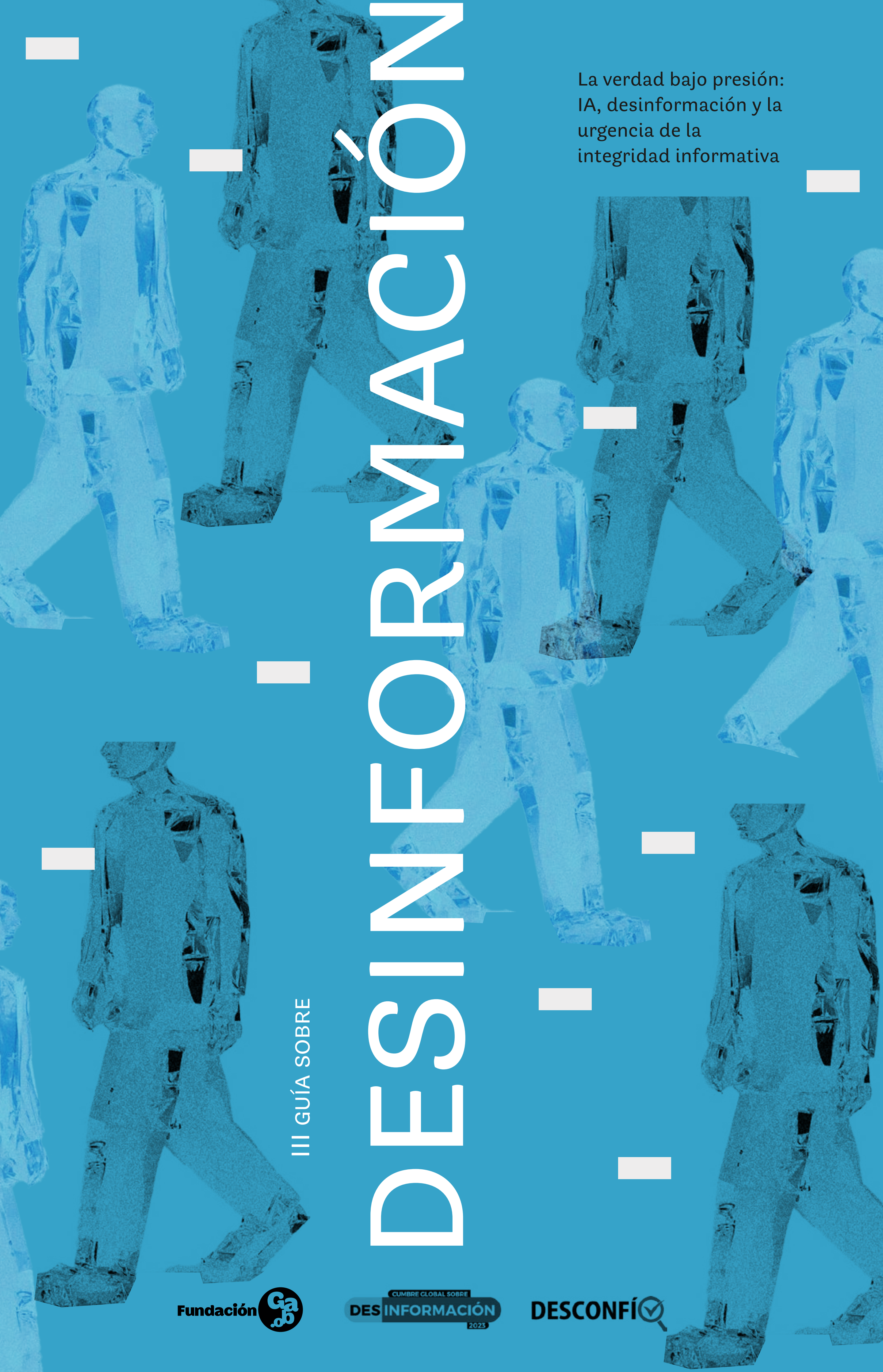
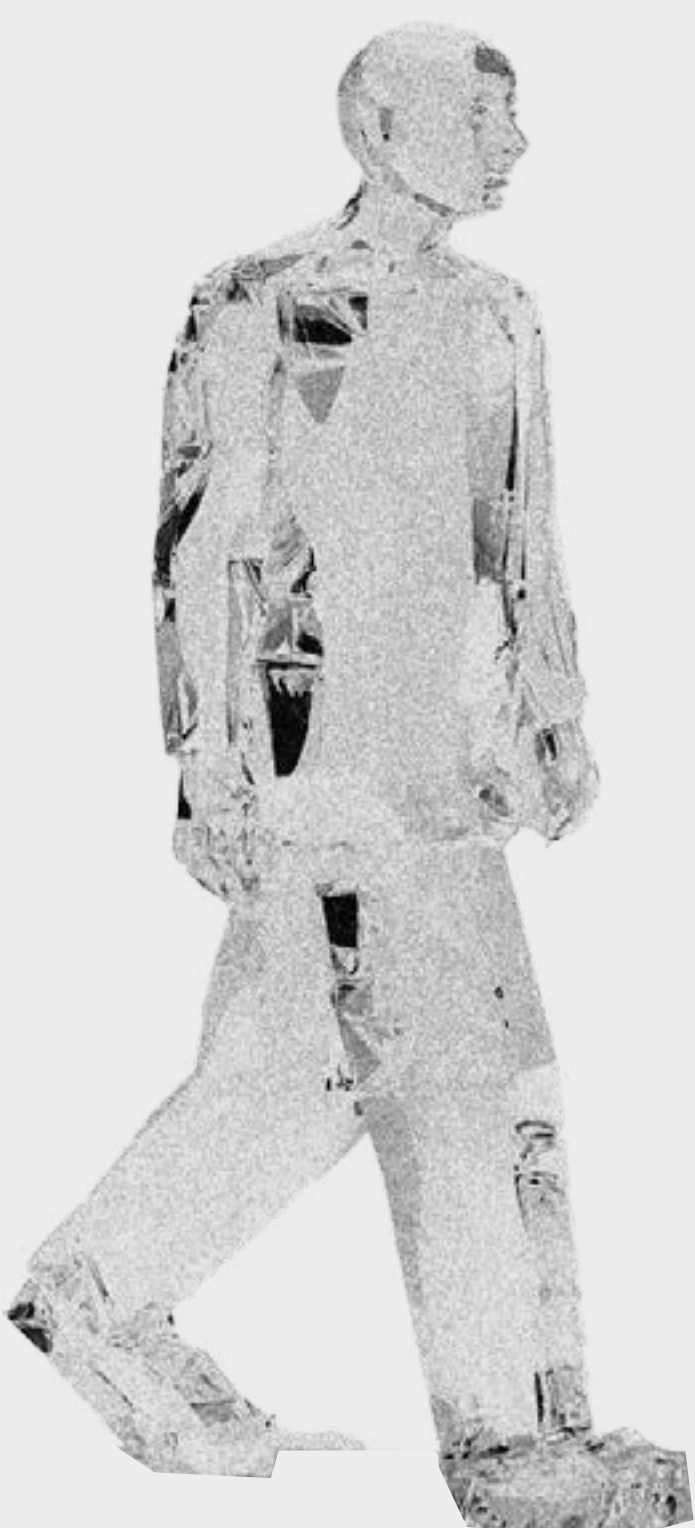




La verdad bajo presión:
IA, desinformación y la
urgencia de la
integridad informativa

III GUÍA SOBRE

DESINFORMACIÓN



III GUÍA SOBRE

DESINFORMACIÓN

La verdad bajo presión:
IA, desinformación y la
urgencia de la
integridad informativa

CRÉDITOS

IDEA ORIGINAL

Proyecto Desconfío (Argentina)

CONTENIDOS

Cumbre Global sobre Desinformación
(Edición 2025)
(www.cumbredesinformacion.com)
Sociedad Interamericana de Prensa /
Fundación para el Periodismo / Proyecto
Desconfío

TRANSCRIPCIÓN

Proyecto Desconfío

**TEXTOS Y
COORDINACIÓN EDITORIAL**

Kirvin Larios Moreno

EDICIÓN GENERAL

Andrés Martínez Zalamea

EDICIÓN Y COORDINACIÓN

Adrián Pino
Soledad Arréguez Manozzo

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Julio Villadiego Cubides
Clara Buesaquillo Izaquita

**EQUIPO FUNDACIÓN GABO
DIRECTOR GENERAL**

Jaime Abello Banfi

DIRECTOR DE PROGRAMAS

Miguel Montes Camacho

DIRECTOR DE PROYECTOS ESPECIALES

Daniel Marquínez Fernández

**DIRECTORA DE
COMUNICACIONES Y MERCADEO**

Carolina Gómez Piñol

**GERENTE DE CONTENIDOS
Y PROYECTOS EDITORIALES**

Alejandra Vergara Gallo

EDITOR GENERAL

Andrés Martínez Zalamea

COORDINADOR DE DISEÑO E INNOVACIÓN

Julio Villadiego Cubides

**EQUIPO PROYECTO DESCONFÍO
COORDINADOR**

Adrián Pino

**DIRECTORA DE EDUCACIÓN
Y MEDIA LITERACY**

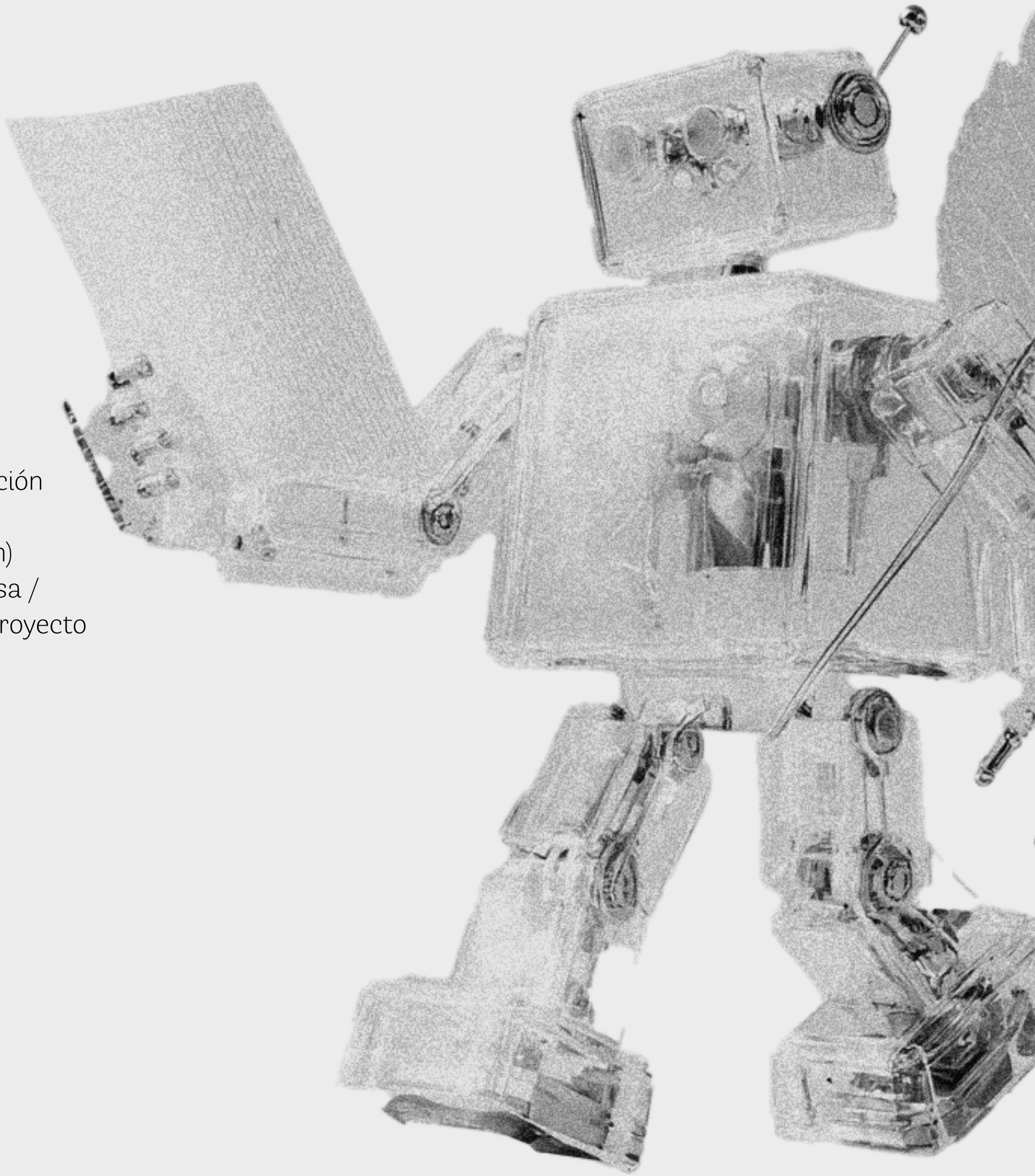
Soledad Arréguez Manozzo

COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN

María Emilia Merlo

COORDINADOR DE TECNOLOGÍA

Leandro Iglesias



ÍNDICE

08

CAPÍTULO 1

**CÓMO CONSTRUIR
UN ECOSISTEMA DE
INFORMACIÓN CONFIABLE**

26

CAPÍTULO 2

**ANTÍDOTOS
CONTRA LA
DESINFORMACIÓN**

42

CAPÍTULO 3

**ESCUDOS CONTRA
LAS ESTAFAS Y LA
MANIPULACIÓN**

48

CAPÍTULO 4

**DECLARACIÓN FINAL
DE LA V CUMBRE GLOBAL
SOBRE DESINFORMACIÓN**

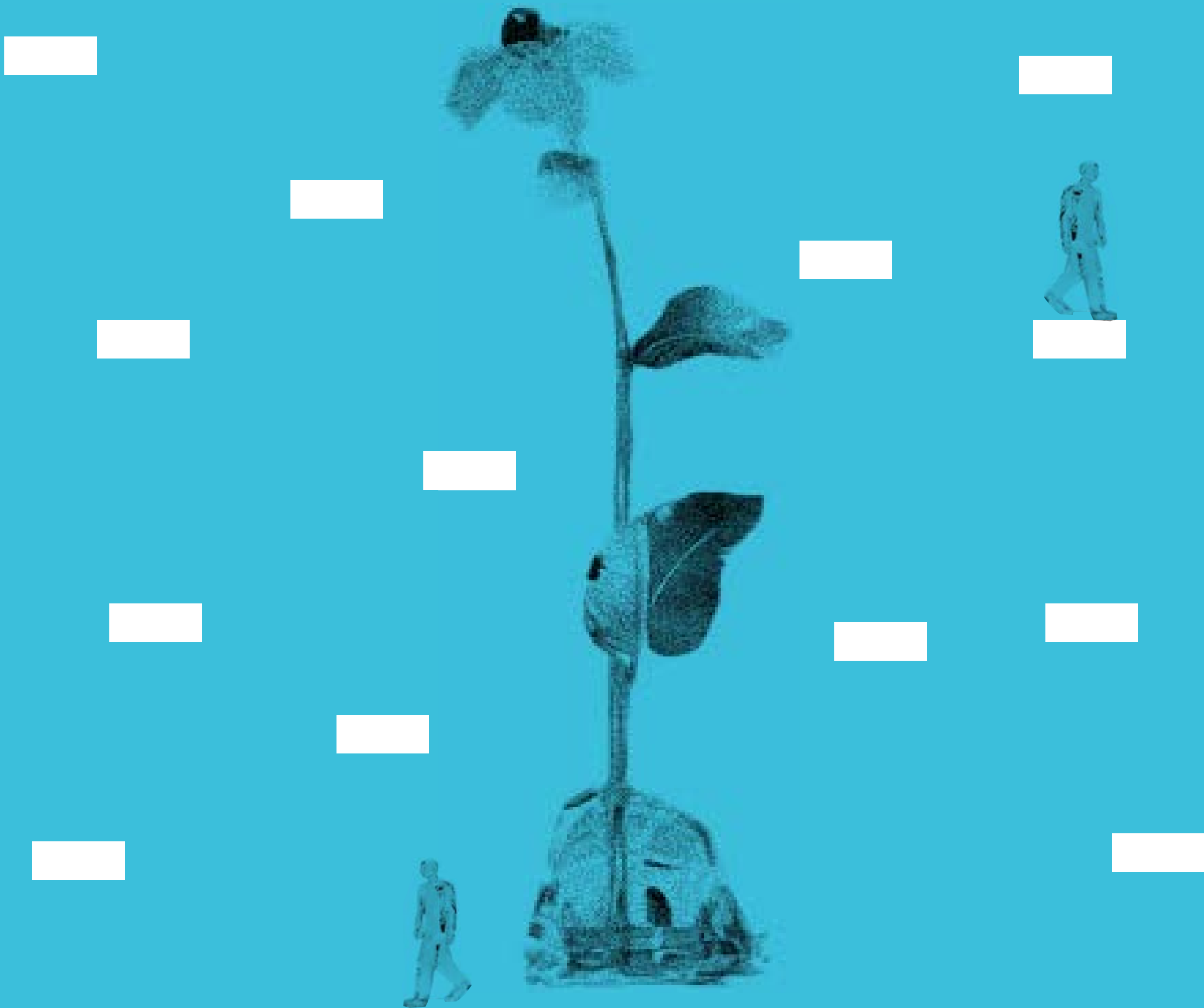


En un mundo saturado de información, distinguir entre lo verdadero y lo falso se ha vuelto una tarea crucial, que no debería estar solo al alcance de especialistas. Por eso hablar del fenómeno de la desinformación, analizarlo en colaboración con profesionales, periodistas y organizaciones es un camino para concebir y divulgar respuestas.

