las noticias también se consideran un cambio importante, ya que pueden contribuir a acelerar los procesos de análisis y filtrado para determinar la fiabilidad de los contenidos. Las técnicas de IA, igualmente, pueden utilizarse para crear sistemas de autoverificación de noticias, en los que programas inferenciales inteligentes puedan comprobar periódicamente hechos y fuentes (Túñez-López et al., 2021).

La IA es un sistema que analiza conjuntos de datos, como puede ser, por ejemplo, los datos medioambientales. Siguiendo el ejemplo, aunque la IA es solo una herramienta dentro de un análisis exhaustivo de los factores que impulsan el cambio climático, su capacidad para procesar grandes cantidades de datos puede extraer patrones y, en algunos casos, hacer predicciones y brindar la oportunidad de mejorar la comprensión del ecosistema (Yahya, 2023).

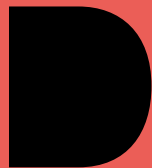
La IA se erige como uno de los desarrollos tecnológicos más intrigantes, desde la creación de algoritmos avanzados para la recopilación de datos hasta la oferta de comentarios detallados y personalizados, lo que pone de relieve su eficacia para comprender necesidades diversas (Al-Azab et al., 2022). La generación de contenido con IA no es completamente automática en el sentido de que siempre requiere un grado de supervisión y ajuste. Aunque los modelos de lenguaje pueden generar texto de manera autónoma a partir de los datos con los que han sido entrenados, el proceso de creación de contenido efectivo a menudo involucra intervención humana para asegurar que este sea relevante, preciso y adecuado para el propósito deseado.

En este entorno, los periodistas tienen dificultades para hacer frente a los rumores y las noticias falsas o bulos, y sienten que tienen por delante el gran reto de distinguir entre lo veraz y la desinformación, especialmente con el avance de la tecnología y el caos en las redes sociales (Sidorenko et al., 2021).

Algunos de los estudios publicados apuntan a que las soluciones pasan por promover la alfabetización mediática entre el público mediante la enseñanza de habilidades básicas para distinguir entre información y noticias falsas, y aumentar la conciencia de los métodos comunes de manipulación informativa (Ireton & Posetti, 2018).

En la misma línea, también se hace necesario que los periodistas y el público verifiquen las fuentes antes de difundir noticias en medios de comunicación o en redes sociales. Deben utilizarse fuentes fiables y acreditadas. Los periodistas deben basarse en hechos y pruebas; asegurarse de que las noticias que publican se apoyan en hechos y pruebas fiables; y evitar dejarse arrastrar por la rápida propagación de rumores (Brandtzaeg et al., 2018).

En este orden de ideas, los medios de comunicación y los periodistas tienen que aumentar la transparencia y la credibilidad, por lo que deben esforzarse por forjarse una sólida reputación de ofrecer noticias veraces y precisas mediante la transparencia en la labor periodística y el suministro transparente de fuentes e información (Rodríguez Pérez, 2020).



En este contexto, el fenómeno del *fact-checking* ha emergido como una respuesta crucial frente a la proliferación de desinformación y *fake news* en la era digital. Diversos estudios han debatido el uso de la IA y otras tecnologías en el apoyo a las prácticas de verificación de hechos, ofreciendo perspectivas variadas sobre su implementación y efectividad.

Beckett y Yaseen (2023) exploran cómo las organizaciones de noticias a nivel global están integrando la IA en sus procesos, destacando que la automatización no solo mejora la eficiencia en la verificación de hechos, sino que también genera cambios significativos en la producción de noticias. Este trabajo subraya el potencial de la IA para transformar las prácticas periodísticas tradicionales, especialmente en lo que respecta a la detección y corrección de información errónea.

En un análisis más sistemático, Dierickx et al. (2023) realizan una revisión exhaustiva de la literatura sobre la verificación automatizada de hechos. Su estudio revela que, aunque la IA ha mostrado avances prometedores, la implementación efectiva de estas herramientas aún enfrenta desafíos, como la necesidad de contextualizar los resultados y la integración adecuada en las prácticas profesionales de los periodistas.

Juneja y Mitra (2022) examinan las infraestructuras humanas y tecnológicas que sustentan el *fact-checking*, destacando que la interacción entre las capacidades tecnológicas y el juicio humano es esencial para una verificación efectiva. Su investigación enfatiza que, si bien la tecnología puede automatizar aspectos del proceso, el papel del factor humano sigue siendo crítico para garantizar la precisión y credibilidad de los resultados.

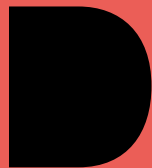
Por otro lado, Sánchez González et al. (2022) analizan el uso de la inteligencia artificial en verificadores hispanos, explorando proyectos innovadores y la percepción de expertos en la materia. Este estudio aporta una perspectiva regional, mostrando cómo los verificadores en el ámbito hispanohablante están adoptando herramientas de IA para mejorar la velocidad y la precisión en la detección de noticias falsas, al mismo tiempo que enfrentan retos en la adaptación tecnológica y la formación de los profesionales.

