

BOTS PARA LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Antoni Gutiérrez-Rubí

La trazabilidad digital de los electores se ha convertido en una poderosísima herramienta de competición política. Ese rastro es una minería de datos sobre las relaciones, los patrones y comportamientos de las personas. Un botín incalculable. Y, al mismo tiempo, un dato decisivo –en sí mismo– en un entorno de atenciones limitadas y predicciones de profecías autocumplidas gracias a los algoritmos que nos crean realidades tan confortables como complacientes. La batalla por la trazabilidad es decisiva para una comunicación política más dependiente que nunca de la fuerza de los buscadores.

Un buen ejemplo es la capacidad de Google [1] para predecir los resultados electorales y de hacerlo con un nivel de acierto altísimo. También Twitter podría convertirse, con los sistemas de medición adecuados [2], en una herramienta útil para recoger tendencias a

partir de las relaciones y conversaciones que se desarrollan en esta red. Parece claro que la demoscopia ya no se puede definir sólo a través de opiniones, ahora también podemos medir los intereses y el comportamiento de los ciudadanos [3].

En este contexto en el que las conversaciones se resumen en patrones matemáticos y estadísticos, los bots aparecen como *una tentación* para mecanizar las relaciones personales, creando realidades paralelas o ficticias. Y también pueden ser una alternativa para una mayor eficacia comunicativa –no exenta de riesgos y amenazas–, por lo que merecen ser estudiados y analizados. Existen diferentes tipologías de esos bots al servicio de los partidos políticos y, desde luego, no todos son negativos o inmorales. En este texto veremos alguno de ellos:

Antoni Gutiérrez-Rubí es consultor de comunicación pública y política. Es fundador y director de Ideograma. Tiene una larga experiencia en el desarrollo de estrategias globales y prestación de servicios de comunicación dirigidos a líderes, gobiernos, administraciones, grandes empresas, entidades sin ánimo de lucro e instituciones públicas y privadas. (@antonigr)

1. Bots de seguidores. “¿Quieres aumentar tus seguidores? ¡Oferta! Por 100 euros conseguirás 10.000 más”. Seguro que más de una vez hemos visto mensajes parecidos a este. Se trata de la opción más sencilla y burda: la mercantilización de la audiencia con dosis de egosurfing. Son seguidores falsos, creados por empresas o por la propia gente del partido para aumentar la percepción de fuerza en redes sociales. A menudo, los medios de comunicación sólo miden los números y, erróneamente, ponen en grandes titulares que X candidato tiene más seguidores que otro (un gran error, ya que no miden el engagement) [4].

Es por eso que la compra de seguidores falsos para superar al adversario ha sido hasta hace poco una medida habitual (hasta que se han producido diferentes escándalos) [5]. Otra opción que se realiza a veces es comprar seguidores falsos para el adversario y después denunciarlo (o, al menos, es lo que dicen haber padecido aquellos a los que encuentran con usuarios falsos).

2. Bots de difusión. A través de estos bots se automatizan los tuits y los retuits. Se trata de conseguir trending topics y de difundir los contenidos (aunque esos bots casi no tengan seguidores). El número de estos bots no es una cifra baladí. Según indican en Media Esfera [6], “23 millones de cuentas de Twitter son manejadas por bots, o lo que es lo mismo, un 8,5 % de usuarios activos tuitean automáticamente”. Otra cifra: en Twitter, durante los días previos al referéndum del ‘brexit’ se observó [7] que, de las casi 314.000 cuentas en Twitter que hablaban acerca de la votación, a favor o en contra, el 15 % fueron en gran medida o totalmente automatizadas. En España son también comunes

algunas de estas situaciones, por ejemplo, el ejército tuitero para apoyar a Esperanza Aguirre y atacar [8] en 2011 la “marea verde” (profesores en huelga).

En los debates estadounidenses de esta campaña presidencial, John Howard, de la Universidad de Oxford, demostró [9] como un tercio de los tuits de apoyo a Trump en Twitter son de bots. Por ejemplo, durante el primer debate presidencial en EEUU, el tráfico a favor de Trump fue el doble de los que apoyaban a Clinton. Se registraron casi dos millones de tuits a favor de Trump y solo unos 613.000 a favor de Clinton. Al investigar las características de los mensajes, los investigadores observaron que el 33% de los apoyos a Trump provenían de cuentas de robots, frente al 22% registrado a favor de Clinton (que también cuenta con esa ayuda ‘no humana’).

Esta tipología de bots es una herramienta bastante usada por algún partido y muy perseguido tanto por Twitter como por la prensa. Recomendando saber algo más leyendo el texto Política automatizada, de Myriam Redondo [10]. Allí se indican tres webs donde poder saber si una cuenta es o no un bot (aunque suele ser difícil de detectar): www.theblockbot.com, www.twitteraudit.com o <http://truthy.indiana.edu/botornot>. Carlos Guadián también indicaba en su blog [11] algunos trucos para detectarlos.