Esta guía parte de ese enfoque colaborativo impulsado en cada encuentro de la Cumbre Global sobre Desinformación, organizada por la Sociedad Interamericana de Prensa, Proyecto Desconfío y la Fundación para el Periodismo, y que celebró en 2025 su quinta edición. Cada página del presente documento es fruto de la convergencia de periodismo, academia, sector tecnológico y sociedad civil, que confluyen cada año en este evento de referencia en la agenda de América Latina y con expansión global. Es una invitación a pasar de la reflexión a la acción.

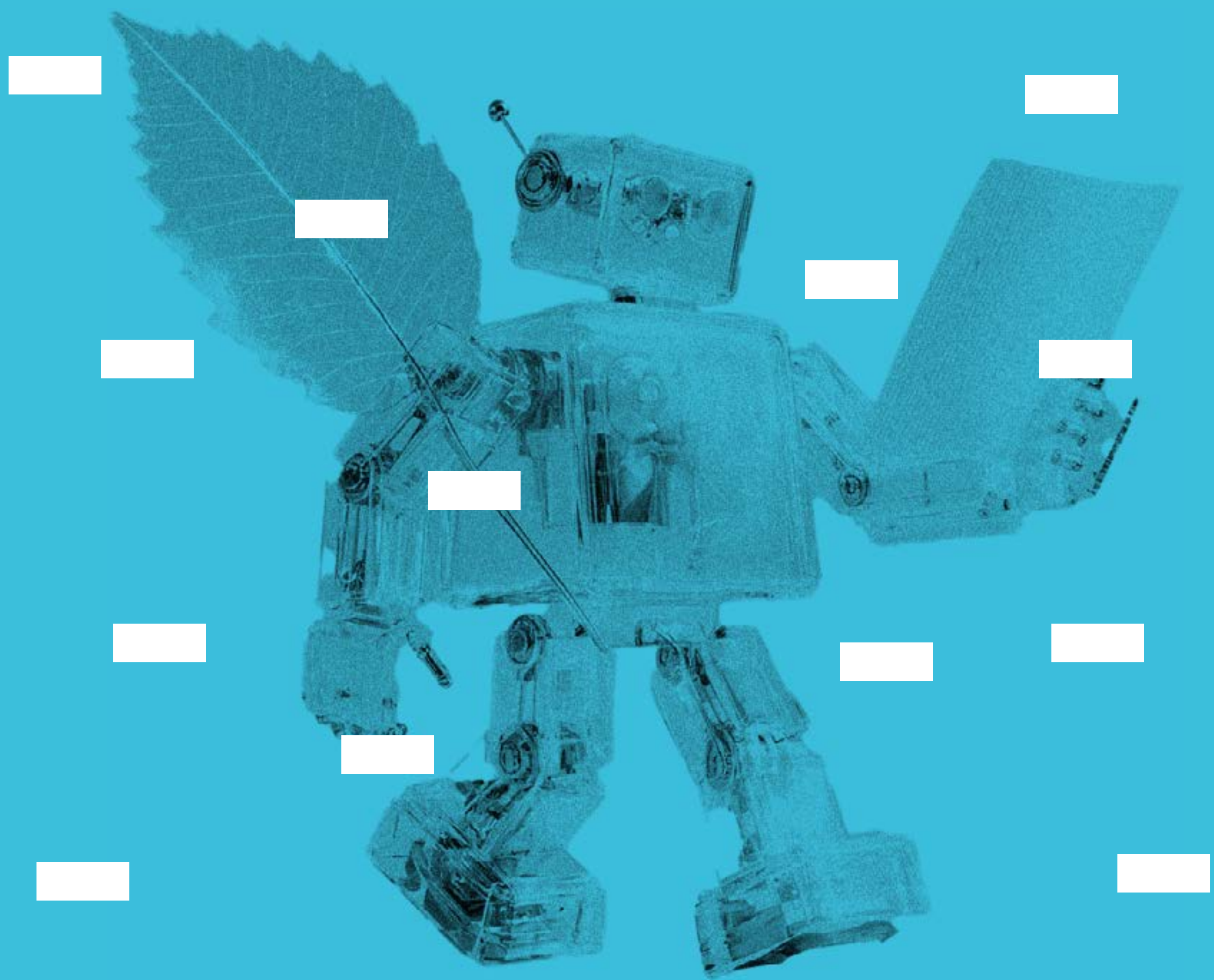
Por tercera vez consecutiva, la Cumbre y la Fundación Gabo unieron esfuerzos para acercar las novedades, recomendaciones, sitios de interés y otros insumos valiosos que contribuyan a fortalecer nuestros escudos contra la desinformación.

Te invitamos a seguir leyendo, a conocer y a difundir las buenas prácticas para que la verdad –contrario a la costumbre– circule mejor que las mentiras.



1

CÓMO CONSTRUIR UN ECOSISTEMA DE INFORMACIÓN CONFIABLE



1.1

REFLEXIONES INICIALES



El periodismo y el uso ético de las herramientas digitales pueden ayudar a discernir y combatir el engaño

Hay números que invitan a postrarse ante el poder omnímodo de la desinformación.

En internet, según un estudio realizado por el Instituto Tecnológico de Massachusetts, la mentira se propaga 70% más rápido que la verdad: los algoritmos priorizan lo que causa indignación, reactividad o miedo. Crear una deepfake –un video sintético que posiblemente se propague más rápido que uno auténtico– cuesta solo 20 dólares, el costo de la suscripción en HeyGen, una plataforma que permite generar clones digitales.

Mientras la mentira es llamativa y barata de producir, el costo global de la desinformación es de aproximadamente 78.000 millones de dólares. La preocupación por el uso de la inteligencia artificial con fines desinformativos ha crecido 78% entre los expertos, según un estudio de las Naciones Unidas. Y así sigue.

La irrupción de audios manipulados e imágenes alteradas producidas con inteligencia artificial agrava el escenario. La IA generativa se ha vuelto un tema central en la conversación pública, y además de ser la herramienta predilecta de los desinformadores, es una fuente de distorsiones en temas tan urgentes como la salud, el cambio climático, las dictaduras políticas o el mundo de las estafas digitales.

Estos y otros temas son abordados en la presente guía, siempre con un foco puesto en la integridad informativa y en la búsqueda de alternativas que abogan por un ecosistema de comunicación confiable. Pues a pesar de la cadena masiva de falsedades –y de la falta de respuestas de determinadas

empresas tecnológicas–, la IA abre oportunidades y el periodismo se adapta a las transformaciones.

De manera que las páginas siguientes ilustran la capacidad de las herramientas de la IA para mentir, pero también cómo el periodismo y el uso ético de las herramientas digitales pueden ayudarnos a discernir y combatir el engaño en relación a múltiples asuntos.

Gracias a la mirada de periodistas y de organizaciones comprometidas con la transparencia, este documento apela a la lucha por la integridad informativa, que es, a fin de cuentas, una lucha por la democracia. Una lucha que solo puede sostenerse de manera colectiva, con alianzas sólidas, innovación responsable y un compromiso permanente con la información de calidad. Para que las cifras negativas no nos abrumen y sigamos propiciando proyectos, iniciativas y buen periodismo.

De la reflexión a la acción: seis claves para enfrentar la desinformación

La irrupción de audios manipulados e imágenes alteradas producidas con inteligencia artificial agrava el escenario. La IA generativa se ha vuelto un tema central en la conversación pública, y además de ser la herramienta predilecta de los desinformadores, es una fuente

de distorsiones en temas tan urgentes como la salud, el cambio climático, las dictaduras políticas o el mundo de las estafas digitales.

Estos y otros temas son abordados en la presente guía, siempre con un foco puesto en la integridad informativa y en la búsqueda de alternativas que abogan por un ecosistema de comunicación confiable. Pues a pesar de la cadena masiva de falsedades –y de la falta de respuestas de determinadas empresas tecnológicas–, la IA abre oportunidades y el periodismo se adapta a las transformaciones.

De manera que las páginas siguientes ilustran la capacidad de las herramientas de la IA para mentir, pero también cómo el periodismo y el uso ético de las herramientas digitales pueden ayudarnos a discernir y combatir el engaño en relación a múltiples asuntos.

Gracias a la mirada de periodistas y de organizaciones comprometidas con la transparencia, este documento apela a la lucha por la integridad informativa, que es, a fin de cuentas, una lucha por la democracia. Una lucha que solo puede sostenerse de manera colectiva, con alianzas sólidas, innovación responsable y un compromiso permanente con la información de calidad. Para que las cifras negativas no nos abrumen y sigamos propiciando proyectos, iniciativas y buen periodismo.

1. La coordinación y cooperación

La amenaza de la desinformación es transfronteriza, tecnológica y política. Requiere coordinación regional, cooperación entre lo público y lo privado, investigación interdis-

ciplinaria, formación ciudadana y un compromiso de responsabilidad por parte de las grandes empresas de tecnología. Es importante compartir metodologías, alertas tempranas, experiencias exitosas y fracasos para aprender mutuamente y construir respuestas coordinadas que nos permitan anticipar la desinformación antes de que escale.

2. Un marco legal transparente

El compromiso debe ser firme: proteger la libertad de expresión sin permitir la impunidad de falsedades. Garantizar marcos legales que promuevan la transparencia y la rendición de cuentas sin caer en la censura. Empoderar a los ciudadanos sin responsabilizarlos solo por enfrentar un ecosistema manipulado y hostil.

3. Tecnología con valores

Asegurar que las innovaciones tecnológicas se desarrollen con responsabilidad y que los algoritmos no premien la mentira, sino que ayuden a identificarla y frenarla.

4. La educación

Promover campañas educativas permanentes desde la escuela hasta la esfera pública para que cada ciudadano pueda hacerse las preguntas esenciales: ¿quién produce este mensaje?, ¿con qué propósito? y ¿cómo puedo verificarlo?

5. Vigilancia sobre el poder

Exigir a los gobiernos transparencia, respeto por la prensa y una política de protección a periodistas y comunicadores que investigan y denuncian la manipulación informativa.

6. La esperanza

Cada experiencia compartida fortalece y cada estrategia multiplica el impacto. Es importante confiar en el poder del periodismo. Confiar en la capacidad de responder unidos frente a la mentira y ayudar a construir juntos democracias más fuertes, sociedades

más informadas y un futuro más seguro y previsible para todo el mundo. Los medios independientes y las iniciativas de verificación robusta logran frenar el impacto de las falsedades y vigorizan el debate público.

Las razones de una Cumbre Global sobre Desinformación.

[Ver video.](#)



¿Qué es y por qué debemos proteger la integridad informativa?

Charlotte Scaddan, asesora principal en Integridad de la Información de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), explicó que este concepto hace referencia a un ecosistema en que la información confiable y precisa esté disponible para todos y permita a las personas participar significativamente en la vida pública, tomar decisiones informadas y ejercer sus derechos.

A este ecosistema lo moldean múltiples actores: gobiernos, empresas tecnológicas, medios de comunicación, sociedad civil e individuos. “Fortalecer la integridad de la información para nosotros significa realmente construir sociedades resilientes que fomenten la confianza y el empoderamiento público a nivel individual”, dijo Scaddan. Fortalecer la información, subrayó, es importante ahora “más que nunca”.

Pero la integridad de la información se enfrenta a riesgos como las distintas formas de desinformación, los discursos de odio, las restricciones a la libertad de prensa y el uso nocivo de la tecnología, incluida la IA.

Como respuesta a estos riesgos, Scaddan presentó los Principios Globales de la ONU para la Integridad de la Información. Son cinco pilares pensados para guiar a gobiernos, empresas tecnológicas y medios:

1. Confianza y resiliencia

La confianza se refiere al grado en que la ciudadanía considera fiables las fuentes, la información –incluida la oficial– y los mecanismos mediante los cuales esta circula en el ecosistema informativo. La resiliencia, en cambio, alude a la capacidad de las sociedades para resistir y gestionar perturbaciones o acciones manipuladoras dentro de ese ecosistema.

2. Incentivos positivos

Crear incentivos positivos implica abordar las implicaciones críticas que los actuales modelos de negocio –basados principalmente en la publicidad dirigida y otras formas de monetización del contenido– tienen para la integridad del ecosistema de información, dado que constituyen el modo dominante de generación de ingresos.

3. Empoderamiento público

El empoderamiento de los particulares que navegan por el ecosistema de información exige que puedan controlar su experiencia en línea, tomar decisiones informadas –como el medio que desean consumir– y expresarse libremente. El empoderamiento público requiere un acceso coherente a fuentes de información diversas y fiables.

4. Medios independientes, libres y plurales

Una prensa libre es la base del Estado de derecho y sirve como piedra angular de las sociedades democráticas, ya que permite un discurso cívico informado que exige responsabilidades al poder y protege los derechos humanos. Se puede considerar que la prensa es libre cuando los periodistas y trabajadores de los medios de comunicación (incluidas mujeres y personas en situaciones de vulnerabilidad y marginalidad) tienen, de forma consistente, libertad para informar y operar con seguridad y de forma abierta, y todo el mundo tiene acceso de modo consistente a fuentes de noticias plurales y fiables.

5. Transparencia e investigación

El aumento de la transparencia por parte de las empresas tecnológicas y otros proveedores de información puede mejorar el modo en que se difunde la información, el uso que se hace de los datos personales y la forma de solucionar los riesgos para la integridad de la información.

Recomendado

Consulte el [documento completo](#) de la ONU sobre estos pilares y otros aspectos de la integridad de la información.



Respuestas prácticas a las campañas desinformativas

¿Cómo trabajar en medio del al auge de estos fenómenos? Scaddan recomienda partir de una base: “Investigar para comprender el riesgo informativo, mapear y evaluar el riesgo de la desinformación, el odio u otros riesgos, ya sea para una comunidad particular, un contexto geográfico como un conflicto o crisis, o un tema como el cambio climático”, dijo. En cada caso, se debe evaluar el riesgo de las campañas de desinformación.

Las respuestas no deben ser solo reactivas, sino abarcar la prevención, la protección y otros aspectos:

- **Prevención.** Construir resiliencia a largo plazo para evitar que los riesgos erosionen la cohesión social.
- **Protección.** Implementar salvaguardas específicas en momentos de alto riesgo, como procesos electorales.
- **Mitigación.** Contener la escalada de riesgos y reducir su impacto en tiempo real.
- **Recuperación.** Reconstruir la confianza y la resiliencia tras una crisis informativa.

Tres recomendaciones a periodistas

La ONU se encuentra trabajando con socios de todo el mundo para implementar los Principios Globales y pasar de la teoría a la práctica. “Las respuestas realmente efectivas requieren colaboración y acción multipartita”, afirmó Scaddan. Los gobiernos y las grandes empresas tecnológicas tienen más poder, re-

cursos y responsabilidades en estas prácticas; pero unos y otros pueden contribuir con perspectivas que tiendan a la creación de soluciones. El trabajo de los periodistas es imprescindible aquí, dijo. Estas son las recomendaciones:

1. Enfocar la desinformación en cada tema periodístico

Además de cubrir los riesgos informativos –incluida la inteligencia artificial–, los periodistas pueden tener en cuenta la desinformación o el entorno de la información misma como parte de su cobertura. Si abordan un tema como el clima, el ángulo sobre la desinformación puede cubrirse. Muchas campañas de desinformación apuntan específicamente a los responsables políticos, que leen las noticias, por lo que es muy importante tratar de influir en lo que sucede.