En conjunto, estos trabajos ofrecen una visión amplia y detallada de cómo el *fact-checking* está siendo transformado por la IA, resaltando tanto las oportunidades como los desafíos que estas tecnologías presentan en la lucha contra la desinformación.

2.1.4. Desafíos y estrategias para combatir las noticias falsas

Con el desarrollo de la IA también han surgido nuevos retos, como el uso de *deepfakes*. Según Souza y Santaella (2021), *deepfakes* se refiere a una tecnología avanzada que utiliza técnicas de inteligencia artificial y aprendizaje automático para crear contenido visual y auditivo sintético altamente realista. Estas tecnologías permiten la manipulación y generación de imágenes, videos y audios que imitan de manera convincente la apariencia y voz de personas reales, lo que plantea importantes desafíos en términos de veracidad y autenticidad de la información. En cuanto a esto, hay una necesidad de desarrollar técnicas y herramientas de detección de falsificaciones y manipulación multimedia asociadas con la inteligencia artificial.

Otro aspecto que se hace importante en esta nueva realidad es promover la concienciación y la educación sobre los retos relacionados con la IA y los *deepfakes*, hay que sensibilizar acerca de los posibles métodos de manipulación para ayudar a distinguir entre realidad y farsa (Almars, 2021).



Será muy valiosa la cooperación entre periodistas y técnicos. El fortalecimiento de la relación entre periodistas y técnicos expertos en el campo de la IA será eficaz para desarrollar herramientas y técnicas que ayuden a detectar y combatir la desinformación basada en esta nueva tecnología.

En cuanto a la televisión, las nuevas aplicaciones de la IA en los informativos de televisión se encuentran todavía en una fase inicial, con lanzamientos periódicos para mejorar las capacidades de verificación de noticias e información. Para ello, se proponen varias cuestiones, como reforzar la formación y la concienciación sobre los métodos para verificar las noticias y la desinformación (Rodríguez Pérez, 2020), y el empleo de herramientas de verificación automática e IA para analizar datos y detectar noticias falsas. Al igual que la verificación avanzada de imágenes y video, lo cual requiere de un desarrollo de métodos avanzados que garanticen su autenticidad.

También es de suma importancia la cooperación con organizaciones externas especializadas en la verificación de noticias e información, y fomentar la participación de la comunidad en el proceso de verificación (Opdahl et al., 2023), al igual que el desarrollo de normas periodísticas y principios éticos en el sector de los informativos de televisión.

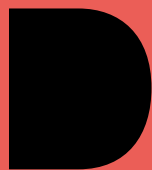
Como mecanismos de verificación de noticias, en el caso de los canales de televisión, el uso de fuentes oficiales de audio y video, con verificación directa en casos de datos políticos o económicos, subraya la importancia de comparar la información de múltiples fuentes (Ufarte-Ruiz et al., 2020). Esto puede resolverse mediante la verificación independiente y de múltiples fuentes, como la búsqueda en registros oficiales y la comunicación con las autoridades pertinentes para confirmar la autenticidad de noticias o acontecimientos. Así mismo, con la verificación sobre el terreno. En casos de noticias relevantes o delicadas, los periodistas pueden realizar una verificación sobre el terreno, recopilar pruebas y entrevistar a testigos para confirmar la autenticidad de la noticia.

La IA ha facilitado la construcción y difusión de las noticias falsas, por lo que se hace necesario advertirlo. En los casos en los que ocurre es preciso revelar rápidamente la verdad y hacer frente a las noticias falsas o bulos. Se puede hacer frente a través del desarrollo de tecnologías potentes para detectar las noticias falsas que utilizan IA, y diseñar mecanismos para afrontarlas y tratarlas con eficacia (Flores-Vivar, 2019).

La participación de la comunidad en la lucha contra las noticias falsas es muy importante. Puede fomentarse instando a los usuarios a denunciar las noticias falsas y a cooperar en el consumo de información veraz. También la cooperación internacional en la lucha contra las noticias falsas debe reforzarse, ya que los países y las organizaciones pueden trabajar juntos para intercambiar información y experiencias en este campo (Moreno et al., 2024).

En cuanto a los redactores y profesionales del periodismo, se hace conveniente que estén prevenidos para evitar la circulación de información falsa, para lo que hay que intensificar los esfuerzos en la verificación y utilización de la tecnología con precisión a la hora de informar sobre noticias de televisión y evitar la deriva hacia las noticias falsas (West, 2017). Esto puede resolverse proporcionando formación y apoyo psicológico a los equipos expuestos a experiencias difíciles como consecuencia de su trato con la desinformación. Entre ellos, se debe fomentar la solidaridad y la cooperación para hacer frente a los retos derivados de las noticias falsas mediante el intercambio de experiencias, información y apoyo mutuo.

