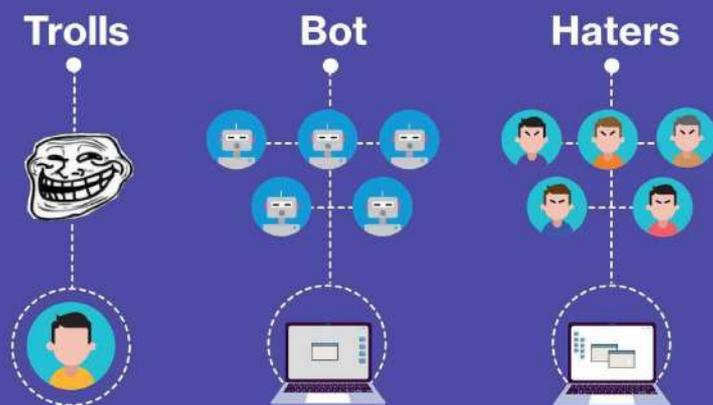


Análisis de experto Manuel Reyes

Trolls, bot y haters: la jerga tras la denuncia de Matthei

Ingeniero explica en qué consisten los términos tras las acusaciones que planteó la candidata, y de qué manera estas "granjas" de usuarios falsos invadieron el mundo.



Pablo Basadre G.

Palabras como *trolls*, *bots* y *haters* se han tomado la agenda política desde que la candidata de Chile Vamos, Evelyn Matthei, denunció que había varias cuentas seguidoras de los republicanos y de su candidato, José Antonio Kast, que la atacaban permanentemente. ¿Pero de qué diablos estamos hablando? Le pedimos al académico de Facultad de Ingeniería UNAB, Manuel Reyes, que nos explique con peras y manzanas.

1.- El bot, un "empleado que no se cansa"

Reyes se dedica hace años a la docencia y cuando lo entrevistamos nos recomendó leer un reportaje de la "granja" de bots en Vietnam. En el foto reportaje se puede ver a algunas personas sentadas

frente a un computador con cientos de teléfonos móviles conectados. "Imagina que tienes un mensaje que quieres que mucha gente vea, como "¡El candidato X es genial!" o "¡El producto Y es lo mejor!". El *bot* es como un "empleado" muy rápido y que no se cansa. Es un programa de computadora que no necesita dormir, comer ni ir al baño".

Dice que las cuentas pueden tener un "guión o instrucciones: alguien las programó para hacer cosas específicas como crear una cuenta falsa en Twitter con este nombre y esta foto; publicar este mensaje cada 5 minutos; dar 'me gusta' a cualquier publicación que mencione al 'candidato X'; retuitear a todas las cuentas que sigan al 'producto Y'; etc".

-¿Y de qué hablamos cuando hablamos de una granja de bots o de clics?

-Una granja de bots o de clics es una práctica fraudulenta que consiste en con-

tratar grandes grupos de individuos, generalmente en países con mano de obra barata, para que realicen clics manuales sobre contenidos publicitarios, interactúen con publicaciones o generen actividad falsa en redes sociales. También existen granjas robotizadas, donde un computador maneja varios teléfonos y cuentas de redes sociales, simulando ser personas.

2.- Trolls: usuarios individuales que "provocaban"

-¿Cómo se puede explicar en Chile su evolución?

-La evolución en Chile, como en gran parte del mundo, refleja una sofisticación creciente en las tácticas de manipulación online. Originalmente los *trolls* se referían a usuarios individuales que publicaban mensajes provocadores, ofensivos o irrelevantes en foros y redes sociales con el único objetivo de molestar, generar debate agresivo o desviar la conversación. Su motivación solía ser personal, buscando llamar la atención o atacar puntos de vista diferentes. En el caso de los bots, con el tiempo, la automatización se hizo más accesible. Surgieron como programas que podían replicar y amplificar mensajes de manera masiva y rápida. A diferencia de los trolls, que son personas, los bots son herramientas programadas para difundir información.

3.- Objetivos políticos: silenciar o desacreditar

-¿Para qué una empresa o un político utiliza esta manipulación de los algoritmos?

-Utilizan la manipulación de algoritmos por varias razones estratégicas. Amplificar mensajes específicos, silenciar o desacreditar oponentes mediante ataques coordinados, campañas de desprestigio o la saturación de mensajes negativos.

-¿Cree que esto llegue a influir en la decisión de un votante cuando se instala una mentira?

-Sí, absolutamente. La evidencia sugiere que la desinformación y las mentiras pueden influir significativamente en la decisión de un votante. Varios estudios han demostrado que con el efecto de la exposi-

ción repetida, las personas tienden a creer la información que escuchan repetidamente, incluso si es falsa.

-¿Puede llegar a ser tan creíble? Parecen más sofisticados que hace 10 años.

-Los bots se han vuelto considerablemente más sofisticados. Hace 10 años, muchos eran fáciles de identificar por su actividad repetitiva y predecible, falta de interacción humana o perfiles incompletos. Sin embargo, los bots actuales pueden imitar el comportamiento humano, tener nombres y fotos de perfil que parecen reales e interactuar con otros usuarios de forma más natural.

4.- 3 mil likes por 10 dólares

-¿Quiénes se dedican en Chile a esta industria y cuánto podría llegar a ser su valor en el mercado?

-Identificar a los actores específicos de esta "industria" en Chile es complejo, ya que operan en la clandestinidad o bajo fachada. Se sabe que pueden estar involucradas agencias de marketing digital con pocos escrúpulos; equipos de campaña política; grupos ideológicos o activistas.

-¿Cuánto cuesta?

-El valor de mercado es difícil de estimar debido a su naturaleza ilegal y no regulada. Podría variar desde pagos informales por "clics" o "interacciones" hasta contratos significativos para campañas de desinformación a gran escala. Pero una referencia básica es el de 3.000 likes por USD 10 en 12 horas (en Vietnam). Las interacciones más profundas, como mensajes de apoyo o rechazo, son más caros.

5.- Persecución legal, el desafío

-¿Es posible identificarlos?

-Es difícil para el público general, pero sí es posible para investigadores, periodistas de investigación, empresas de ciberseguridad y las propias plataformas de redes sociales que cuentan con equipos y algoritmos de detección.

-¿Y perseguirlos legalmente?

-La persecución legal en Chile es un desafío. Si bien no existe una ley específica contra el uso de bots o granjas de clics para la manipulación política, ciertas acciones podrían encuadrarse en delitos existentes.