2. Usar la inteligencia artificial de forma ética y transparente

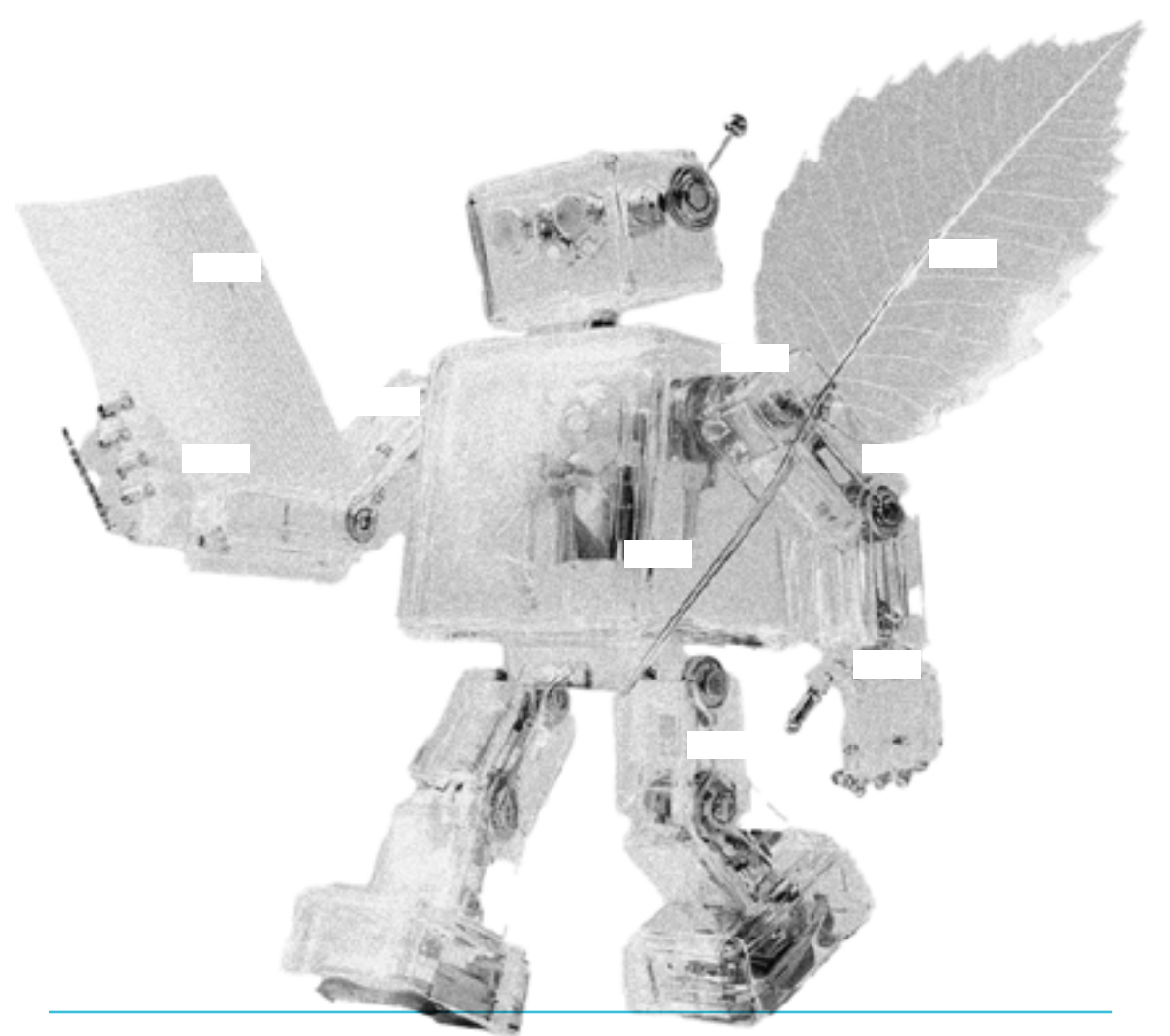
Esto es crucial, porque la transparencia ha sido una de las principales críticas dirigidas contra periodistas, medios y organizaciones internacionales, a menudo señalados como poco claros en sus prácticas. Por eso, el uso de estas herramientas debe estar acompañado de criterios éticos y una apertura sobre cómo se emplean.

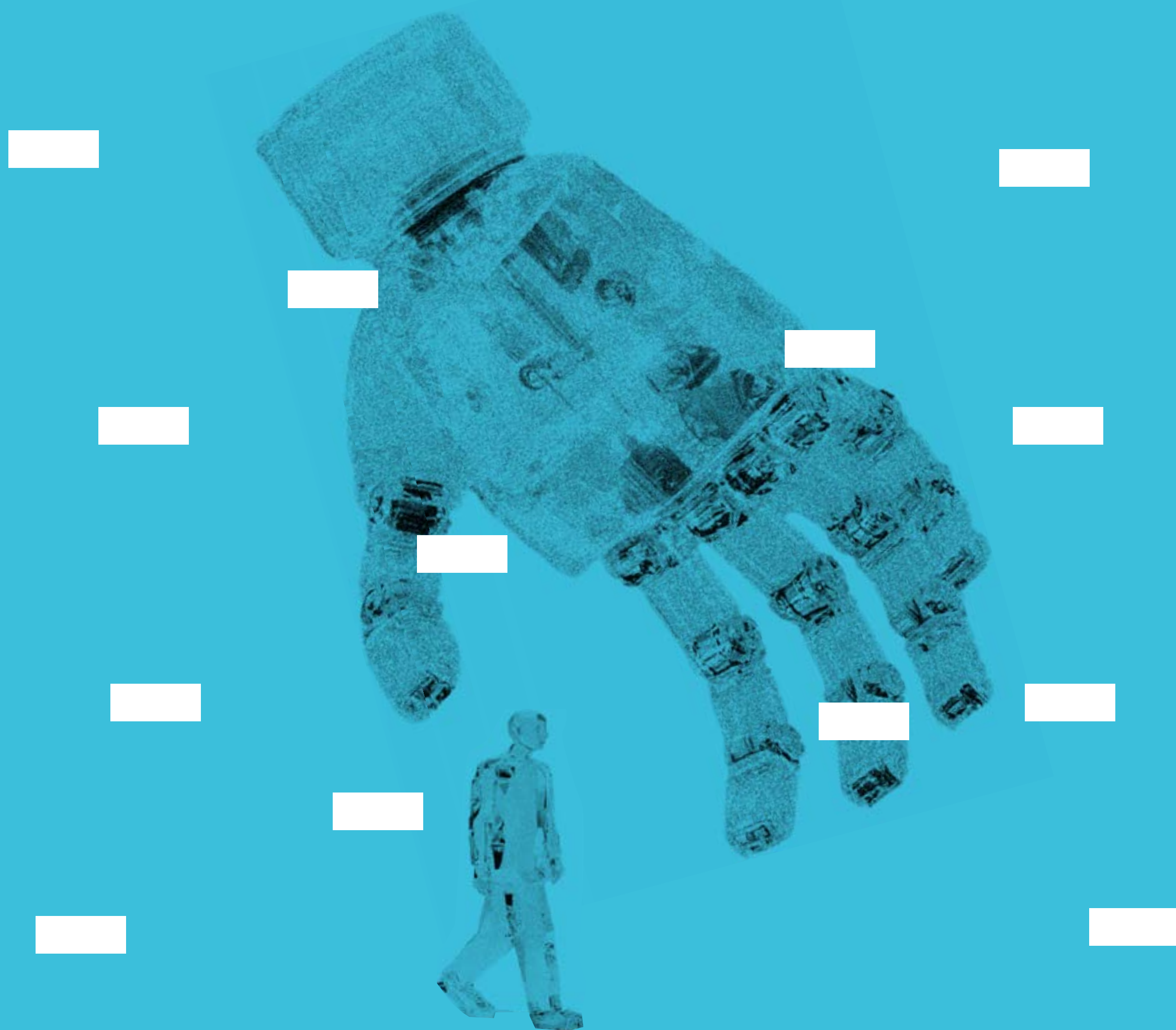
3. Crear historias transversales

Colaborar con quienes trabajan en diferentes sectores y producir historias que crucen temas y campos. Si el enfoque, volviendo al mismo ejemplo, es la desinformación climática, la transversalidad permite ver cómo ésta se vincula con el debilitamiento de los procesos democráticos y quiénes se benefician de ello.

“

Fortalecer la integridad de la información para nosotros significa realmente construir sociedades resilientes”





1.2

LA BATALLA POR LA INTEGRIDAD INFORMATIVA EN TIEMPOS DE IA

El mal uso de la inteligencia artificial ha llevado a la desinformación a proporciones industriales, que dificultan la detección. Charlotte Scaddan afirmó que el despliegue masivo de herramientas de IA ha convertido a las personas en “conejiillos de indias en un experimento de información a gran escala”. La experta también expuso los riesgos que acarrea no solo el uso, sino la estructura misma de los sistemas de IA.

- **Opacidad y poca fiabilidad.** Existe una falta de transparencia acerca de cómo funcionan las herramientas de la inteligencia artificial y las fuentes de información que utilizan. Las personas están utilizando cada vez más estos datos, aunque sean defectuosos, y carecen de la educación digital necesaria para evaluar su veracidad, precisión o confiabilidad.
- **Difusión de falsedades a gran escala.** Se usa la IA para facilitar la creación y disseminación de información falsa y de odio por parte de actores con propósitos financieros o estratégicos. Además, esta es creada con un costo bajo. Y como muchas personas no saben en qué creer, se incrementa la desconfianza en cualquier fuente de información y en el ecosistema informativo en general.
- **Brecha digital y perjuicio a los medios de comunicación.** La forma en que se usa la IA conlleva riesgos para el pluralismo informativo, profundiza la brecha digital y socava la viabilidad económica de los medios y otras industrias. El periodismo y otros datos confiables están siendo extraídos, resumidos y utilizados para entrenar la IA sin

“

El periodismo y otros datos confiables están siendo extraídos, resumidos y utilizados para entrenar la IA sin permiso ni compensaciones”

permiso ni compensaciones. Esto tiene un impacto profundamente perjudicial en los medios de comunicación, que ya enfrentan enormes desafíos financieros.

Los nuevos desafíos para la integridad de la información.
[Ver video.](#) 



Atacantes vs. defensores de la democracia

Nina Jankowicz es una experta en desinformación y democracia. Comenzó su carrera trabajando sobre Rusia y la desinformación en Europa Central y Oriental. Es cofundadora y directora ejecutiva del Sunlight Online Project, una entidad sin fines de lucro dedicada a combatir la desinformación. Ha asesorado a gobiernos, organizaciones internacionales y empresas tecnológicas, y ha testificado ante el Congreso de los Estados Unidos, así como ante los parlamentos del Reino Unido, Canadá y Europa. Es autora de los libros *How to Lose the Information War* (2020) y *How to Be a Woman Online* (2022).

La investigadora centró su intervención en “cómo los defensores de la verdad pueden resistir ataques y defender la realidad”. Hizo un llamado a la comunidad de investigado-

res, periodistas, académicos, funcionarios públicos, activistas y reguladores: “Podemos tener diferentes títulos laborales, pero todos tenemos una cosa en común: nos importa profundamente nuestra realidad común y nos importa profundamente protegerla”.

Explicó que aproximadamente durante una década, esa realidad “ha estado bajo ataque”. Estados, políticos y oportunistas “han contaminado el entorno informativo”, mientras que las corporaciones multimillonarias “han acelerado y fomentado esa contaminación”. A raíz de sus denuncias y defensa de la libertad, la comunidad que investiga y cuenta lo que sucede atacada.

“Los autócratas y sus aliados, que han dependido de la desinformación para ganar apoyo, están intentando estratégicamente socavar nuestro trabajo”, dijo Jankowicz. Ella misma ha sido objeto de ataques, desde el principio de su carrera cuando solía apoyar a activistas democráticos en Bielorrusia y Rusia. “Lamentablemente –agregó– estas tácticas, que eran tan visibles y comunes en lugares como Rusia, China o Irán, ahora también se usan en contra de nosotros en países democráticos. Y creo que debemos llamarlas por lo que son: ataques autocráticos”.

Los ataques a la democracia

Estas son las cuatro categorías de ataques que expuso Jankowicz:

- **Lawfare (Guerra jurídica).** Es un término técnico del inglés que alude a un litigio estratégico: demandas políticamente moti-

vadas, citaciones, solicitudes de documentos destinadas a sepultar en papeleos a investigadores, académicos, funcionarios públicos y activistas contra la desinformación. Buscan hacer que su trabajo sea demasiado costoso como para poder seguir haciéndolo.

- **Demonización en los medios.** A menudo los atacantes dicen a sus audiencias que quienes los señalan pertenecen al Estado profundo; que son agentes de la CIA, agentes extranjeros o, más comúnmente en la actualidad, que intentan censurarlos, cuando lo que se hace es exponer más información sobre ellos, brindando herramientas para la gente en la toma de decisiones.
- **Cargas administrativas.** En Estados Unidos, a algunos activistas contra la desinformación les han arrebatado su estatus de “Global Entry” (que permite ventajas fronterizas), los registran como “agentes extranjeros” o los tienen bajo investigación. La idea detrás de esta carga administrativa es agregar fricción y desagrado a la vida diaria y lanzar advertencias a la comunidad. Jankowicz lo comparó con el régimen de la Unión Soviética, cuyo propósito era mostrar que cualquiera que actuara de manera similar podía esperar una respuesta del gobierno.
- **Amenazas de violencia.** Estas tácticas suelen conseguir que más personas conozcan el trabajo de los atacados. Por un lado resulta positivo; pero a veces, por no ser simpatizantes, los atacados son continua-

mente perseguidos. “Vienen tras nosotros. Nos amenazan con violencia. Contribuyen al acoso en red, que puede incluir *doxing* [divulgación de información personal en internet] o amenazas violentas. Y algunas de estas amenazas violentas también ocurren físicamente”, explicó.

Lecciones de resistencia

Para ejercer su dominio, los autócratas necesitan controlar el relato y controlar lo que se dice en los medios de comunicación. La comunidad de investigadores de desinformación, periodistas, académicos, verificadores de datos, activistas y algunos funcionarios públicos en ciertos gobiernos se interponen en ese camino autoritario. Por eso reciben distintas formas de ataque. Jankowicz dio a conocer algunas lecciones urgentes para atravesar el entorno de mentiras y falsedades sistemáticas.

- **No ceder en el lenguaje:**
la desinformación es desinformación
“Cometimos un error clave al permitir que el otro bando ejerciera control reflexivo sobre nuestro trabajo y la forma en que lo describimos”, dijo la investigadora. Particularmente, en el idioma inglés, ha dejado de usarse en los años recientes la palabra *disinformation* (desinformación) debido a la carga política del término. Pero es un error abandonar términos como este solo porque se vuelven políticamente inconvenientes, ya que esto dificulta la comprensión pública del fenómeno.
- **La solidaridad.** Permanecer en silencio ante los ataques envía un mensaje de que las tácticas autocráticas funcionan; la co-

munidad debe defenderse mutuamente. En este punto la investigadora hizo un llamado a la solidaridad entre colegas y miembros de esta comunidad. El poder y las ganancias de los que difunden desinformación dependen de ella, y por eso se defienden entre sí “sin pensarlo dos veces”. “Lamentablemente, he visto que, debido a la competencia por fondos, a rencores arraigados o desconfianza dentro de nuestra comunidad, ese no es nuestro primer instinto, y necesitamos cambiarlo. Así que en los últimos tres años, cuando ha sido posible, he intentado defender a todos los que están bajo ataque y llamar la atención sobre su difícil situación”, afirmó.

- **El “silencio estratégico” no sirve.** A menudo los profesionales de relaciones públicas recomiendan, al lidiar con una crisis de relaciones públicas, que se debe aguantar, guardar silencio y esperar a que pase. “Esto es lo que me dijeron en el Departamento de Seguridad Nacional de EE.UU. cuando estábamos pasando por todo esto. Decían: ‘Terminará en un par de días’. Y bueno, aquí estamos, tres años y medio después, y aún no termina”, dijo.
- **Seguir en la lucha.** Jankowicz subrayó la importancia del trabajo en equipo y de la transparencia con las audiencias. Instó a los periodistas a defender su posición y a utilizar incluso los tribunales para enfrentar a quienes se lucran con la difamación. “La única forma de que ganen es excluirnos de la lucha”, concluyó.

La batalla por la integridad informativa en tiempos de IA.
[Ver video.](#) 



Tres herramientas para detectar desinformación con IA

El panel ‘Tecnologías e innovación para detectar desinformación’ reunió proyectos que utilizan y desarrollan herramientas para enfrentar los retos de la desinformación en el mundo digital. Presentamos una síntesis con lo más importante de estas ponencias.

1. Global Fact-Check Bot (Agencia Lupa)

Liderado por la Agencia Lupa, el [Global Fact-Check Bot](#) nació hace más de un año y medio como una alternativa de defensa ante el “robo” de información de la IA. Cristina Tardáguila –fundadora en 2014 de la Agencia Lupa, un centro de verificación de datos de Brasil–, se encargó de presentar este proyecto colaborativo que integra a más de 60 organizaciones de verificación. Cabe aclarar que aunque ya se encuentra operativo, sus desarrolladores llevan un año y medio de trabajo sin inversores y buscan financiación para ampliar sus capacidades tecnológicas.