Otro aspecto básico en esta nueva realidad es la necesidad de reforzar las leyes y normas sobre los medios de comunicación y la IA. Deben reforzarse las leyes y normas que protegen la libertad de prensa y promueven la integridad y credibilidad en la difusión de noticias veraces.



2.2. Entrevistas en profundidad a profesionales de medios árabes

En el presente estudio se han llevado a cabo entrevistas con profesionales del ámbito de los informativos de televisión y la IA en contextos árabes para explorar cómo estas tecnologías pueden ser integradas eficazmente en el análisis y filtrado de noticias falsas o bulos.

El primer entrevistado fue el periodista Mustafa Sakhal, de Al-Hurra TV, una cadena de televisión en árabe financiada por el gobierno de Estados Unidos. Esta cadena fue lanzada en 2004 como parte del esfuerzo por promover la democracia y los valores estadounidenses en el mundo árabe.

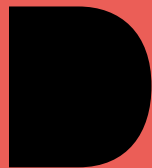
La cadena, cuyo nombre significa “La Libre” en árabe, está dirigida por la Broadcasting Board of Governors (BBG), una agencia independiente que supervisa las emisoras internacionales del gobierno estadounidense, como Voice of America (VOA) y Radio Free Europe/Radio Liberty. El objetivo de Al-Hurra TV es proporcionar noticias y contenido que promuevan la libertad de prensa, la democracia y el diálogo en el mundo árabe, ofreciendo una alternativa a los medios de comunicación estatales y a las cadenas de televisión de influencia regional.

El siguiente entrevistado fue Mustafa Farhat, un profesional de los medios con experiencia en el uso de IA en los informativos de televisión, particularmente en contextos árabes, quien ha aportado su visión sobre los retos que plantea hacer frente a las noticias falsas utilizando la tecnología moderna y la IA en el ámbito de los medios televisivos. El tercer entrevistado fue Youssef Yevgelen, redactor jefe de la emisora alemana Deutsche Welle, quien desempeña su trabajo en DW Arabia. Yevgelen ha podido aportar una amplia visión de los retos que plantea la lucha contra las noticias falsas en medio de la proliferación de las tecnologías de IA. Y, por último, se entrevistó a Mohammed Al-Hakawati, desarrollador de *software* del sitio web de Al Arabiya, centrada en los retos de hacer frente a las noticias falsas usando IA en los canales de televisión.

El periodista Mustafa Sakhal destacó los desafíos que enfrentan los periodistas para combatir las noticias falsas, en especial con la expansión de rumores y bulos facilitados por la tecnología y las redes sociales. Resaltó el peligro de los *deepfakes*, que dificultan la distinción entre lo real y lo falso. Aunque el uso de IA en los informativos de televisión está en fases iniciales, se están implementando cursos y directrices para mejorar las habilidades de los periodistas. Sakhal subrayó la importancia de la verificación en fuentes oficiales y reconoció que la IA se utiliza en ciberconflictos, pero afirmó que aún no había sido víctima directa de noticias falsas.

Por su parte, Farhat ha explorado cómo la IA puede transformar la producción de noticias mediante la automatización, la verificación de hechos y la personalización de información, con un enfoque en los medios árabes. Subrayó también los retos del *deepfake* y las dificultades lingüísticas de la IA en árabe. Igualmente, destacó que las aplicaciones de IA tienen problemas para manejar fuentes locales y establecer agendas informativas. Para contrarrestar las noticias falsas, recomendó métodos de verificación como la extracción de metadatos y herramientas como TinEye. Farhat concluyó que, aunque la IA es importante, es crucial confiar en fuentes fiables y mejorar la verificación periodística.

Youssef Yevgelen, redactor jefe en Deutsche Welle, puso el foco en el aumento de noticias falsas en redes sociales y las dificultades para rastrear su origen debido a su rápida difusión. En el periodismo televisivo, explicó que la presión de tiempo obliga a los periodistas a depender de fuentes fiables, como agencias de noticias, para mitigar riesgos. La adopción de IA en su canal es limitada por cuestiones legales sobre derechos de propiedad. Yevgelen subrayó la relevancia de verificar la credibilidad de las fuentes y emplear herramientas como Google Reverse Image Search para autenticar imágenes, destacando la necesidad de cautela y métodos periodísticos tradicionales.



