LITORALPRESS

Fecha: 27-11-2024
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Chile Tecnológico
Tipo: Noticia general
Título: Fake reviews: Alertan sobre el impacto de las reseñas falsas en el comercio online

Pág. : 5
Cm2: 410,5

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

PÉRDIDAS EN VENTAS LLEGARÍAN A US$ 152 MIL MILLONES:

Fake reviews: Alertan sobre el impacto de las reseñas falsas en el comercio *online*

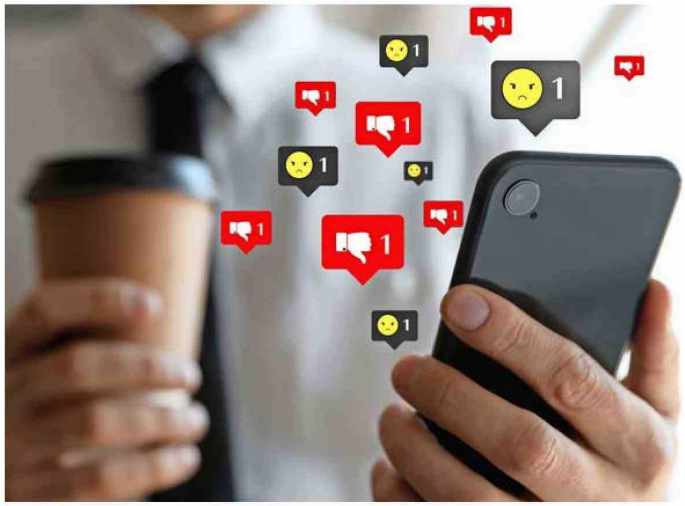
Esta práctica, que influye en la decisión de compra de productos en línea, se ha visto incrementada por el uso de IA generativa, que puede aprender a crear un testimonio falso imitando el estilo de perfiles humanos específicos, como nivel educacional, edad u orientación ideológica.

NOEMÍ MIRANDA

Al comprar en línea, muchos usuarios se fijan en las estrellas o calificación de un producto, y leen los comentarios de compradores que relatan sus experiencias. Sin embargo, en un fenómeno que viene creciendo con fuerza en los últimos años, muchas de estas reseñas son falsas: se trata de *fake reviews*, creadas por empresas especializadas exclusivamente con el objetivo de impactar en las ventas de un artículo.

Se estima que el 93% de los usuarios lee estos comentarios antes de comprar *online* y el 86% decide no hacer negocios con una empresa o servicio que tiene malas reseñas en internet, consigna un estudio publicado en el Journal of Business Research. Los investigadores agregan que "los vendedores en línea tienden a publicar reseñas falsas positivas sobre sus productos o reseñas falsas negativas sobre los productos de sus competidores". Por ello, las pérdidas en ventas a nivel mundial ascenderían a US$ 152 mil millones, según un análisis de 2021 del Foro Económico Mundial.

Esta práctica se lleva a cabo pagando a personas para que escriban las *fake reviews*; pero ahora, y con creciente intensidad, utilizando las IA generativas. Con técnicas de procesamiento de lenguaje natural y ocupando descripciones de un producto, los sistemas pueden aprender a generar una revisión falsa. "Es más, le puedes asignar un perfil al modelo para que escriba imitando a una persona con características específicas, como nivel educacional, edad u orientación ideológica, entre otros", explica Marcelo Mendoza, académico de Computación de la Universidad Católica.



SE ESTIMA QUE EL 93% DE LOS USUARIOS se informa antes de una compra leyendo comentarios en línea y el 86% retrocede en la decisión de hacer negocios con una empresa o servicio que tiene malas reseñas.

El problema es que "la IA generativa permite que los textos puedan parecer cada vez más veraces y los seres humanos hemos mostrado que no somos capaces de distinguir, al menos sin entrenamiento, entre un texto real y uno sintético", advierte el experto, quien también es investigador del Instituto Milenio Fundamentos de los Datos (IMFD) y del Centro Nacional de Inteligencia Artificial (Cenia).

DEMANDAS Y SANCIONES

El impacto de las *fake reviews* es tal, que a fines de octubre Amazon y Google iniciaron demandas paralelas en contra de Bigboostup.com, un sitio web que genera reseñas falsas de productos cuyo objetivo directo eran estas dos compañías. La empresa habría vendido los testimonios no verídicos a "actores maliciosos, para que las publicaran en las páginas de listados de productos en la tienda de Amazon y reseñas falsas de empresas que aparecen en la búsqueda de Google y en Google Maps", indicaron.

Amazon emprendió acciones legales en contra de más de 150 actores maliciosos que utilizaron esta práctica en Estados Unidos, China y Europa el año pasado. Además, con herramientas de aprendizaje automático, detectaron y bloquearon 250 millones de reseñas sospechosas de ser falsas en 2023. Es por eso que la Federal Trade Commission de Estados Unidos anunció en agosto una prohibición total a la creación o venta de reseñas, a la compra de testimonios y a la oferta de incentivos para escribir dichos relatos.

En Reino Unido, el daño anual de las *fake reviews* llegaría a los 312 millones de libras esterlinas. Y se estima que hasta el 15% de los comentarios en plataformas de *e-commerce* en las categorías de productos electrónicos, hogar y cocina, y deportes, son falsos.

En China, las autoridades investigan la aplicación Gold Testers, en la que los usuarios trabajan creando *fake reviews* y reciben una pequeña comisión cada vez que publican. También se detectó una *app* dentro de WeChat, el sistema de mensajería chino, que reclutaba personas con el mismo fin. A octubre de este año, Gold Testers ya no estaba disponible en las tiendas de Apple y Android.