Tardáguila explicó que en eventos como GlobalFact y Latam Chequea, varios verificadores de información detectaron que sus propios materiales y el trabajo de otros periodistas han sido extraído masivamente (escrapeado), robado y utilizado no solo sin autorización, sino además con fines comerciales. Lo mismo ha ocurrido con grandes plataformas periodísticas como The New York Times y Associated Press, entre otras.

El propósito de Global Fact-Check Bot es centralizar el conocimiento y los acervos de los chequeadores de información en un solo espacio para responder a los usuarios que buscan datos verídicos a través de la IA. El proyecto contempla un soporte en 10 idiomas y busca cubrir la información en más de

58 países. “En líneas generales, queremos tener un chatbot que haga que el trabajo del propio verificador sea más rápido, más eficiente y dé una visión más amplia de lo que acontece con una historia”, dijo Tardáguila. Para funcionar, el chatbot utiliza una base de datos de organizaciones examinada por redes internacionales como la International Fact-Checking Network o por la European Fact-Checking Standards Network.

2. FactFlow IA (Newtral)

La historia de [FactFlow IA](#) tiene su origen en las inundaciones de Valencia, España, acaecidas en octubre de 2024.

En medio de este desastre, la plataforma Telegram se inundó de noticias falsas sobre cadáveres, violaciones y poblaciones abandonadas. “Ninguna de estas afirmaciones fue respaldada en su momento por fuentes oficiales, ya que eran muchísimas”, explicó Sara Estévez, ingeniera de Newtral, que detalló el funcionamiento de esta herramienta diseñada específicamente para el monitoreo de canales públicos de Telegram. Al ver que los esfuerzos manuales eran insuficientes ante la desinformación sistemática, Newtral desarrolló FactFlow IA. “Cuando las falsedades se propagan más rápido que la verificación, la confianza y la seguridad pública corre peligro”, dijo Estévez.

El proyecto fue entrenado con una base de un millón de mensajes provenientes de dos mil cuentas identificadas previamente como sospechosas por verificadores humanos. La IA analiza automáticamente texto, audio y video, y alerta a los periodistas cuando una narrativa potencialmente peligrosa o sospechosa comienza a viralizarse.

Actualmente, esta herramienta está siendo testada internamente por la redacción de Newtral para asegurar su robustez antes de ser utilizada por plataformas de chequeo informativo y periodistas.

3. DeFacto App (El Toque)

En el exilio, donde se encuentra el equipo de trabajo del medio cubano El Toque operando desde nueve países, surgió esta aplicación móvil enfocada en combatir la desinformación en videos de Youtube. José Nieves, director de El Toque, contó que para su desarrollo tuvieron en cuenta que YouTube era fundamental para las audiencias cubanas y una de las principales fuentes de información junto a otras redes sociales como Instagram o TikTok.

En esas plataformas “se produce mucho contenido por parte del gobierno cubano y sus cuentas asociadas”, explicó Nieves. Dicho contenido demuestra “un esfuerzo estatal integrado con otras redes que nosotros llamamos redes de soporte autoritario”, porque trabajan con otras dictaduras para multiplicar mensajes desinformadores (Cuba, Nicaragua, Venezuela, articuladas con China, Rusia o Irán). Así, en El Toque llegaron a la conclusión de que “la principal fuente de desinformación en Cuba es el gobierno cubano”.

La herramienta convierte el video en audio y luego en texto para, por vía de modelos de lenguaje como ChatGPT, detectar frases chequeables. Su trabajo consiste en contrastar frases detectadas con bases de datos de chequeo existentes; si no encuentra una conexión exacta, la IA genera contexto informativo a partir de fuentes fiables para el usuario. El sistema indica el segundo exacto en el que se emitió la desinformación y proporciona enlaces directos a las verificaciones originales realizadas por medios profesionales. El medio ofrece la herramienta sin costo alguno “a toda la red de verificadores del mundo”, dijo Nieves.

La audiencia de [DeFacto App](#) son personas cubanas tanto en Cuba como en las comunidades de la diáspora, principalmente en el sur de los Estados Unidos, España, México y otros países de Latinoamérica. La aplicación fue creada con capital semilla de una organización internacional.

“

Fortalecer la integridad de la información para nosotros significa realmente construir sociedades resilientes que fomenten la confianza y el empoderamiento público a nivel individual”

La democratización del engaño: ¿cómo se genera un *deepfake* en 5 minutos?

Alan Daitch es divulgador de inteligencia artificial. Fundó y vendió Digodat, una importante consultora de datos de Google en Latinoamérica. Su propósito ha sido contribuir a democratizar el acceso a la IA. En la serie de paneles sobre integridad informativa, Daitch hizo una demostración de cómo crear un “clon digital y cuán fácil es que nos engañe”.

Tres pasos en la suplantación digital

Las barreras para crear desinformación sintética se han desplomado. Para generar un *deepfake* de alta calidad, solo se requieren al menos tres cosas:

1. Una imagen de referencia

Una captura de pantalla de un video, fotograma o una fotografía clara de la persona que será suplantada.

2. Una muestra de voz

De dos a cinco minutos de un audio de la persona hablando sin interrupciones.

3. Bajo presupuesto

Una suscripción de 20 dólares en una plataforma de libre acceso como HeyGen.

En su intervención, Daitch utilizó la figura de Elon Musk para ilustrar el proceso. En apenas tres minutos, el sistema falseó la voz y los gestos.

¿Anarquía en internet?

Nos dirigimos “a un mundo en donde cualquiera va a poder generar un *deepfake*”, dijo Daitch. Algunos países ya están legislado. “En Argentina hay propuestas de ley para penar legalmente esto, pero la internet es muy anárquica. Ya vimos cómo las películas y las músicas empezaron a piratearse. La identidad va a ser algo pirateable en términos de imagen y de sonido”, añadió.

El experto advirtió que esta posibilidad tecnológica no solo alimenta campañas de desinformación política, sino que abre la puerta a estafas personalizadas, como la clonación de voces de familiares para solicitar rescates o transferencias de dinero. A diferencia de los errores de las primeras IA generativas, las herramientas actuales (como el modelo Nano Banana de Google), permiten ediciones más verosímiles.

Al mismo tiempo, el campo de la detección es insuficiente: resulta “casi imposible generar un software que detecte *deepfakes* con un 99% de certeza, ya que estos modelos se entrenan sobre bases de videos reales”. Además, según Daitch, no estamos lejos de un escenario donde el video o el audio dejen de ser admitidos como prueba concluyente en juicios debido a su facilidad de manipulación.

“

En nuestra región, los ataques directos contra periodistas y medios independientes son comunes. Se les acusa de ser enemigos o difusores de noticias falsas, lo que genera desconfianza y estigmatización”

Ante esto, la recomendación para periodistas y ciudadanos es volver a las fuentes: “Es muy importante confiar en ellas más que nunca”. Cuando un contenido no provenga de una cuenta oficial verificada, su veracidad debe ser puesta en duda.

○ Un chat bot con IA alimentado con información verificada.

[Ver video.](#) 

○ IA para acelerar la detección de información.

[Ver video.](#) 

○ Una herramienta para identificar ‘claims’ en Youtube.

[Ver video.](#) 

○ Cómo se genera un ‘deepfake’ en 5 minutos.

[Ver video.](#) 

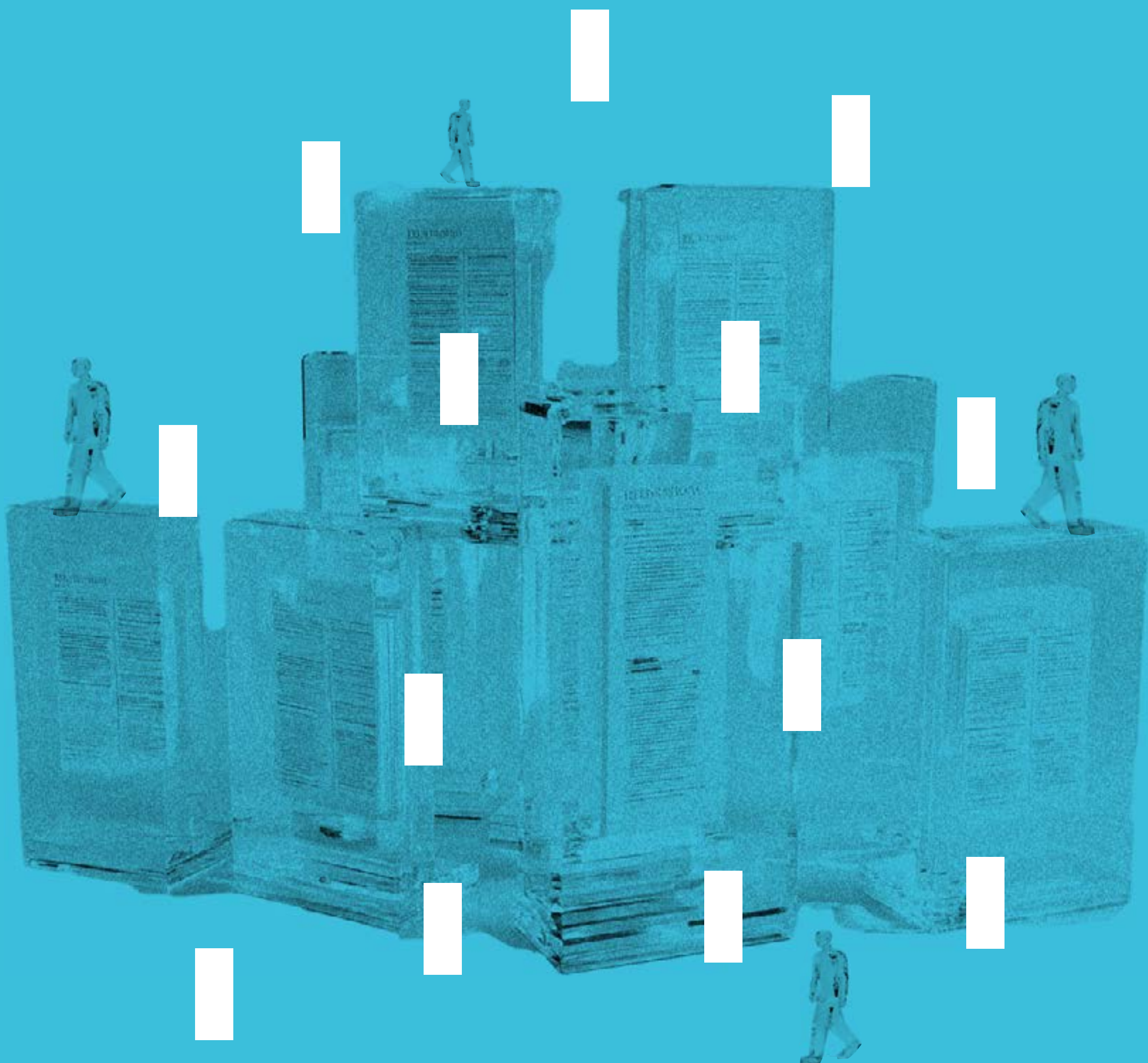
Herramientas recomendadas

○ [FactFlow IA \(Newtral\)](#)

○ [Global Fact-Check Bot \(Agencia Lupa\)](#)

○ [DeFacto App \(El Toque\)](#)





1.3

INDICADORES PARA PRODUCIR INFORMACIÓN CONFIABLE

Javier Martín Cavanna, director de la Fundación Haz y codirector del Observatorio de Medios, es un experto en transparencia, buen gobierno y gobernanza informativa. En 2010 desarrolló estándares de responsabilidad corporativa para diarios y televisiones, y en 2017 impulsó nuevos estándares orientados a reforzar la independencia y credibilidad de los medios. En la Cumbre sobre Desinformación presentó las claves de un modelo para producir información confiable.

“Sabemos que cada país tiene su propio ecosistema informativo y condicionantes, pero esta iniciativa parte de una premisa muy clara: que la desinformación es un problema sistémico que exige respuestas coordinadas”, dijo.

Desde hace tres años, contó Cavanna, el Observatorio de Medios tiene como misión impulsar la gobernanza informativa, un concepto que han llevado adelante con ayuda de otras instituciones en medios de comunicación. Además, busca promover una gestión responsable de los riesgos de desinformación en las empresas, con el objetivo de contribuir a la creación de un ecosistema de información transparente, ético y confiable.

La falta de transparencia y la escasa gobernanza editorial impiden distinguir los medios confiables de los que no lo son. “Las empresas anunciantes también enfrentan el reto de la presión editorial ligada a la inversión publicitaria, y también la falta de supervisión en la información corporativa”, dijo Cavanna.

El investigador explicó que la desinformación es un problema que no puede resolverse con esfuerzos aislados. Sus recomendaciones apuntan a que los medios de comunicación eleven sus estándares de transparencia y rendición de cuentas.

Estándares de un periodismo confiable

A continuación, se especifican las áreas de la propuesta expuesta por Cavanna para producir información que genere confianza en las audiencias. “Exigimos que los medios tengan publicados en su sitio web todos estos estándares y prácticas, y puedan ser contrastados por cualquiera”, dijo.

1. Propiedad

Los medios deben publicar la estructura de su propiedad, los accionistas significativos y la pertenencia a grupos empresariales, así como exponer las políticas y salvaguardas que sirvan para proteger la independencia editorial frente a los propietarios.

2. Gobierno

Deben detallar la composición y perfil de los consejeros o juntas directivas (según el caso) y los criterios de selección orientados a reforzar la credibilidad e independencia editorial. Además, definir las competencias concretas del consejo o junta directiva o sus comisiones sobre riesgos editoriales; y definir el reporte anual de riesgos y medidas de mitigación relacionadas con la integridad editorial.

“

El despliegue masivo de herramientas de IA ha convertido a las personas en “conejiillos de indias en un experimento de información a gran escala”.

3. Información económica

Esto atañe a la transparencia sobre los ingresos por publicidad institucional, es decir, los ingresos de publicidad que reciben de los gobiernos centrales, regionales y locales por el riesgo que puede haber de un control político. Asimismo, identificar a los principales anunciantes cuando estos superen ciertos totales.

4. Publicación y creación de contenidos

Hace referencia a temas tradicionales como directrices editoriales sobre contenidos de riesgo (honor, intimidad, veracidad, libertad de expresión), gestión de conflictos de intereses, política de uso responsable de la IA en la elaboración de contenidos, normas de etiquetado claro en publicidad y contenido patrocinado (en ciertos países, cada medio utiliza un etiquetado diferente este tipo de contenido, y el lector muchas veces ignora que está leyendo algo por lo que pagó un tercero), declaración de intereses en contenidos por posibles conflictos que puedan tener los periodistas, y procedimientos de rectificación.