Existe, además, un interesantísimo blog, bots de Twitter [12], que desvela estas malas prácticas en la política española y quiénes son los autores materiales. Tal como indican: “aunque estrictamente el término bots denotaría automatización, de manera coloquial se denomina así cuando una persona o un partido gestiona varias cuentas de perfil falso (pueden ser

cientos) para lanzar propaganda como si fuesen opiniones de personas reales y también para atacar a adversarios políticos". Y es que el ataque es otra de las prácticas comunes de esta tipología de bots que, a través del anonimato, atacan a políticos o a partidos. El tema no es si sus ataques tienen más o menos difusión (aunque puedan tenerla), sino que interrumpe la comunicación online normal del agredido/a, que debe defenderse intentando, siempre, no crear a su vez un efecto Streisand.

Otra tipología de ataque es la que se denomina "Twitter spam", cuando un político promueve que se "presione" a otro a través de sus redes. Hay ejemplos en todo el mundo, incluso también lo usó Barack Obama, con menos éxito del esperado. En Estados Unidos y en Francia, además, se automatizó [13] este ataque organizado contra los adversarios políticos, creando herramientas web para hacerlo.

3. Bots de tráfico. Estos bots, como bien explica Guillermo Perezbolde en un artículo [14] de 2012, buscan generar tráfico en sitios web de manera artificial. Actualmente ya no son tan comunes gracias a que Google hace unos años los combatió mejorando sus métodos de detección para que no afectaran a sus servicios de publicidad. En redes sociales estos bots son utilizados para simular *likes* o clics en links dentro de Facebook o incluso se utilizan para aumentar la cantidad de visitas en un vídeo de YouTube.

Recientemente hemos podido ver un ejemplo en política. Justo después del 'brexit', se hizo una petición [15] al Gobierno británico para que volviera a repetir el referéndum. La petición online obtuvo más de 3,7 millones de nuevas firmas ese fin de semana –una

oleada ampliamente interpretada por la prensa mundial como un signo de remordimiento de los votantes–. Pero cuando los expertos observaron la petición, surgieron inconsistencias. Al mediodía del domingo, la petición tenía 42.000 firmas de la Ciudad del Vaticano (con una población de alrededor de 800 ciudadanos) y casi 25.000 de Corea del Norte (donde el acceso a Internet es muy limitado). En resumen, eran bots los que sumaban peticiones y votos.

4. Bots temporales. Se promueve entre los activistas y militantes que cedan sus propias redes sociales para que, una o dos veces al día, el partido o el candidato/a puedan publicar informaciones en ellas. Es un buen modo, a su vez, de segmentar entre diferentes públicos y de llegar a más gente, pero hay que hacerlo bien para lograr que realmente funcione. La teoría es que siempre llega más lejos y se percibe como más creíble el mensaje de un amigo, familiar o de un contacto personal, que no un anuncio del partido. En este sentido, si los mensajes parecen demasiado impostados o publicitarios pueden tener el efecto contrario. Hay numerosos ejemplos [16], en España (CiU, PSOE, PP) o en otros países (Obama 2008 y 2012).

En Argentina, Macri también lo usó, a través de la empresa Spreadshout, que se dedica precisamente a gestionar estos estados de Twitter o Facebook cedidos.

Suele ser muy controvertido y criticado (especialmente por los adversarios), aunque todos los partidos lo intentan hacer igualmente de otro modo, como enviando vía WhatsApp o Telegram lo que quieren que pongan sus activistas en sus redes –aunque no sea automatizado–.

5. Chatbots automáticos. Para explicarlo, nada mejor que un ejemplo sencillo: en *The Guardian* [17], vía Facebook, se puede hablar por chat con un robot y recibir información sobre cocina. Si se le indica los alimentos que tenemos en nuestro frigorífico, o qué nos apetece comer, nos envía enlaces de recetas, pero también información culinaria. Totemcat [18] nos muestra otros ejemplos rápidos que nos ayudan a entender para qué sirven: “entre algunos de los bots más útiles se encuentra Cluise. Con este bot, podemos digitalizar nuestra ropa y sugerirnos un outfit en función de nuestras preferencias o las condiciones climatológicas. Otro bot muy interesante es Jessie’s Story, un videojuego en el que tenemos que hablar con Jessie, una chica de 20 años y aconsejarle sobre qué decisiones debería tomar en su vida. Dependiendo de los consejos, el resultado final del juego será distinto. Y para finalizar, Mezi, un asistente personal para compras. Tan solo tenemos que preguntar sobre lo que queremos comprar y nos ofrecerá una lista completa de dónde hacerlo. Además, nos guía hasta nuestro destino y nos ofrece reviews de otros usuarios”.