En el mismo sentido, Al-Hakawati señaló los principales retos en la lucha contra las noticias falsas, como garantizar la clasificación precisa y distinguir entre información real y falsa. Asegura haber observado un notable incremento en la difusión de noticias falsas impulsadas por IA. Del mismo modo, destacó la importancia de verificar si los contenidos, como videos, son auténticos o generados artificialmente, y subrayó el desafío de mantener la objetividad cuando la IA se emplea para crear textos e imágenes. Al-Hakawati mencionó diversas aplicaciones de IA en informativos, como la lectura automática de noticias, la traducción de videos y la detección de contenidos falsos mediante herramientas específicas.

De las entrevistas a estos cuatro profesionales trasciende que la IA está revolucionando el sector de la información, con la aparición de presentadores de noticias y reportajes generados por IA. Han señalado canales como Channel 1 (Estados Unidos), que fue fundado en 2024 por el empresario Adam Mosam y el productor Scott Zabielski. Aunque también hay ejemplos en países como Venezuela.

Estos avatares de IA, creados a partir de escaneos de personas reales, ofrecen noticias desprovistas de emociones humanas y están llamados a proporcionar una cobertura informativa personalizada. Los profesionales han expresado preocupación por la posible propagación de desinformación a través de estas noticias generadas por IA, lo que pone de relieve los retos relacionados con la integridad periodística y la credibilidad de los contenidos.

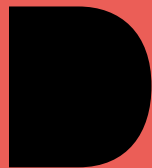
A los entrevistados les preocupa el uso de la IA en canales de televisión como el citado, ya que plantea dilemas éticos, como la pérdida de puestos de trabajo y la necesidad de protocolos estrictos de comprobación de hechos para garantizar la exactitud y fiabilidad de las noticias. A medida que la IA sigue avanzando en la industria de los medios de comunicación, el establecimiento de directrices éticas claras y el mantenimiento de la supervisión humana son cruciales para conservar la integridad de los contenidos informativos generados por la IA, aseguran.

Estos profesionales están de acuerdo en que hacer frente a las noticias falsas mediante IA en los canales de televisión plantea varios retos importantes. Mucho más en el contexto del periodismo árabe, que enfrenta un cruce de caminos entre la adopción de la IA y desafíos como la censura, desinformación y barreras lingüísticas. No se puede obviar que los medios de comunicación en el mundo árabe están profundamente influenciados por el control estatal y los intereses económicos. A pesar de los avances en los medios digitales y la aparición de medios independientes, las restricciones a la libertad de prensa siguen siendo un desafío significativo.

El uso de la IA en los canales de televisión suscita preocupación por la posible propagación de la desinformación y la credibilidad de los contenidos informativos, a pesar de que la IA se esté empleando cada vez más en diversos sectores, incluidos los informativos de televisión, para mejorar los textos periodísticos, los gráficos y la presentación de las noticias.

Otra de las principales preocupaciones es la posible pérdida de puestos de trabajo en el sector de la televisión a favor de los robots, ya que la IA puede automatizar la creación de noticias falsas y estimular una explosión de sitios web que difundan información falsa. Para hacer frente a estos retos, son necesarios protocolos estrictos de comprobación de hechos y supervisión humana que garanticen la fiabilidad y credibilidad de los contenidos informativos producidos por IA. Deben establecerse directrices éticas claras sobre el uso de la IA en la información, que traten la reducción de sesgos, la transparencia y la integridad periodística.

La IA desempeña un papel importante en las empresas modernas, ofreciendo diversas aplicaciones que mejoran la eficiencia y los procesos de toma de decisiones. Las compañías aprovechan tecnologías de IA como el aprendizaje profundo y el ChatGPT para procesar datos, simular sistemas dinámicos y mejorar los modelos lingüísticos. A pesar



de estos avances, es crucial reconocer que la IA se describe con mayor precisión como programación artificial en lugar de IA, ya que las máquinas carecen de emociones y conciencia. El uso de la IA en las empresas suscita preocupación entre los expertos, que piden una pausa en su desarrollo para evaluar a fondo sus repercusiones.

En el ámbito del uso de aplicaciones de IA en los informativos de televisión, los retos surgen de la falta de control sobre la lengua árabe y la desconexión de las fuentes de noticias locales. Pese a estos retos, se ha demostrado el uso eficaz de la IA en el análisis de la agenda informativa y la comprensión de las tendencias y patrones de las noticias.

En cuanto a las garantías personales para verificar la autenticidad de las noticias, se emplean tecnologías avanzadas como Extract Metadata, Home Eyewitness Media y TinEye Reverse Image Search. También se utilizan servicios de verificación de las principales plataformas de noticias.

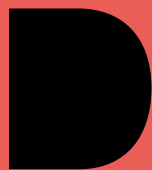
Los profesionales de los medios enfrentan grandes retos para combatir las noticias falsas, especialmente en redes sociales, en las que su rápida difusión complica identificar fuentes y detener su propagación. Los periodistas están bajo presión de tiempo y dependen de fuentes confiables para minimizar riesgos, priorizando la verificación a través de agencias de noticias y corresponsales acreditados. Ante el uso de tecnología e inteligencia artificial en la difusión de desinformación, se apoyan en mecanismos de verificación oficiales, subrayando la importancia de contrastar información y utilizar herramientas en línea como la búsqueda inversa de imágenes de Google.