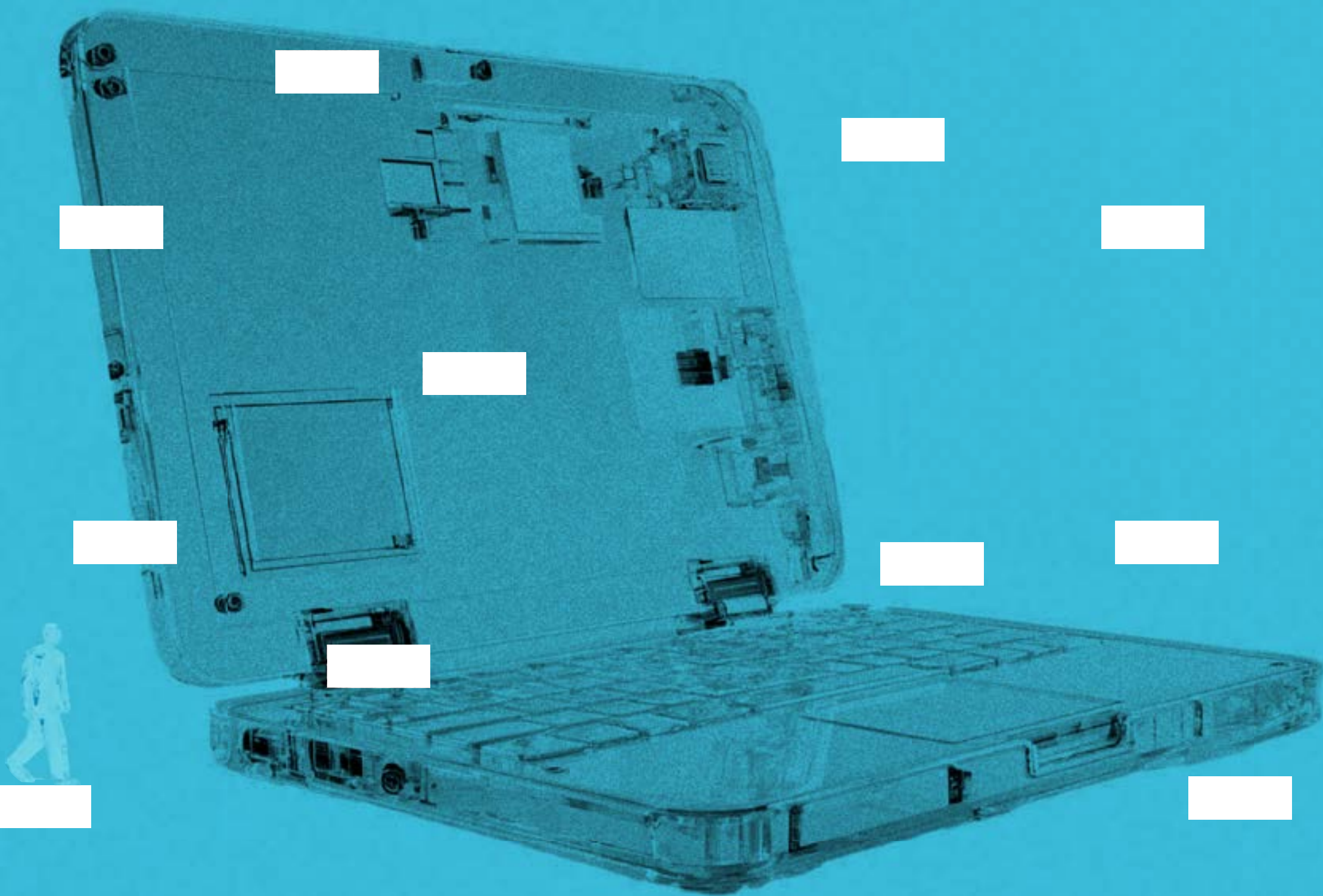
5. Cumplimiento normativo

Más allá de tener políticas propias, los medios deben contar con un sistema interno de verificación del cumplimiento de la integridad editorial. Es muy difícil que esos estándares se cumplan si no hay un sistema de verificación con responsables identificados y competencias claras.

Un modelo colaborativo para generar indicaciones de confianza en las noticias.

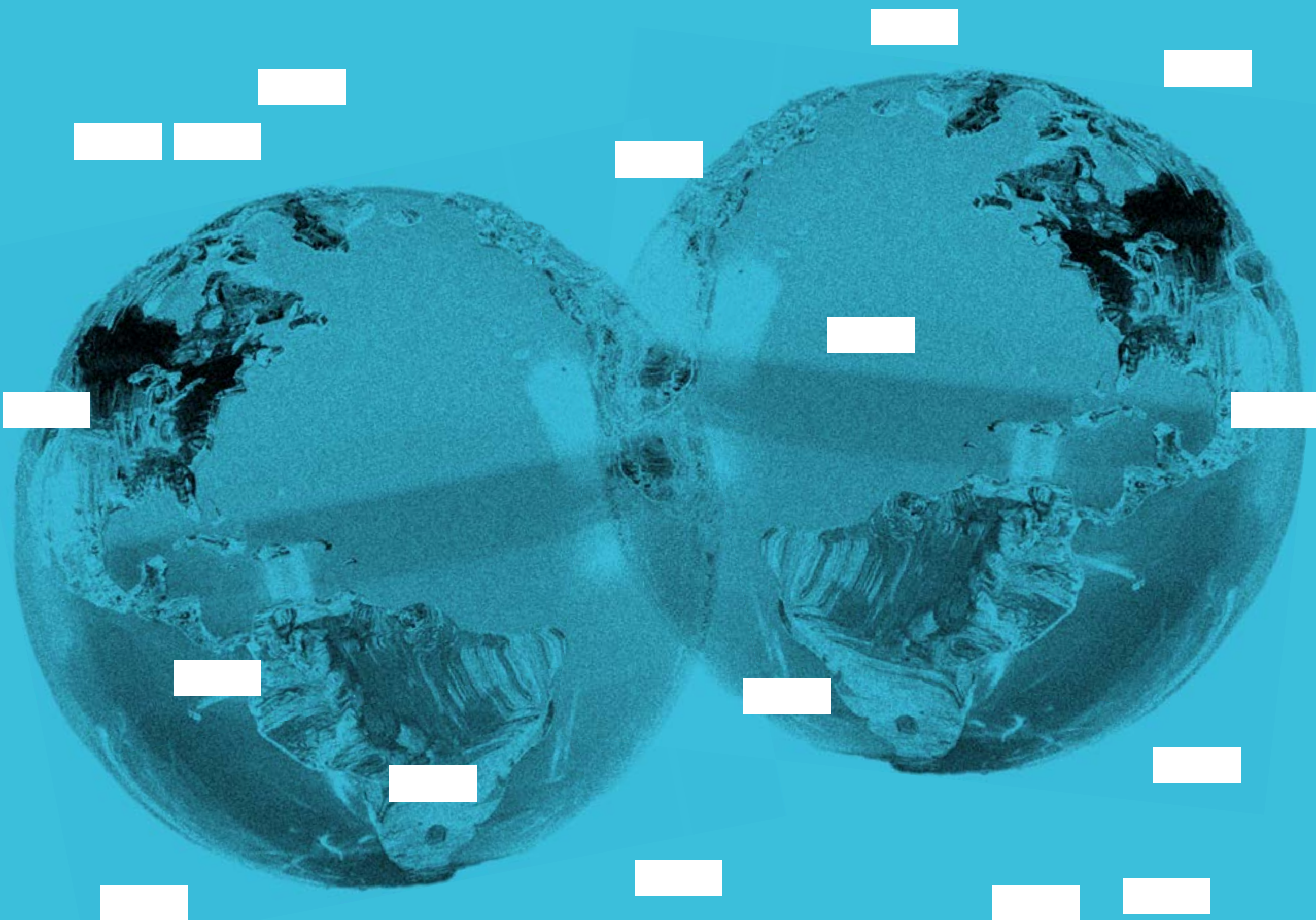
[Ver video.](#) 





2

ANTÍDOTOS CONTRA LA DESINFORMACIÓN



2.1

ANTÍDOTOS DESDE EL PERIODISMO

Ramón Salaverría es catedrático de Periodismo de la Universidad de Navarra y miembro de la Academia Europea. Sus investigaciones se enfocan en el periodismo digital, la inteligencia artificial y la desinformación.

Según Salaverría, al hablar de estrategias periodísticas y de verificación contra la desinformación, suele ponerse el acento en el ámbito tecnológico y en el uso de determinadas herramientas que pueden servir para detectar y contrarrestar contenidos desinformativos. En su presentación se enfocó en cómo ha cambiado la mirada sobre este fenómeno en el ámbito de los medios periodísticos convencionales y la verificación informativa.

Dos lógicas: reactiva y proactiva

En la lucha contra la desinformación pueden identificarse dos lógicas complementarias: una, utilizada hasta ahora principalmente por las organizaciones de verificación informativa y por los verificadores desde mediados de la década pasada, que podría llamarse “lógica reactiva”. En ésta el foco se pone en la verificación, una vez que la desinformación ya ha alcanzado a la ciudadanía.

También existe una “lógica proactiva, que ya estaba presente desde hace unos cuantos años, pero que ha ganado mayor protagonismo en los últimos tiempos”, dijo Salaverría. Esta pone el foco no tanto en la verificación *a posteriori* sino en “la prevención anticipada, mediante el refuerzo de la resiliencia social, la cualificación y la concienciación ciudadana frente a la desinformación”.

Sin embargo, existe una limitación: “Las falsedades se propagan con mayor rapidez que las correcciones, por lo que es como el juego del gato y el ratón: siempre vamos un poco detrás”.

Tres consejos para reforzar el trabajo periodístico

Colaborar

Los límites entre el periodismo convencional y el chequeo se han difuminado. Por un lado, los periodistas asumen cada vez más tareas de corrección; por otro, las organizaciones de chequeo “ya no tratan de anticiparse a los bulos en particular, sino a las narrativas falsas en su conjunto”. Este “modelo multiparadigmático requiere la colaboración no solamente del ámbito periodístico –y dentro de ello, de los periodistas convencionales y de los verificadores–, sino también de la participación activa del mundo académico, de una mayor responsabilidad del mundo político y del ámbito tecnológico”, dijo Salaverría.

Alertar de las falsedades

Un “desafío futuro”, que no ha sido abordado en las tecnologías de inteligencia artificial, tiene que ver no solo con proporcionar “información correcta”, sino también “alertar a la ciudadanía ante la posibilidad de ciertas informaciones que pueden resultar falsas”.

Aumentar la credibilidad

Salaverría criticó la práctica de algunos medios de usar enlaces solo para aumentar el tráfico digital. En su lugar, instó a utilizar vínculos que respalden la información con

evidencias reales para que el público pueda comprobar la veracidad por sí mismo. Recordó que no puede existir confianza sin credibilidad, y que las organizaciones deben ser estrictas en sus políticas de rectificación, rendición de cuentas y deben reforzar la transparencia con independencia de su signo ideológico.

Alcances y retos del chequeo informativo

El panorama de la verificación y los desafíos de este sector también se abordaron en la Cumbre Global sobre Desinformación.

Sérgio Lüdkte, de Comprova –una iniciativa de medios de Brasil que verifica el discurso público–, se refirió a las críticas que se le hacen a las agencias verificadoras, que los detractores

han bautizado como “Ministerio de la Verdad” o cuestionan diciendo “¿quién chequea a los chequeadores?”. Así, los verificadores han sido objeto de “una dificultad muy grande” para llegar a las víctimas de la desinformación. A la vez existe “una evolución muy grande de las tácticas utilizadas por actores maliciosos”.

La crisis del chequeo informativo

Daniel Bramati, editor de Estadão Verifica, hace parte de los consejos de dos organizaciones internacionales de **fact-checking**: la International Fact-Checking Network y Latam Chequea. La segunda congrega a verificadores de información que trabajan en español y portugués en América Latina, en el sur de

Europa y en Estados Unidos. “En esas organizaciones soy testigo de una crisis, o de varias crisis que se conectan”, dijo Bramati.

Se trata de “una crisis política y de financiamiento”, así como una criminalización de los verificadores causada por “grupos que se benefician de la mentira”.

Bramati recordó que después de la elección de Donald Trump en Estados Unidos en 2016 y del Brexit en Europa, en el Reino Unido, las organizaciones de chequeo encontraron un entorno más o menos propicio para su instalación y su crecimiento. Los estudios “demostraban la eficacia del **fact-checking** en el combate a la desinformación. Facebook y otras redes sociales, aparentemente preocupadas con los efectos indeseados de sus algoritmos, buscaban asociación con los chequeadores e, incluso, pagaban por ese trabajo. Otras organizaciones y algunos gobiernos reconocían la importancia del combate a la desinformación en situaciones de crisis, como la pandemia del coronavirus”.

Hoy ese pasado más o menos reciente suena imposible. “Algo cambió, y no fue la ciencia”, dijo Bramati, y señaló que ese giro sucedió en el campo político. Los “grupos que se benefician electoralmente de campañas de desinformación incrementaron los ataques a los chequeadores”, acusándolos de promover la censura y de tener sesgos.

“El año pasado –prosiguió Bramati–, antes de la segunda elección de Trump, congresistas del Partido Republicano en Estados Unidos promovían una cruzada contra el combate a



En ciertos países, cada medio utiliza un etiquetado diferente para su contenido patrocinado, y el lector muchas veces ignora que está leyendo algo por lo que pagó un tercero

la desinformación en ese país. Con el pretexto de defender la libertad de expresión, esos congresistas lanzaron una investigación sobre organizaciones y personas que investigaban la desinformación, cuyo efecto en la práctica fue el de imponer censura a este sector”.

Mientras tanto, en el resto del mundo los verificadores han enfrentado situaciones de asedio en línea y presiones políticas. “Hoy en día los enemigos de la democracia –que son también los enemigos del periodismo en general y del **fact-checking** en particular– están en una situación de fuerza aún más grande. Son más fuertes en este momento, y hay ahora una alianza explícita entre esos políticos y las grandes empresas de tecnología”.

En ese entorno, Bramati sostiene que se han perdido las fuentes de financiamiento y el acceso a herramientas que permitían que el impacto del trabajo de chequeo en las redes sociales fuera más grande. Por eso cree probable que muchos medios que combaten la desinformación no sobrevivan “a estos duros tiempos”.

El camino por la credibilidad y la resistencia

En la actualidad se discute la identidad de marca del trabajo de los chequeadores. Algunos se preguntan si deben abandonar el término **fact-checking**, “desgastado por tantos ataques de aquellos que desprecian los hechos cuando no coinciden con sus creencias o sus intereses políticos”, explicó Bramati. Otros “dicen que no debemos renunciar a esa marca que mejor describe nuestro trabajo”, o “piensan que es una batalla perdida,

que el término **fact-checking** ya ha sido resignificado negativamente por los adversarios, los enemigos de la verdad”. O bien, hay quienes consideran que la discusión no es solo de imagen, sino que, en el fondo, desmentir falsedades no es suficiente para combatir los males del ecosistema informativo”.

Aquí es donde entra de nuevo el concepto de la integridad de la información, que aboga por la promoción de un periodismo preciso e independiente, con la apertura de información y de archivos del Estado y también del sector privado. Un concepto que se enraiza en la transparencia, en darle al público las capacidades para resistir a contenidos que traen mentiras y concederle agencia en el consumo informativo. “La precisión, la consistencia y la confiabilidad de la información” son otros aspectos que valoran los documentos de organizaciones internacionales conectadas a las Naciones Unidas que comenzaron a promover a partir de 2022 el concepto de la integridad informativa, dijo Bramati.

“La integridad de la información es un concepto amplio, proactivo y sistémico que se refiere a la resiliencia del ecosistema informativo”, añadió, y mencionó una analogía que encontró al investigar fuentes de información sobre integridad informativa en Gemini, la IA de Google. “Si el **fact-checking** es

el médico que trata los síntomas del paciente, la integridad de la información es como la salud pública. Es la creación de condiciones para que toda la población sea saludable y resistente a las molestias”, dijo.

Nuevos enfoques para la verificación: la abolición de las etiquetas

Sérgio Lüdtke expuso cómo el proyecto Comprova decidió cambiar parte de su enfoque para atraer a una mayor audiencia y evitar ser considerados un árbitro del discurso público.

Crear titulares afirmativos

En Comprova los titulares de sus trabajos se han enfocado en priorizar la verdad sin repetir el rumor desinformante; evitan amplificar los rumores o las mentiras. No repetir el rumor o la mentira en el titular es un cambio importante, pues intentan poner la verdad primero.

Ser más transparentes

Cada trabajo intenta ofrecer más información sobre cómo se realizó la verificación, qué fuentes fueron consultadas y otros trabajos sobre el tema que fueron publicados por otras organizaciones de chequeo. También incluyen las notas comunitarias cuando están presentes en una verificación, y allí puede verse si lo que hay en las notas coincide con el alcance de la verificación.

Abolición de sellos

Comprova eliminó las etiquetas de “falso” o “engañoso” para evitar la confrontación directa con el lector y reducir la percepción de ser

un ente censor. “Con la adopción de los titulares afirmativos, las etiquetas creaban una confusión, porque muchas veces parecía que la etiqueta estaba sobre el titular, no sobre el contenido que había sido investigado. Entonces decidimos abolir las etiquetas; solo las proporcionamos para las organizaciones que hacen chequeo y aún las utilizan”, dijo Lüdtke.

El impacto ha sido positivo: tras estas medidas, la audiencia del sitio web de Comprova creció un 270 % en comparación con el año 2024, que fue un año electoral en Brasil.

Monitorear la desinformación: así destapó el periodismo de investigación el fraude electoral en Venezuela

La intervención de Roberto Deniz, periodista de investigación de Armando.info, un medio venezolano dedicado exclusivamente al periodismo de investigación, se ocupó de un caso de resonancia mundial: el fraude electoral en Venezuela tras las elecciones presidenciales del 28 de julio de 2024, y de cómo consiguieron destaparlo.

Deniz contó que, tras la negativa del Consejo Nacional Electoral (CNE) de entregar resultados detallados y la publicación de actas por parte de la oposición, Nicolás Maduro acudió al Tribunal Supremo de Justicia (TSJ) para solicitar un peritaje de los resultados. “En Venezuela, creo que en las dos últimas décadas, el Tribunal Supremo de Justicia no ha decidido nada en contra del gobierno en ningún ámbito: ni político ni mercantil ni electoral”, dijo Deniz.