El auge de las chat apps y el mayor uso del dispositivo móvil para leer las noticias ha provocado que los editores estén experimentado con servicios de mensajería instantánea para llegar al público sin estar fuera de la conversación, según escribe el periodista digital Stephen Abbot, y que nos cuenta [19] el especialista Miquel Pellicer. El desarrollo parece imparable. El primer *editor de noticias del mundo* no emplea periodistas [20]. Facebook es ahora el mayor medio de comunicación del mundo, pero sin disciplina de verificación ni los principios del periodismo. Pero las agencias ya se han apuntado a los bots. Reuters se

convirtió [21] en la más reciente agencia de noticias en adoptar la automatización de contenidos. Sí, ahora usa robots, o más bien tecnología basada en Inteligencia Artificial. Y el éxito del chatbot de *The Sun* para la cobertura de los partidos de fútbol les ha animado [22] a lanzar nuevos bots verticales.

En política, politibot (creado por Eduardo Suárez, Martín González, Kiko Llaneras, Juan Font, David Martín-Corral y Jorge Galindo) triunfó en España en las pasadas elecciones generales, vía Telegram. Se trataba de un robot que nos ofrecía un montón de buena información sobre la campaña en nuestros móviles.

Aunque hay ya centenares de chatbots (se pueden encontrar en Botlist) que pueden interactuar con nosotros sin demasiados problemas, y hacerlo en diferentes redes (Facebook Messenger, Telegram, Kik, Skype...). Incluso hay herramientas para que cualquiera pueda crear su propio chatbot [23].

En política, como indican en el *The Washington Post*, desde principios de junio una cuenta denominada @StayWokeBot ha hecho todo lo posible para mantener la moral entre la comunidad de protesta negra en Estados Unidos. Este robot hace dos cosas [24], aunque puede hacer más en el futuro: en primer lugar, anima a los activistas negros; en segundo lugar, cuando alguien le sigue, pregunta en qué estado vive y, después de la respuesta, le dice a qué políticos debe presionar para pedirles que voten a favor de dos medidas de control de armas. No es el único bot que se dedica a animar e informar a sus activistas. También existen: @congressedits, @NRA_tally o @droptelbot.

En abril de 2015, un equipo de Microsoft creó un

proyecto muy similar a @StayWokeBot que tuiteaba a usuarios en América Latina y les pedía ideas para generar soluciones a la corrupción del gobierno. En general, el 45% de los tuits de los bots recibió una respuesta.

6. Los bots asistentes de políticos. Es una sugerente opción. En este mes de octubre (2016) se acaba de presentar un bot (no oficial) de Carles Puigdemont, Presidente de Catalunya. *Puigdebot*, a través de las redes sociales (Facebook o Instagram), es un programa que simula mantener una conversación con el Presidente y que está programado para ofrecer respuestas automáticas, incluyendo otras opciones como las de votar en un referéndum simulado sobre la independencia. Sus creadores, Josep Maria Ganyet, ingeniero informático y profesor de la Pompeu Fabra, y Quico Domingo, consultor IT, lo han presentado en el marco del ciclo de debates Catosfera: “No se trata de suplantar a nadie, sino que es un asistente que le hará llegar los mensajes; es una tecnología que está mucho al orden del día porque permite comunicarse de una forma muy natural sin tener que descargar ninguna aplicación”.

La Casa Blanca –este sí que es oficial– te invita a escribir al presidente Barack Obama a través de Facebook Messenger. En su página de Tumblr, la Casa Blanca anunció que los estadounidenses ahora pueden mandarle mensajes al Presidente usando un bot en Messenger [25]. Obama, que no ha renunciado ni a leer la correspondencia dirigida a él, ni a escribir las respuestas (a mano) de algunas cartas de los ciudadanos, dispone así, desde hace unas semanas, de un bot oficial de correspondencia.



Una conclusión no concluyente. Nicholas Carr, escritor y finalista del Premio Pulitzer, afirmaba en una entrevista [26] reciente: “La tecnología puede desafiarnos y mejorarnos o volvernos criaturas pasivas”. Y tiene razón. Los bots nos reducen a un patrón previsible y programable por un algoritmo. Nuestra identidad se convierte en un dato. Y reducen a nuestros representantes y a nuestras instituciones a un proceso de mecanización de la representación, creando atmósferas de retroalimentación que limitan la diversidad y la pluralidad. Los bots pueden alimentar el pensamiento único, creando nuevas corporaciones de servicios. Carr, en su último libro *The Glass Cage: How Our Computers Are Changing Us* (que examina las consecuencias personales y sociales de nuestra dependencia en crecimiento de los ordenadores, los robots y las apps), nos presenta un horizonte inquietante: “¿Hemos sido seducidos por una mentira?” Recopilando una década de publicaciones de su blog Rough Type, así como varios de sus ensayos, el autor ofrece una historia alternativa de la era digital.