Las preocupaciones relacionadas con los desafíos legales, específicamente los derechos de propiedad intelectual, surgen como un obstáculo importante para el uso de aplicaciones de IA en las noticias de televisión. Esto exige debates en el seno de las instituciones mediáticas sobre cómo aprovechar esta tecnología sin violar las leyes y las normas éticas.

Los profesionales entrevistados también han subrayado el empeoramiento de los retos del periodismo debido a los avances tecnológicos y a la complejidad del mundo digital y las redes sociales. Resaltando el papel crucial de verificar las fuentes de noticias y de mantener la credibilidad frente a los rumores que se propagan rápidamente, abordan los retos que plantea la tecnología moderna, en particular los *deepfakes*, que dificultan discernir la verdad de la desinformación. Preocupa la credibilidad de los contenidos informativos emitidos por las cadenas de televisión debido a la creciente facilitación de la tecnología *deepfake*, que utiliza IA para generar imágenes o videos falsos. Esto dificulta distinguir entre contenidos auténticos y manipulados.

Para hacer frente a estos retos, los periodistas recalcan la necesidad de una verificación continua, la confianza en fuentes fiables y el desarrollo de habilidades para navegar por las complejidades de las noticias generadas por IA. Además, se están realizando esfuerzos para establecer buenas prácticas y mecanismos de verificación de hechos a fin de frenar la difusión de desinformación a través de plataformas en línea y canales de medios de comunicación.

Concluyen con un llamamiento al optimismo y al esfuerzo continuado para superar estos retos, preservando la integridad periodística en la era de las tecnologías modernas y la circulación de noticias falsas. Los periodistas encuentran importantes dificultades para distinguir entre lo veraz y lo falso, principalmente con el avance de las técnicas de *deepfake*, lo que revela los retos lingüísticos a los que se enfrenta la lengua árabe con las tecnologías de IA.



Conclusiones

Este estudio se propuso identificar los retos que plantea el tratamiento de las noticias falsas mediante IA en los canales de noticias y reflexionar sobre los desafíos que suscita el tratamiento de las noticias falsas mediante IA en los canales de televisión.

En cuanto a la revisión de la literatura, los hallazgos han evidenciado que la cuestión radica en la constante aparición de tecnologías modernas que avanzan rápidamente, como ChatGPT, los *deepfakes*, el aprendizaje profundo y otros programas que imitan el comportamiento humano, entendiendo el aprendizaje profundo como una rama fundamental en el campo de la IA, que se centra en el procesamiento de datos como imágenes, video y audio a través de redes neuronales (Márquez Díaz, 2020). Sin embargo, los periodistas humanos pueden aportar valor, perspectivas y enfoques únicos que la tecnología aún no puede replicar (Ramírez, 2023).

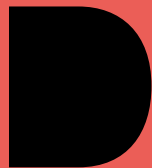
Los sistemas como ChatGPT representan un avance significativo, ya que se basan en la mejora de modelos lingüísticos mediante técnicas de aprendizaje supervisado y aprendizaje por refuerzo. A pesar de la importancia de estas técnicas, es esencial recordar que las máquinas no pueden sustituir a la inteligencia humana, pues carecen de emociones y conciencia. Por ello, es más exacto referirse a ella como programación artificial que como inteligencia artificial. El progreso de la IA ha suscitado preocupación entre los expertos, lo que ha llevado a pedir una pausa en su desarrollo para examinar detenidamente sus efectos (Olite et al., 2023).

En el proceso de análisis de textos y lenguaje natural mediante IA, el sistema se basa en técnicas como el análisis de las estructuras de las frases y el empleo de algoritmos inteligentes para detectar cualquier indicio de engaño o manipulación en el lenguaje utilizado. El rápido desarrollo de campos como el aprendizaje automático y el procesamiento del lenguaje natural también contribuye a mejorar la capacidad de los sistemas para reconocer patrones sospechosos y detectar noticias falsas con mayor precisión.

En relación con las redacciones de periodistas, en 2018, la Unión Europea instó a las plataformas en línea, los medios de comunicación y los periodistas a adherirse a un código de buenas prácticas para frenar la propagación de la desinformación. Las medidas propuestas incluían la creación de un código de buenas prácticas, el establecimiento de una red independiente de verificadores de hechos y el refuerzo de la alfabetización mediática.