El teatro de un falso peritaje

La historia, según Deniz, se volvió interesante “desde el punto de vista periodístico, aunque para los efectos del resultado del país fue terrible”. Una vez que el TSJ decidió seguir la indicación de Nicolás Maduro, los venezolanos y la opinión pública comenzaron a ver que en los medios de televisión, casi todos controlados por el Estado, el TSJ instaló una supuesta zona de peritaje. El equipo de Armando.info comenzó a ver durante varios días imágenes de televisión de cómo evolucionaba este peritaje de unos supuestos expertos con las gorras del TSJ.

Durante toda la puesta en escena televisiva, las cámaras se cuidaron de no mostrar los códigos QR de las actas, ya que estos elementos permitían comprobar la veracidad de los resultados recolectados por la oposición.

Los “expertos” eran funcionarios

Mediante el análisis de videos y fotografías oficiales, cruzados con fuentes abiertas –redes sociales y registros públicos–, Deniz y su equipo identificaron que las personas presentadas en los videos como expertos del peritaje no eran peritos independientes.

La investigación estableció que algunos de ellos tenían vínculos directos con el aparato electoral o con el Estado, y que ninguno cumplía con criterios mínimos de autonomía. En varios casos se trataba de funcionarios públicos o de personas con cargos y nombramientos otorgados por el gobierno nacional. Uno de los supuestos expertos era profesor universitario, pero ocupaba cargos públicos que dependían del Ejecutivo Nacional.

“Una gran mentira”

El equipo periodístico concluyó que el montaje no fue solo propaganda, sino una estrategia de desinformación sistemática diseñada para validar los resultados ante la opinión pública, los cuerpos diplomáticos, las embajadas y cancillerías del mundo, e imponer un relato de normalidad institucional mientras se violaba la ley. “La premisa fundamental que estaba distribuyendo Nicolás Maduro para decir que lo ocurrido en la elección había estado en orden, y que el Tribunal Supremo de Justicia, como en otros países, había dirimido el asunto, era en realidad una gran mentira”.

Conclusiones

El acto televisivo del TSJ fue una farsa. Describir esto le permitió a Armando.info “desmontar, con evidencia, la versión de que el Tribunal Supremo de Justicia había hecho el peritaje y el seguimiento al material electoral”, y además “comprobar cómo los poderes del Estado se pusieron al servicio de Nicolás Maduro para materializar y completar el fraude electoral que ya todos conocemos”.

Para Deniz, “esto es una prueba de lo que puede hacer el periodismo, no solo contra la desinformación, sino además en contextos muy cerrados y autoritarios como el venezolano”. Incluso “con pocos recursos, cruzando información de fuentes confidenciales con datos públicos y abiertos, logramos poner en evidencia una gran desinformación que se estaba diseminando desde el propio gobierno de Nicolás Maduro”, dijo.

Monitoreo en elecciones (en tiempo real)

Patricia Cusicanqui, editora en jefe de Bolivia Verifica, expuso los hallazgos del Observatorio de la Desinformación Electoral, una iniciativa diseñada para resguardar la integridad de la información en un convulso escenario electoral de Bolivia en 2019. La crisis que observaron en ese año “fue fruto del ámbito político, el momento, la gestión de la administración electoral”, pero también una muestra del “impacto del ecosistema de desinformación electoral”.

El equipo que realizó el monitoreo en un periodo de cuatro meses encontró lo siguiente:

- Tras procesar una cantidad masiva de desinformación sistemática, se identificaron al menos 490 contenidos sospechosos y se realizaron más de 200 verificaciones.
- Se publicaron 15 informes semanales de tendencias para alertar a la ciudadanía y a los medios sobre cómo se movía la desinformación.
- El uso de inteligencia artificial para crear contenidos falsos se disparó de forma intensiva a partir de julio de ese año, requiriendo una respuesta técnica más detallada.
- Se detectó una inversión masiva de dinero en redes sociales para atacar sistemáticamente a los candidatos con mayor intención de voto.

- Advirtieron el uso de “cuentas carnadas”, que difunden contenido malicioso, se mantienen un tiempo en las redes sociales y luego sus administradores las dan de baja para no dejar rastro de quién está detrás de la desinformación, dijo Cusicanqui.
- Establecieron la cantidad de dinero que invirtieron las organizaciones políticas en publicidad y cómo las “cámaras de eco” moldearon el debate electoral boliviano desde diversos espacios digitales.
- Las encuestas y los sondeos también fueron utilizados para manipular a la opinión pública.
- En el espacio público, incluyendo los debates oficiales, los candidatos utilizaron las tribunas para diseminar falsedades y engaños.

“

Hoy en día los enemigos de la democracia —que son también los enemigos del periodismo en general y del fact-checking en particular— están en una situación de fuerza aún más grande. Son más fuertes en este momento, y hay ahora una alianza explícita entre esos políticos y las grandes empresas de tecnología”



¿Por qué la verificación es una garantía democrática?

El trabajo de verificación en el mundo ya ha “marcado agenda”, dijo Cusicanqui. Los verificadores “estamos en los medios de comunicación tradicionales, que en un principio no nos abrían espacios. Esto obliga a los partidos, los candidatos, los propios medios y la ciudadanía a ser más rigurosos, no solamente con sus afirmaciones, sino con su comportamiento en el ámbito digital”.

La verificación es “una garantía para la democracia”, agregó. Además de combatir las falsedades, “fortalece la confianza ciudadana en los procesos”. Se trata de “una excelente herramienta de pedagogía cívica”, que permite “contar datos complejos como las encuestas, su origen y su impacto”, y descubrir “quiénes están detrás de los intereses de la desinformación, de la manera más accesible y pedagógica posible”.

Un desafío: la velocidad

Cusicanqui señaló que uno de los principales retos para los equipos de verificación es acelerar los tiempos de trabajo sin sacrificar el rigor periodístico, en un contexto de acceso limitado a la información. Explicó que Bolivia es uno de los tres países de la región –junto con Cuba y Surinam– que no cuenta con una ley de acceso a la información pública, lo que dificulta la obtención de datos oficiales y verificables. Aunque existe colaboración entre organizaciones de la sociedad civil, ese apoyo no siempre resulta suficiente.

La verificación informativa es una garantía para la democracia. Además de combatir las falsedades, fortalece la confianza ciudadana. Es una herramienta de pedagogía cívica”

Frente a este escenario, Bolivia Verifica ha optado por fortalecer sus redes de difusión. Mantiene un grupo de alrededor de 700 periodistas en WhatsApp que ayudan a republicar los contenidos verificados y, además, estableció una alianza con Witness, organización que creó un Grupo de Respuesta Rápida ante Deepfakes para analizar videos y audios sospechosos.

¿Cómo responder rápido a las falsedades?

Jacobo Castellanos, coordinador del equipo de tecnología, amenazas y oportunidades en la organización Witness – entidad global de derechos humanos que apoya a comunidades en el uso de video y tecnología para defender sus derechos–, presentó una red que reúne a cerca de 30 verificadores y expertos en tecnología.

El propósito de este grupo es democratizar el acceso a tecnologías de detección que suelen ser costosas o tener acceso restringido. Los periodistas pueden utilizarla enviando contenido sospechoso para recibir un análisis técnico en menos de 24 horas y ayudar a determinar su veracidad o falsedad.

Los retos de la detección

Debido a que los modelos de detección de audio tienen altos índices de error, Castellanos subrayó la necesidad de combinar múltiples herramientas tecnológicas con investigación tradicional para emitir un dictamen confiable. El análisis de una máquina no es suficiente. “La idea es combinar la experiencia, la información contextual de periodistas con el análisis computacional”.

El método de Witness funciona así:

1. Se realiza un triaje inicial en las primeras tres horas para ver si el material es analizable.
2. Se entrega una respuesta computacional en 24 horas.
3. El periodista debe integrar ese resultado con la información contextual y la investigación de fuentes para comunicar los hechos a la audiencia.

Castellanos propuso pasar de la mirada fija en la desinformación hacia un fortalecimiento de la integridad informativa, y defendió la creación de indicadores de autenticidad que protejan los contenidos.



o Antídotos desde el periodismo contra la desinformación

[Ver video.](#) 

o La integridad de la información frente a la desinformación

[Ver video.](#) 

o Por qué eliminar las etiquetas de “Verdadero / Falso”

[Ver video.](#) 

o Desenmascarar la desinformación electoral en Venezuela

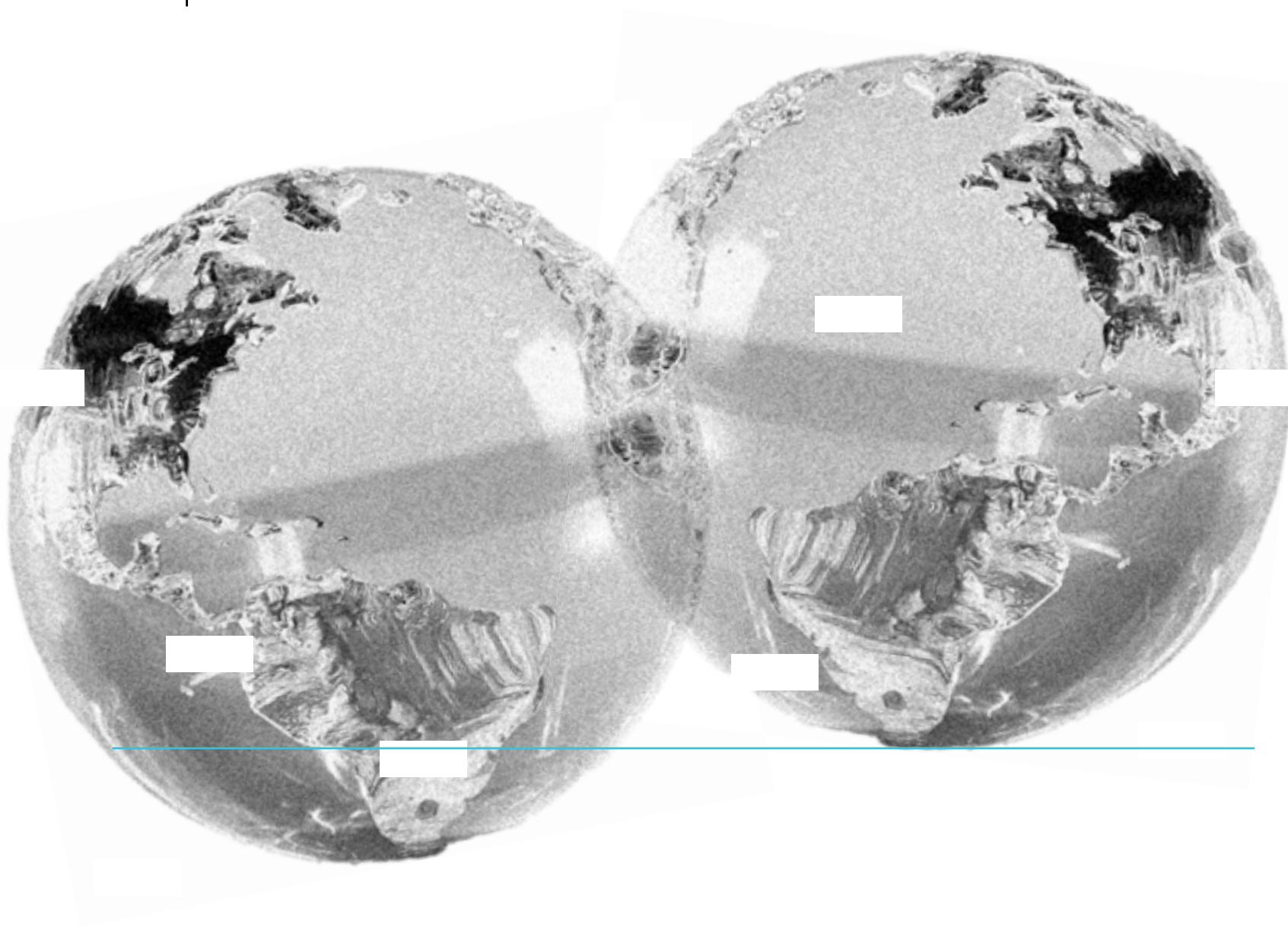
[Ver video.](#) 

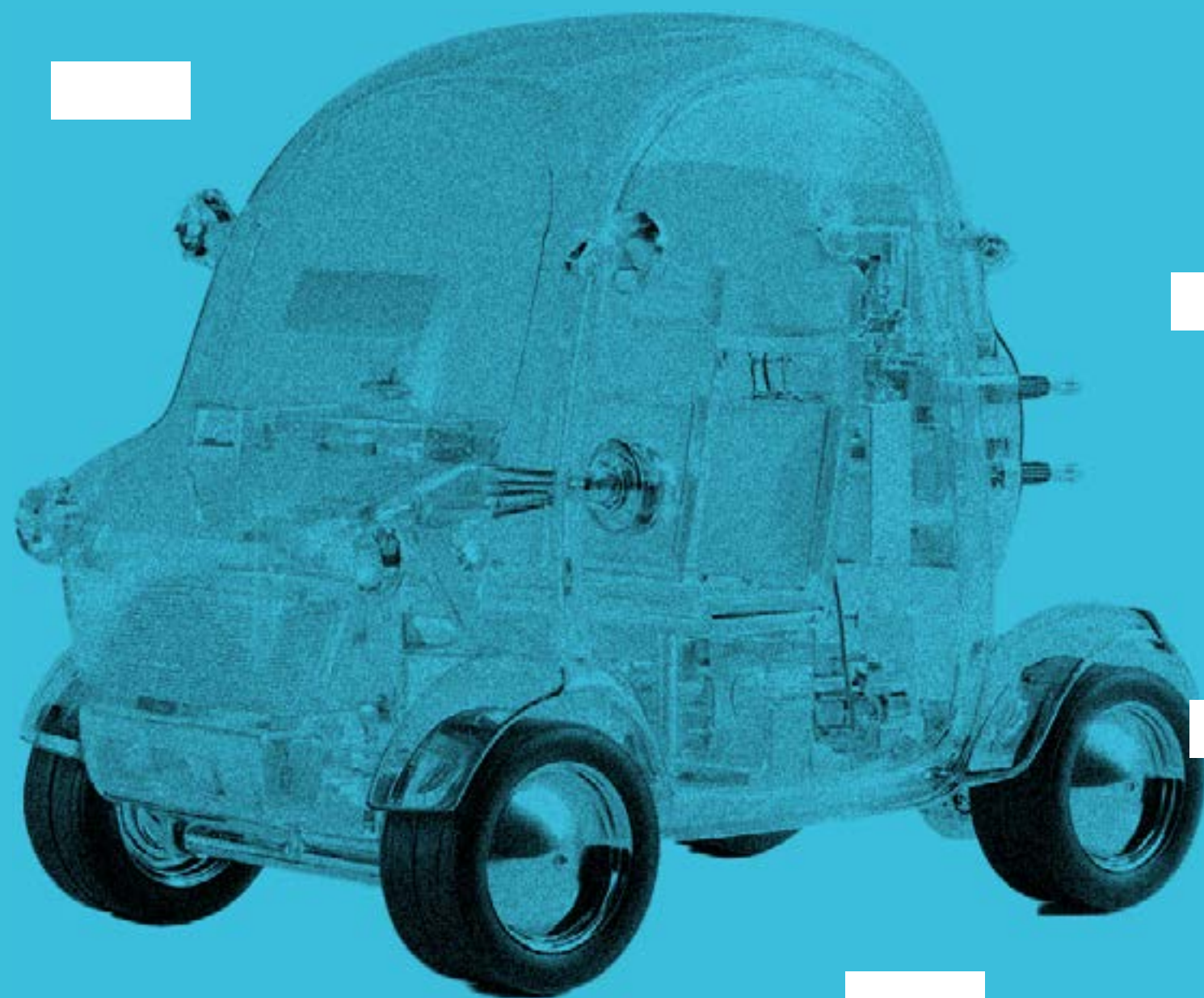
o Aprendizajes para monitorear la información electoral

[Ver video.](#) 

o Claves para identificar ‘fakes’ en videos generados con IA

[Ver video.](#) 





2.2

¿CÓMO
CONTRARRESTAR LA
DESINFORMACIÓN
SOBRE EL CAMBIO
CLIMÁTICO?



Los algoritmos de todas las plataformas analizadas (Instagram, Facebook, X, TikTok y YouTube) favorecen sistemáticamente a las fuentes de desinformación”.

Emmanuel Vincent es fundador y director de Science Feedback, una organización dedicada a verificar la exactitud de la información en temas científicos como el cambio climático y la salud. Además de desmentir afirmaciones, en su trabajo se enfoca en proporcionar contexto científico con la información disponible en medios y redes sociales.

Durante su intervención, Vincent mostró cómo usar la IA y el análisis de datos para detectar casos de desinformación.