La industria también habla cada vez más claramente, sin ambigüedades: “La explosión del Big Data llegará con los robots”, afirma el vicepresidente de Gartner, Stephen Prentice, quien nos previene y anticipa[27] que la economía tecnológica se reducirá a “una industria de grandes ecosistemas en el que quienes controlen los chatbots serán los grandes ganadores”. Un ejemplo: Telegram premiará con un millón de dólares a desarrolladores de bots para su app. La empresa asegura que no pedirá nada a cambio, únicamente quiere hacer crecer su ecosistema digital de esta herramienta que imita el comportamiento humano.

¿Qué pasará con la comunicación y con la política en la era de los bots y del Big Data? [28] Es pronto para aventurar un desenlace, aunque ya vamos viendo luces y no pocas sombras. Dependerá de nuestra capacidad de autonomía y de nuestra capacidad regulatoria. Mientras, en la política democrática (institucional y electoral) pueden ser, también, un poderoso instrumento para facilitar (mucha) información, haciéndola instantánea y accesible, reduciendo la arbitrariedad del poder, al homologar respuestas y procesos de servicios públicos, por ejemplo. Homologaciones que deben ser objeto de regulación, obviamente. La información digital es y será, cada día más, el *derecho natural* a la información.

Los partidos políticos y las campañas electorales los van a utilizar con intensidad por su eficiencia, por su eficacia y por su flexible fortaleza. Los programadores serán los nuevos narradores. Y los bots formarán parte del nuevo escenario de la tecnopolítica [29].

Referencias:

- [1] <http://www.gutierrez-rubi.es/2015/11/03/el-efecto-google-en-politica/>
- [2] <http://tendo.sibilare.com/2016/06/28/26j-lo-que-twitter-intuyo-y-la-demoscopia-convenicional-no-supov-er/>
- [3] <http://www.gutierrez-rubi.es/2016/05/19/la-nueva-demoscopia-electoral/>
- [4] <http://www.xavierpeytibi.com/2011/11/03/el-engagement-en-facebook-de-los-candidatos-al-20n/>
- [5] <http://www.20minutos.es/noticia/2230236/0/mariano-rajoy/seguidores-falsos/twitter/>
- [6] <http://mediaesfera.com/bots-cuando-tu-cuenta-es-manejada-por-un-robot/>
- [7] <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/06/27/how-online-bots-conned-brexite-voters/>
- [8] http://www.eldiario.es/sociedad/Profesores-Esperanza-Aguirre-Marea-Verde_0_562044436.html
- [9] <http://www.elperiodico.com/es/noticias/internacional/apoyadores-trump-twitter-robots-5573806>
- [10] http://compolitica.com/wp-content/uploads/ACOPPapersNº5_Draft.pdf
- [11] <http://www.k-government.com/2016/06/17/bots-medios-digitales/>
- [12] <https://botsdetwitter.wordpress.com/>
- [13] <http://www.xavierpeytibi.com/2011/11/26/twitter-spam-organizado/>
- [14] <http://www.merca20.com/todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-los-bots-en-redes-sociales/>
- [15] <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/06/27/how-online-bots-conned-brexite-voters/>
- [16] <http://www.k-government.com/2011/10/06/ceder-tu-twitter-y-facebook-al-partido-popular-es-prostituirlo-prostituit/>
- [17] <http://totemcat.com/que-es-un-bot-desarrollo-de-apps-ios-android-iphone-ipad/>
- [18] <http://digiday.com/publishers/guardian-learned-chatbots/>
- [19] <http://miquelpellicer.com/2016/10/como-usar-chatbots-en-los-medios/>
- [20] <http://www.media-tics.com/noticia/6793/Internet/primer-editor-noticias-mundo-emplea-periodistas.html>
- [21] <http://bit.ly/2cqqrX>
- [22] <http://digiday.com/publishers/suns-football-chat-bot-drove-nearly-half-users-back-site/>
- [23] <http://www.hongkiat.com/blog/tools-to-build-chatbots/>
- [24] <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/08/11/the-next-frontier-of-online-activism-is-woke-chatbots/>
- [25] <http://whitehouse.tumblr.com/post/148743997823/every-day-president-obama-reads-10-letters-that>
- [26] <https://www.youtube.com/watch?v=MAh5UGK8iSA>
- [27] <http://www.elmundo.es/economia/2016/10/13/57ff5f36468aeb5b7f8b4612.html>
- [28] <http://www.gutierrez-rubi.es/2015/11/05/politica-del-big-data-al-data-thinking-acop-paper/>
- [29] <http://www.gutierrez-rubi.es/tecnopolitica/>