Otras medidas sugeridas consistían en mejorar la transparencia de la publicidad política, hacer frente a las cuentas falsas y animar a los consumidores a denunciar la desinformación. El comité se propuso apoyar los sistemas de identificación electrónica, mejorar la trazabilidad y la identificación de los proveedores de información, y optimizar el acceso a diversas fuentes de noticias. Los firmantes del código se comprometieron a adoptar medidas como poner fin a los ingresos publicitarios de las cuentas que difunden desinformación y mejorar la transparencia de la publicidad política (Moreno et al., 2024).

En este marco, el British Council desarrolló un interesante programa para comprobar la información falsa utilizando cinco métodos para detectar noticias falsas: buscar urls inusuales, especialmente las que terminan en o.com.co, que pueden no ser sitios de noticias legítimos; analizar el contenido en busca de errores gramaticales, fechas incorrectas, afirmaciones audaces sin fuentes e imágenes sensacionalistas como señales de alarma; averiguar quién firma el artículo y quién apoya el sitio. La falta de esta información o la exigencia de registro levantan sospechas; llevar a cabo una comprobación de datos utilizando sitios de verificación de hechos y cotejando si



medios de comunicación creíbles informan de historias similares; y utilizar la búsqueda inversa de imágenes para identificar si la misma foto aparece en asuntos no relacionados, denotando una posible desinformación.

Las técnicas de aprendizaje automático se emplean para entrenar modelos que distingan las noticias reales de las falsas a partir de un conjunto de datos de entrenamiento. Estas técnicas aumentan la adaptabilidad a los cambios en los modelos de noticias y mejoran la precisión en la detección de noticias falsas. También se utiliza el análisis de imágenes para detectar alteraciones en los medios visuales que acompañan a las noticias, incluido el análisis de imágenes y videos para verificar su autenticidad y comprobar si son falsos. Se espera que continúen los avances en el campo de la inteligencia artificial especializada (Executive Office of the President, 2016).

Por otra parte, los entrevistados coincidieron en que la IA está transformando el periodismo televisivo, pero también genera preocupaciones sobre la pérdida de puestos de trabajo, la propagación de desinformación y los dilemas éticos. Resaltan la necesidad de establecer directrices éticas claras y protocolos de verificación para mantener la credibilidad y objetividad de las noticias.

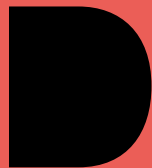
Los desafíos en el periodismo árabe incluyen la censura, las barreras lingüísticas y el control estatal de los medios, que limitan la libertad de prensa. Por lo tanto, aunque la IA tiene un gran potencial para mejorar los procesos periodísticos, así mismo, plantea retos importantes que deben ser discutidos para evitar la desinformación y garantizar la integridad periodística en los medios de comunicación árabes.

También han evidenciado que para generar confianza en los servicios de internet es necesario proporcionar aplicaciones electrónicas fiables que satisfagan las necesidades de los usuarios, garantizando la seguridad y la confidencialidad de la información. Las técnicas de análisis del contexto y del contenido añaden profundidad al proceso de verificación, dado que se analiza el contexto general de la noticia y el contenido que la rodea. Esto contribuye a proporcionar una evaluación exhaustiva de la credibilidad de la noticia y de su relevancia para la actualidad y el contexto general.

Cuando se habla de rastreo de fuentes y señales, se refiere a la capacidad de los sistemas para seguir fuentes de noticias e identificar vínculos entre ellas, ya sea a través de las redes sociales o de los principales sitios de noticias. Esto permite analizar la fiabilidad de las fuentes y comprender su impacto en la difusión de la información. La gestión de la información es crucial en la era digital, en la que grandes cantidades de información se difunden rápidamente y el acceso a información fiable es vital. Según reconoce el propio Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, el engaño se hace fácil, y distinguir entre verdad y exactitud es difícil, lo que lleva a la contaminación de la información como una cuestión secundaria desafiante en esta nueva realidad (UNDP, 2022).

En la misma línea, la Comisión Económica y Social para Asia Occidental (CESPAO) afirma que es esencial la transparencia en el trato y la interacción con los usuarios, que deben conocer las políticas y los procedimientos aplicados por la institución o empresa que presta los servicios en el ámbito de la protección de la información y la garantía de su seguridad y confidencialidad.

Las investigaciones publicadas por la Unión Internacional de Telecomunicaciones y la UNESCO subrayan la importancia de adoptar medidas eficaces contra la distorsión de la información para combatir la violación de derechos humanos como el derecho de expresión y el acceso a información fiable. El acceso a una información fiable depende del derecho del público a acceder a información fiable y no a información distorsionada (Bontcheva & Posetti, 2020).



Estos mecanismos y tecnologías se consideran complementarios entre sí, mejorando la capacidad de los sistemas para combatir las noticias falsas con eficacia y precisión, al tiempo que se destaca la relevancia de equilibrar la eficacia de la detección y la garantía de los derechos de privacidad.