Cubrir un punto ciego

La investigación que presentó se encargó de monitorear la desinformación climática en los medios de comunicación tradicionales de Francia. Climate Safeguards, como se llama el proyecto, decidió enfocarse en televisión y radio por la confianza que tienen en ellos los franceses (el 69 %) y para no abarcar solo las redes sociales. Vincent contó que muchos verificadores cubren lo que es viral en estas plataformas, pero existe “un punto ciego” sobre lo que sucede con los medios tradicionales. El proyecto se llevó a cabo en alianza con organizaciones de Francia y con el apoyo de Google News Initiative a través del proyecto Journalism AI.

Detecciones con IA

Gracias a la IA analizaron más de 400.000 segmentos de dos minutos de los 18 canales de televisión y radio con más audiencia nacional. “No podemos analizar a mano como humanos, así que filtramos todo lo relacionado al clima con una lista amplia de palabras clave”, dijo Vincent. Mediante modelos de lenguaje entrenados, filtraron 28.000

segmentos relacionados con el clima y detectaron 400 afirmaciones sospechosas de contener desinformación según la IA. Esta era una cantidad de datos manejable para sus expertos. La revisaron de forma individual y confirmaron 128 casos de desinformación publicada a lo largo de tres meses.

Hallazgos

Uno de los hallazgos más sorprendentes fue que el 97 % de los casos detectados no atacaban la ciencia básica sobre el cambio climático, sino las soluciones enfocadas en las energías y los vehículos eléctricos. Un ejemplo era la afirmación falsa de que “los autos eléctricos son peores que los autos de combustión interna” o que por el uso de energías renovables “necesitan quemar más carbón y gas”. En cada caso, publicaban reseñas que explicaban por qué una afirmación es engañosa.

El algoritmo favorece

las fuentes de desinformación

Después de recolectar miles de publicaciones en diferentes plataformas de Europa y pedir a chequeadores que analizaran una muestra aleatoria, encontraron que TikTok era la plataforma con más desinformación en temas como la misma desinformación, la salud, el clima o la guerra en Ucrania (20 % de los videos analizados en esa red social contenían desinformación). Pero además, los algoritmos de todas las plataformas analizadas (Instagram, Facebook, X, TikTok y YouTube)

be) favorecen sistemáticamente a las fuentes de desinformación. “Si eres una fuente de desinformación, vas a recibir muchas más interacciones, comentarios, compartidos y ‘me gusta’ que si eres un medio creíble [...] Es un resultado muy fuerte: todas las plataformas favorecen a las fuentes de desinformación”, enfatizó Vincent.

¿En qué se sostienen la información y la desinformación?

A comienzos de 2025, el Foro Económico Mundial sostuvo en un informe global que el principal riesgo a corto plazo en el planeta es la desinformación y el mayor riesgo a largo plazo era el cambio climático. Guilherme Canela, director de Inclusión y Políticas Digitales de la Unesco, recordó en su intervención aquel anuncio que suena más vigente ahora.

Canela cree que las plataformas y tecnologías tienen un lado positivo: “Internet, los medios digitales, las redes sociales, la inteligencia artificial” sirven para “promover información precisa y confiable” en temas como el cambio climático, por ejemplo. Pero existen riesgos.

Las cuatro ves

Canela señaló que la desinformación se beneficia de las “cuatro ves”: velocidad, volumen, viralidad y verosimilitud.

1. Velocidad

Canela puso el ejemplo del asesinato del presidente Abraham Lincoln en Estados Unidos: “La noticia llevó 13 días para llegar a Europa; hoy llega en 13 milisegundos. Hay

una diferencia brutal”. Sea por desinformación o información, “nunca en la historia de la humanidad las cosas podían avanzar con tanta velocidad”.

2. Volumen

No existe comparación con cualquier otra experiencia en el pasado en cuanto al volumen de lo positivo o de lo negativo que se publica en internet, dijo Canela.

3. Viralidad

Además de la velocidad y el volumen, hoy las cosas “tienen esta capacidad de ir a todos los sitios al mismo tiempo, y eso es una diferencia abismal con lo que teníamos antes”.

4. Verosimilitud

Gracias a la inteligencia artificial, lo que es mentira puede parecer verdadero o real lo que es falso.

Tres pilares de la información

Los siguientes pilares de la Unesco abogan por la calidad de la información como bien común y bien público.

1. Educación mediática

Empoderar o dar más autonomía a aquellos que generan información de calidad y verificada. Eso significa educación mediática, una condición necesaria para transformar la información en un bien público, aunque no es suficiente: no puede recaer todo el peso del problema en la sociedad.

2. Proteger a los periodistas y científicos para que produzcan información verificada

Es necesario fortalecer y respaldar a quienes generan contenidos confiables, como perio-

distas, científicos, artistas o influenciadores que contribuyan a elevar los estándares del debate público. Esto incluye mecanismos para reconocer y valorar la información de calidad, así como garantizar condiciones de seguridad y protección para quienes participan en su producción y difusión.

3. Intervenir la arquitectura del ecosistema para que los algoritmos no premien la mentira

Es importante resolver la arquitectura del ecosistema mediático y de la IA. Este sistema es como un castillo de naipes, y cuando se intentan quitar piezas del castillo, el riesgo es que se desmorone el conjunto. Por eso discutir la gobernanza es necesario.

Lo que hace la mentira en la desinformación climática

La intervención de Thais Lazzeri abordó la cadena productiva de mentiras que ataca las soluciones ambientales en la crisis climática. Lazzeri, que representa a la coalición Climate Action Against Disinformation, es fundadora y directora de FALA, un estudio brasileño centrado en el cambio social a partir de la narración y la comunicación.

¿Cuál es el propósito de la mentira? “Debilitar y posponer soluciones”, dijo Lazzeri, quien subrayó que la desinformación sobre el clima no es casual, sino una estrategia para generar influencia y poder, con un costo global estimado en 78.000 millones de dólares, según cifras de 2020. Destacó que existe un “nuevo financiamiento climático”: aproximadamente dos millones de dólares anuales de publicidad programática y *greenwashing* –la presentación engañosa de

prácticas como sostenibles– terminan financiando sitios que propagan mentiras. Por eso, Lazzeri invitó a redacciones y periodistas a “elegir” a sus audiencias y “entender quiénes son, cómo consumen información e invitarlas a ser parte del proceso”.

¿Por qué el periodismo es parte de la solución frente a la desinformación en salud?

El buen periodismo siempre ha combatido la mala información y desinformación, pero actualmente lo hace en niveles insólitos. Sandra Mallo, gestora de comunicación de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) en Bolivia, se refirió al concepto de “infodemia” que maneja esta organización: “Es una sobreabundancia de información, cierta o falsa, que dificulta hallar fuentes fiables y altera la toma de decisiones en momentos de emergencia sanitaria”. El concepto ha sido ampliamente difundido en el sector, “pero hoy los tentáculos de la infodemia se han expandido y aumentado su impacto en el día a día.

Cómo impacta la desinformación en la salud pública

“En salud, una mentira o un error no corregido puede traducirse definitivamente en un daño físico, en ansiedad o en decisiones que elevan la transmisión de enfermedades. El daño es tangible”, afirmó Sandra Mallo. Estos son ejemplos del impacto de la desinformación en la salud pública:

“

La desinformación sobre el clima no es casual, sino una estrategia para generar influencia y poder, con un costo global estimado en 78.000 millones de dólares, según cifras de 2020”.

Baja vacunación

La exposición a desinformación en línea se ha vinculado con una disminución temprana en la aceptación de vacunas durante la pandemia de COVID-19, y diversos estudios muestran una relación negativa entre la circulación de contenidos engañosos y las tasas de vacunación.

Bulos sobre el cáncer y la salud mental

Desde hace mucho tiempo en redes sociales se difunden las llamadas curas milagrosas para el cáncer, que son bastante peligrosas. Se ha detectado que el 81% de los videos sobre estas curas en TikTok tienen contenido falsos. Encima, más del 50% de los videos más populares con consejos sobre salud mental contienen información engañosa.

¿Por qué el periodismo es parte de la solución?

El periodismo puede ser “una fuente confiable junto con el personal de salud”, dijo Mallo. Los periodistas ayudan a las entidades de salud pública a moldear actitudes y comportamientos frente a hechos o procedimientos como la vacunación. “Pueden anticiparse a rumores porque nos ayudan a llenar vacíos de información, exponer los conflictos que están detrás de la desinformación, ayudar con un lenguaje más sencillo y didáctico a traducir la ciencia y, por supuesto, a construir confianza”, agregó.

Recomendaciones periodísticas para cubrir la salud

- Priorizar el periodismo de servicio público.
- Ponderar la evidencia (no todas las fuentes pesan igual) y usar la pirámide de la evidencia, constituida por revisiones académicas, estudios sistemáticos, estudios observacionales, y en la base, opiniones y estudios preliminares.
- Explicar la ciencia en un lenguaje claro. Una narración que haga comprensible la ciencia, para cerrar la brecha que existe entre la comunidad y la ciencia.
- Usar formatos visuales y breves en los mismos canales donde circula la desinformación.
- Evitar el falso equilibrio. No dar el mismo espacio a teorías negacionistas, conspirativas o ciencia falsa, una estrategia frecuentemente explotada por actores de la desinformación.
- No repetir mitos. Muchas veces esto contribuye a que las audiencias no logren desmentir la información que circula.
- Evitar los titulares sensacionalistas y sin contexto.
- Pensar antes de publicar. Preguntarse si lo que se va a publicar ayuda a que alguien actúe correctamente.
- Contar historias humanas que expliquen la evidencia.
- Usar bien las citas, las evidencias y los datos

“

Los periodistas pueden anticiparse a rumores porque nos ayudan a llenar vacíos de información, exponer los conflictos que están detrás de la desinformación, ayudar con un lenguaje más sencillo y didáctico a traducir la ciencia y, por supuesto, a construir confianza.”

- Chequear la evidencia antes de publicar, preguntarse si lo que se informa es preliminar o definitivo, y ponderar el peso de la evidencia.
- Dejar claro si una cita corresponde a una opinión minoritaria y contextualizarla frente al consenso.
- Usar los formatos donde circula el bulo para contrapesar la información.
- Hacerse preguntas: ¿se usaron tasas y series históricas?, ¿hay gráficos con contexto?, ¿hay datos preliminares etiquetados? Es decir, cuestionar cada cifra proporcionada.
- Crear y mantener una lista de expertos verificados, porque no siempre las fuentes oficiales pueden estar disponibles, pero las fuentes expertas pueden estarlo.
- No solo informar. El verdadero reto no es solo brindar información, sino saber cómo hacerlo, cada palabra cuenta para promover decisiones informadas en las comunidades. Construir alianzas. Mallo destacó la creación de una alianza con la Fundación para el Periodismo (Bolivia) y con la academia para crear una red de periodistas. También mencionó proyectos colaborativos como la alianza de la OPS con Chequeado (Argentina) para despejar dudas sobre vacunas; y el trabajo de Salud con Lupa (Perú), con periodistas que investigan y clarifican sobre temas de salud, priorizan el contexto y la explicación por encima de los desmentidos, y contribuyen a llenar vacíos y a recuperar espacios de confianza.

○ Claves para priorizar la información científica en redes sociales.

[Ver video.](#) 

○ Contrarrestar la desinformación sobre el cambio climático.

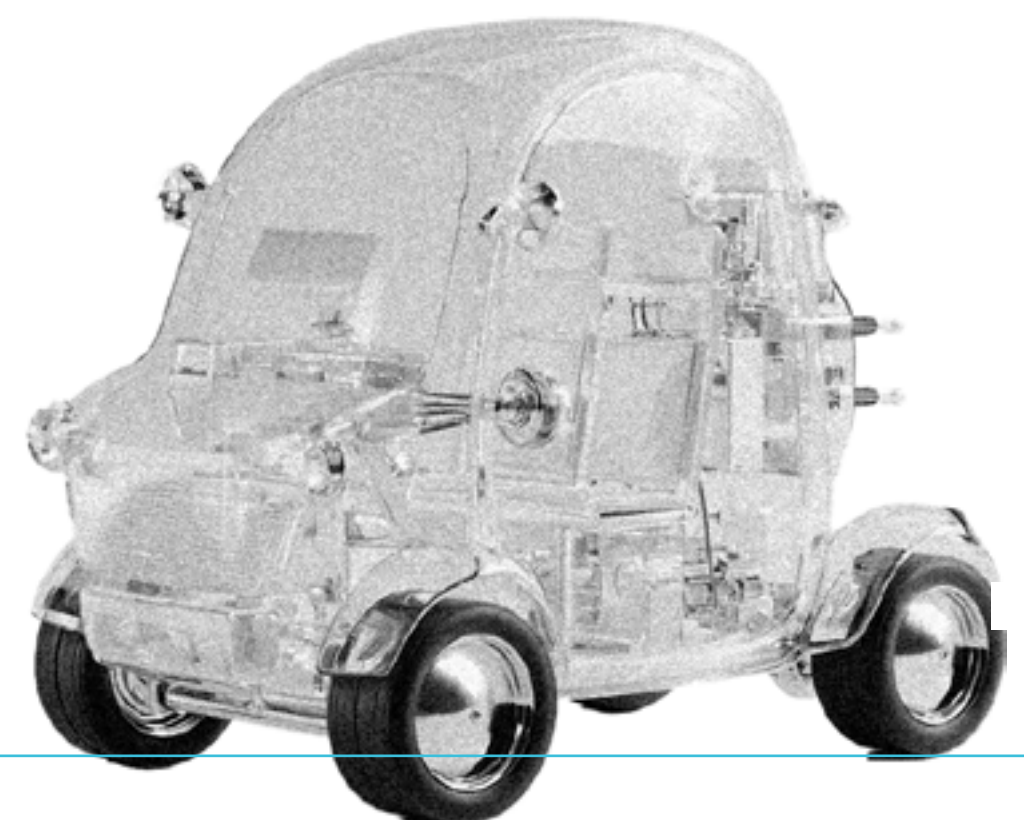
[Ver video.](#) 

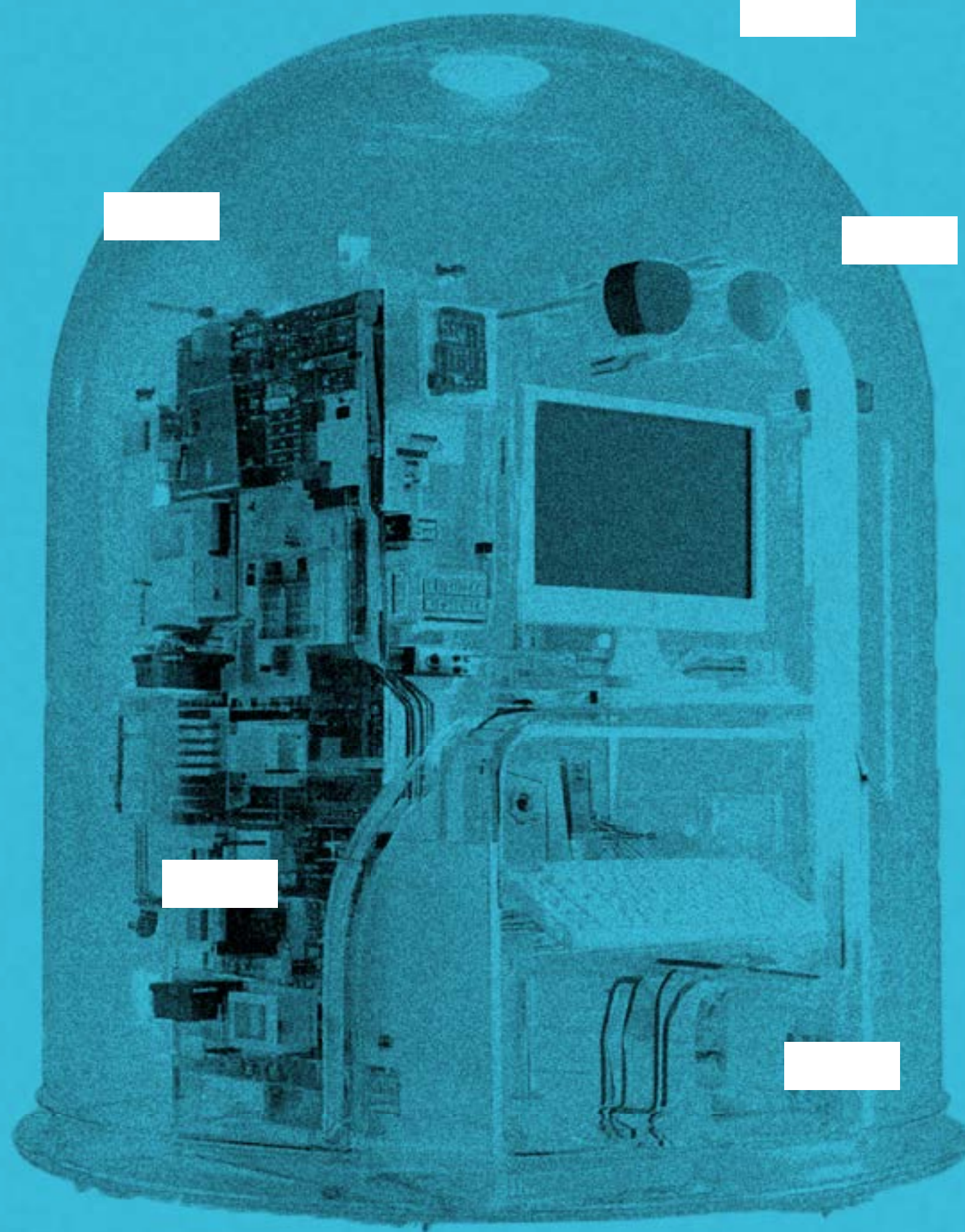
○ Combatir las mentiras sobre el cambio climático.

