



Los «bots»: los usuarios fantasma que crean corrientes de opinión en la red

Los artífices del fraude en internet, como el detectado en **Facebook** para desinformar y difundir opiniones interesadas, recurren a técnicas muy variadas, como por ejemplo los «bots», que son ordenadores programados para actuar como usuarios fantasma y cuyo tráfico artificial infla las visualizaciones con clics no humanos, sino de máquinas.

Facebook acaba de desactivar una treintena de cuentas y páginas en su red social y en Instagram tras detectar que estaban coordinadas en una presunta campaña de desinformación identificada a pocos meses de que se celebren elecciones legislativas de medio mandato en noviembre en Estados Unidos.



Identificar en tiempo real contenidos falsos y **webs ilícitas** que suplantan a otras, así como detectar el tráfico de usuarios no humanos en la red son aspectos prioritarios para todo el ecosistema de internet, explica a Efecturo

el director general para el sur de Europa de la plataforma líder en publicidad

MediaMath, Gonzalo García.

Dado que no tiene el mismo valor publicitario colocar un anuncio en una página de prestigio que en cualquier otra sin apenas audiencia, o ilegal, los expertos del fraude también recurren a la suplantación de dominios para hacer creer que un contenido aparece en un sitio de prestigio cuando sin embargo está en otro muy distinto.



Asimismo, el objetivo de las noticias falsas o «**fake news**» es engañar «intencionadamente» para que el usuario crea que algo es cierto. Los motivos «no son sólo políticos, sino de cualquier tipo», explica por su parte a Efe un portavoz de la plataforma de recomendación de contenidos Taboola, servicio en internet

que impacta ya a casi la mitad de la población mundial que accede a la red desde el PC.

«Las **noticias falsas** son un desafío para toda la industria», añade el experto. Al igual que los ataques cibernéticos, la pregunta es «cómo se prepara uno contra ellos y cómo responde» sabiendo que van a ocurrir, continúa el responsable de Taboola.

Sólo en el ámbito de las campañas de publicidad digitales, alrededor del 12 por ciento de las impresiones o impactos son fraudulentos, según diversos estudios. De hecho, el mercado de la publicidad calcula pérdidas por fraude este año en este mercado de alrededor de 19.000 millones de dólares.