Para concluir con un panorama futuro de la IA y los medios de comunicación, se ha recogido la visión futura del jefe del Departamento de IA de Meta, quien mencionó en el sitio web de Al Jazeera el 4 de diciembre de 2023 que la superinteligencia artificial llegará pronto. Al respecto reconoció que los actuales sistemas de IA están lejos de tener acceso a los aspectos de la conciencia que la hacen inteligente más allá de resumir textos de forma creativa.

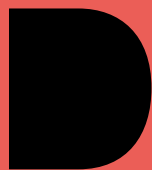
Sin embargo, esta perspectiva contradice la opinión del CEO de NVidia, Jensen Huang, quien recientemente afirmó que la IA será “algo competitiva” con los humanos en menos de cinco años y superará a las personas en muchas tareas que requieren esfuerzo mental.

Entre las limitaciones del estudio se destacan la falta de diversidad geográfica, puesto que se centra las entrevistas en el mundo árabe, y la naturaleza cualitativa de los datos puede restringir la aplicabilidad y replicabilidad de los resultados. Una discusión más profunda sobre las particularidades en la práctica periodística televisiva y las diferencias entre periodistas de distintos países y formatos podría haber enriquecido más el análisis.

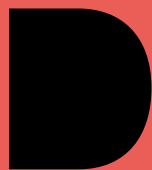
Por ello, futuras investigaciones podrían aproximarse a estos aspectos mediante estudios comparativos internacionales, integración de métodos cuantitativos, análisis longitudinales, exploración de otros sectores mediáticos y el desarrollo de herramientas y protocolos éticos que guíen el uso de la IA en la verificación de noticias. Estas direcciones de investigación contribuirían a una comprensión más profunda y dinámica de los desafíos y oportunidades que presenta la IA en la lucha contra la desinformación en televisión.

Referencias

1. Al-Azab, M., Muhammad, & Al-Nashar. (2022). Artificial intelligence and its implications in education. *International Journal of Artificial Intelligence in Education and Training*, 2(2), 13-30.
2. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
3. Almars, A. M. (2021). Deepfakes detection techniques using deep learning: a survey. *Journal of Computer and Communications*, 9(05), 20-35.
4. Alonso-González, M., & Sánchez Gonzales, H. (2024). Inteligencia artificial en la verificación de la información política: herramientas y tipología. *Más Poder Local*, (56), 27-45. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.215>
5. Baptista, J., & Gradim, A. (2022). A working definition of fake news. *Encyclopedia*, 2(1), 632-645. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia2010043>
6. Beckett, C., & Yaseen, M. (2023). Generating change: a global survey of what news organisations are doing with AI. *Journalism AI*. <https://acortar.link/tumqMf>
7. Bontcheva, K., & Posetti, J. (Eds.). (2020). *Balancing act: countering digital disinformation while respecting freedom of expression*. UNESCO.
8. Brandtzaeg, P. B., Følstad, A., & Chaparro Domínguez, M. Á. (2018). How journalists and social media users perceive online fact-checking and verification services. *Journalism Practice*, 12(9), 1109-1129.



9. Cárdenas-Rica, M. L., Mancinas-Chávez, R., & Figuereo-Benítez, J. C. (2022). Transparencia pública para la verificación de datos: el caso de Maldito Dato (Maldita.es). *Textual & Visual Media*, 1(16), 22-43. <https://doi.org/10.56418/txt.16.2022.002>
10. Castillo-Riquelme, V., Hermosilla-Urrea, P., Poblete-Tiznado, J., & Durán-Anabalón, C. (2021). Noticias falsas y creencias infundadas en la era de la posverdad. *Universitas*, 34, 87-108. <https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.04>
11. Cristancho, A. M. (2023). *El desafío de las fake news en la era de la inteligencia artificial*. Fundación Fepropaz. <https://bit.ly/4a9L3CP>
12. Dierickx, L., Lindén, C., & Opdahl, A. (2023). Automated fact-checking to support professional practices: systematic literature review and meta-analysis. *International Journal of Communication*, 17(21). <https://acortar.link/tszaPM>
13. Executive Office of the President. (2016). *Artificial intelligence, automation, and the economy*.
14. Flax, R. (2022). Iniciativas contra las fake news en Argentina: un estado del área. *Cuaderno: Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (161). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi161.6976>
15. Flores-Vivar, J. M. (2019). Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots. *Doxa Comunicación: Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, (29), 197-212. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a10>
16. Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training*. UNESCO Publishing.
17. Juneja, P., & Mitra, T. (2022). Human and technological infrastructures of fact-checking. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(CSCW2), 1-36. <https://doi.org/10.1145/3555143>
18. Márquez Díaz, J. (2020). Inteligencia artificial y big data como soluciones frente a la Covid-19. *Revista de Bioética y Derecho*, (50), 315-331. <https://doi.org/10.1344/rbd2020.50.31643>
19. Moreno Espinosa, P., Abdulsalam Alsarayreh, R. A., & Figuereo Benítez, J. C. (2024). El big data y la inteligencia artificial como soluciones a la desinformación. *Doxa Comunicación: Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, (38). <https://doi.org/10.31921/doxacom.n38a2029>
20. Niño González, J. I., Barquero Cabrero, M., & García García, E. (2017). Opinión pública e infoxicación en las redes: los fundamentos de la post-verdad. *Vivat Academia*, (139), 83-94. <https://doi.org/10.15178/va.2017.139.83-94>
21. Oliver, N. (2021). *Inteligencia artificial, naturalmente: un manual de convivencia entre humanos y máquinas para que la tecnología nos beneficie a todos*. Ministerio de Economía y Competitividad. <http://digital.casalini.it/9788492546626>
22. Opdahl, A. L., Tessem, B., Dang-Nguyen, D. T., Motta, E., Setty, V., Throndsen, E., Tverberg, A., & Trattner, C. (2023). Trustworthy journalism through AI. *Data & Knowledge Engineering*, 146, 102182. <http://dx.doi.org/10.1016/j.datak.2023.102182>
23. Páez, Á., Saldaña Manche, W. V., Artigas, W., & Rios Incio, F. (2024). La inteligencia artificial en el periodismo: revisión bibliométrica en Scopus (1989-2022). *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 17(2). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.13322>



24. Peña-Fernández, S., Meso-Ayerdi, K., Larrondo-Ureta, A., & Díaz-Noci, J. (2023). Without journalists, there is no journalism: the social dimension of generative artificial intelligence in the media. *Profesional de la Información*, 32(2), e320227. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.27>
25. Ramírez Hoyos, D. M. (2023). Los periodistas humanos pueden aportar perspectivas y enfoques únicos que la tecnología aún no puede replicar, ChatGPT. *Folios: Revista de la Facultad de Comunicaciones y Filología*, (49), 43-53. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/view/353947>
26. Rodríguez Pérez, C. (2019). No diga *fake news*, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, (40), 65-74. <https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
27. Rodríguez Pérez, C. (2020). Una reflexión sobre la epistemología del *fact-checking journalism*: retos y dilemas. *Revista de Comunicación*, 19(1), 243-258. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A14>
28. Salama, H. A. (2020). Fake news on social media and their efficiency as sources of information about the corona pandemic. *Egyptian Journal of Public Opinion Research*, 19(2), 161-235.
29. Sánchez Gonzales, H. (2022). Transformación digital y audiencia: tendencias y uso de la inteligencia artificial en medios verificadores. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, (56), 9-20. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i56.01>
30. Sánchez González, M., Sánchez Gonzales, H. M., & Martínez Gonzalo, S. (2022). La inteligencia artificial en los verificadores hispanos de la red IFCN: proyectos innovadores y percepción de expertos y profesionales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(4), 867-879. <https://doi.org/10.5209/esmp.82735>
31. Sidorenko Bautista, P., Alonso López, N., & Giacomelli, F. (2021). Espacios de verificación en TikTok: comunicación y formas narrativas para combatir la desinformación. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 87-113. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1522>
32. Souza, C., & Santaella, L. (2021). *Deepfakes* desde la perspectiva de la semiótica. *TECCOGS: Revista Digital de Tecnologías Cognitivas*, (23). <https://doi.org/10.23925/1984-3585.2021i23p26-44>
33. Tandoc, E. C., Zheng, W. L., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”: a typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6, 137-153.
34. Túniz-López, J.-M., Feiras-Ceide, C., & Vaz-Álvarez, M. (2021). Impact of artificial intelligence on journalism: transformations in the company, products, contents and professional profile. *Communication & Society*, 34(1), 177-193. <https://doi.org/10.15581/003.34.1.177-193>
35. Ufarte-Ruiz, M.-J., Anzera, G., & Murcia-Verdú, F.-J. (2020). Plataformas independientes de *fact-checking* en España e Italia: características, organización y método. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(2), 23-39. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.3>
36. United Nations Development Programme (UNDP). (2022). *Information integrity: forging a pathway to truth, resilience, and trust*. <https://acortar.link/EZi02r>
37. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2018). Pensando en el ‘desorden informativo’: formatos de desinformación, desinformación y mala información. En C. Ireton & J. Posetti, *Periodismo, noticias falsas y desinformación: manual para la educación y la formación periodística* (pp. 14-25). UNESCO. <https://acortar.link/9Sn0uv>
38. West, D. M. (2017). *How to combat fake news and disinformation*. Brookings Institution.
39. Yahya, B. M. (2023). Studying the global climate changes using artificial intelligence: an overview. *Al-Rafidain Engineering Journal (AREJ)*, 28(2), 296-309.