[Ver video.](#) 

○ La ciencia y el periodismo frente a la desinformación.

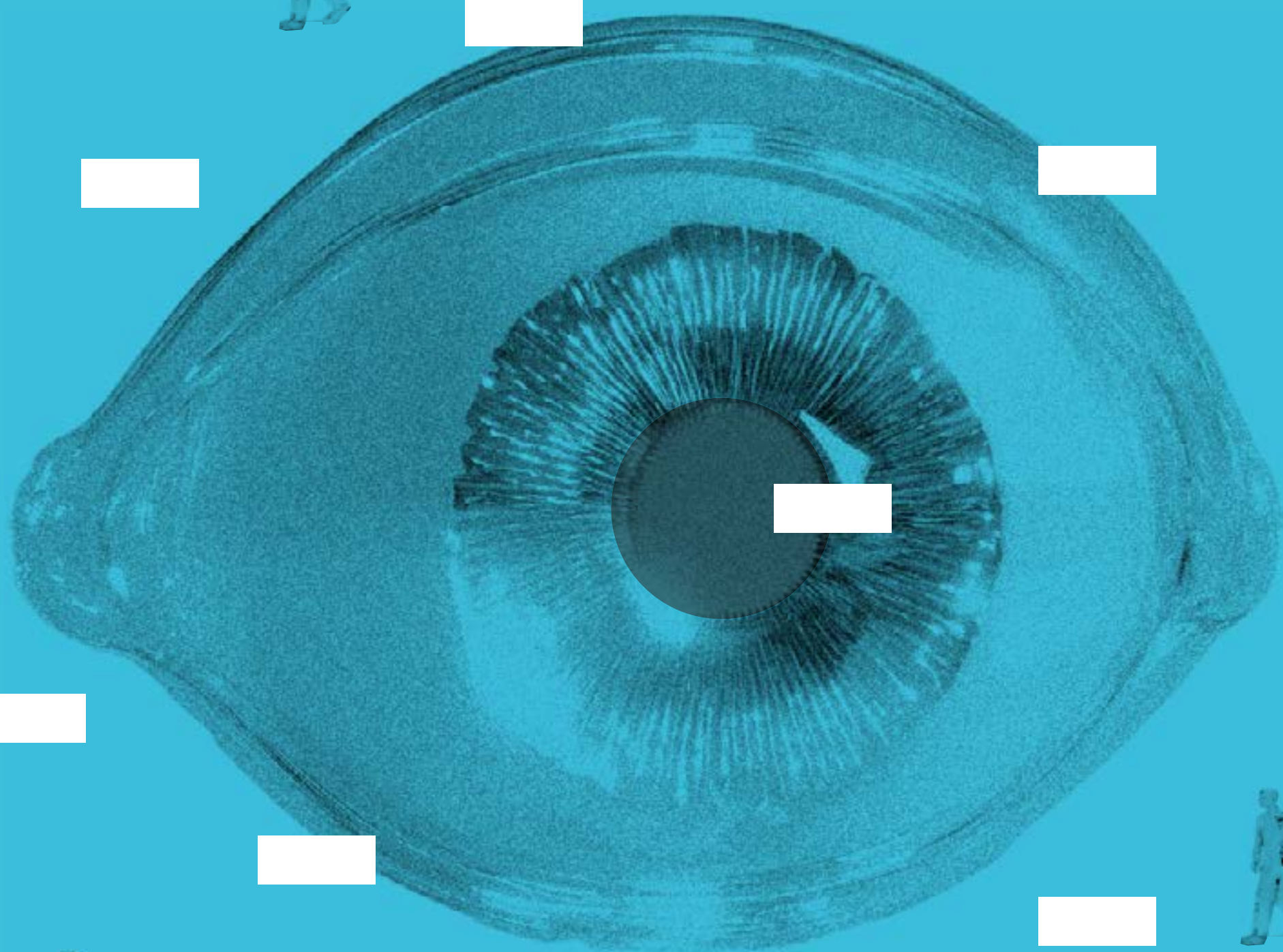
[Ver video.](#) 





3

ESCUDOS CONTRA LAS ESTAFAS Y LA MANIPULACIÓN



3.1

MECANISMOS DE DEFENSA INSTITUCIONAL

Raphael Ramos Monteiro de Souza es procurador nacional de la Unión de Defensa de la Democracia (PNDD), un órgano vinculado a la Procuraduría General de la Unión de Brasil. Ha investigado la intersección entre derecho, tecnología y democracia; en la Cumbre, abordó algunos mecanismos de defensa institucional ante la desinformación.

“El ambiente digital ha traído una serie de desafíos y amenazas para la democracia”, dijo Monteiro de Souza. Esas amenazas incluyen: la radicalización, el discurso de odio y extremismo, la propia desinformación y su impacto en la pandemia, las políticas públicas, los temas ambientales, los procesos electorales, los fraudes, etcétera. El experto recalcó que la situación requiere de capacitaciones y respuestas “desde el gobierno y la sociedad civil”.

Brasil es un país donde el uso de las redes sociales se ha desbordado, pero en 2025 se divulgó la noticia de que la Corte Suprema de Brasil exigía mayor responsabilidad a las plataformas digitales. Según un estudio citado de la OCDE, es el país “donde las personas obtienen más noticias por medio de las redes sociales”; al mismo tiempo, donde hay “mayor dificultad en discernir las informaciones incorrectas, engañosas y falsas”. Para redondear este panorama, siempre ha habido una incidencia, “en lo analógico y ahora también en lo digital, de golpes y fraudes”. El crimen ha crecido y migrado a lo digital.

El PNDD fue creado para atacar la desinformación relacionada a políticas públicas, en aquellas en las que hay un interés propiamente dicho de actuación estatal, y

también se basa en una fuerte cooperación. Sus actuaciones se soportan en la jurisprudencia local y constitucional, pero también en la Corte Interamericana y en principios de las Naciones Unidas.

Monteiro de Souza mencionó “dos grandes frentes de actuación” de esta organización: uno judicial (acciones de reparación de daños, derechos de respuesta, medidas cautelares y, en algunos casos, remociones de contenido o de etiquetados), y otro extrajudicial (a partir de los propios términos de uso de las plataforma se aboga por una actuación cooperativa y preventiva).

Sobre esta articulación detallan los siguientes ejemplos.

Ejemplos de defensa en fraude informativo

Estos casos muestran “la necesidad de más modos de detección tecnológicos, prevenciones de alfabetización y de cuestiones algorítmicas, que es el próximo camino”, dijo Monteiro de Souza.

Desinformación sobre desastres climáticos

En unas inundaciones ocurridas en Brasil en 2024, en el estado de Rio Grande do Sul, se creó un protocolo conjunto con las plataformas digitales. Gracias a esto, se develó parcialmente la desinformación que ya estaba perjudicando el trabajo de los bomberos y la defensa civil.

“

El ambiente digital ha traído una serie de desafíos y amenazas para la democracia”

Remoción en TikTok

Consiguieron eliminar de TikTok imágenes manipuladas y alteradas con IA, en las que aparecía el presidente del Banco Central de Brasil prometiendo valores retroactivos a la población.

Contra Meta

Una de las demandas que está en curso aún es contra la multinacional liderada por Mark Zuckerberg. La pugna exige que no sean permitidos el uso de símbolos o logomarcas de políticas públicas en anuncios fraudulentos que fueron identificados en un estudio. Y una lucha adicional tiene que ver con la utilización de figuras públicas, políticos y otras personalidades en imágenes manipuladas por IA. Monteiro de Souza también contó que han actuado en tiendas de Apple Store y de Google en relación con “aplicativos de gobierno falsos”, en los que las personas pagaban deudas en sitios de criptomonedas.

Tres aspectos de la decisión de la Corte Suprema de Brasil para moderar a las plataformas digitales

Como dijimos arriba, en 2025 la Corte Suprema de Brasil ordenó a las plataformas digitales y redes sociales responsabilizarse y moderar su contenido. Monteiro de Souza entregó tres especificaciones sobre esta decisión.

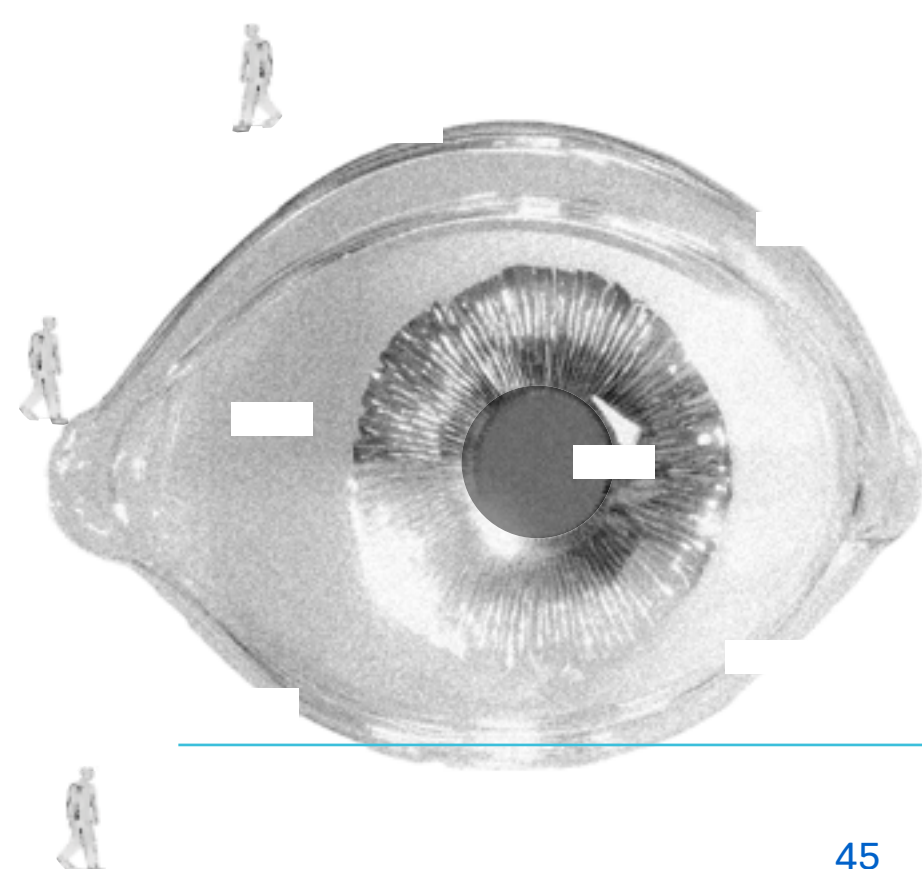
1. Que respecto a cuestiones de crítica y de libertad de expresión, estas no pueden ser objeto de actuación directa por las plataformas; es decir, permanecen sobre la protección judicial y bajo reserva de jurisdicción, justamente para evitar un eventual efecto de silenciamiento.

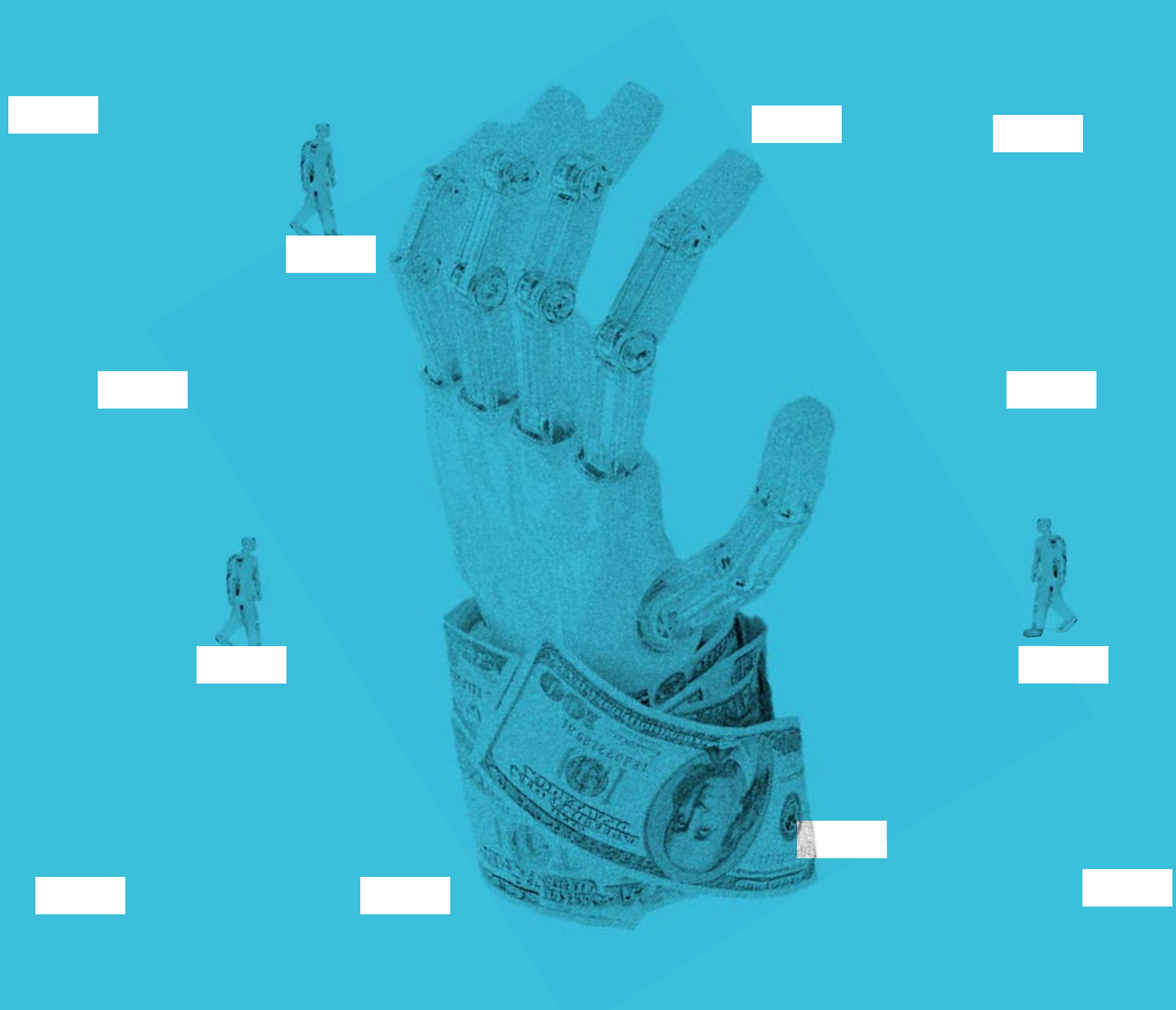
2. Las plataformas, una vez que sean notificadas de un contenido ilícito, tienen la responsabilidad y el deber de adoptar medidas. Una observación relacionada es que debe existir un “control algorítmico, de alcance y de direccionamiento”. “Las plataformas tienen presunción de responsabilidad, y esto vale tanto para los anuncios como para las redes de distribución”, explicó el investigador. Solo en caso de demostrar una efectiva remoción o actuación es que pueden ser exentas.

3. Este es “el más grave” y se refiere a los “crímenes más serios, de un rol taxativo, que incluyen terrorismo, pedofilia, discriminación, crímenes contra mujeres”. En estos casos la responsabilidad va en la línea con la Ley de Servicios Digitales de la Unión Europea: “en situación de riesgo sistémico o de fallo sistémico, las plataformas deben actuar proactivamente”. A lo que se suma “al derecho de debido proceso, de fundamentación, de recursos, y obligaciones de transparencia que son fundamentales para este control” relativo a lo que anuncien o impulsen las plataformas.

Cómo luchar contra las estafas en entornos digitales.

[Ver video.](#) 





3.2

ANÁLISIS DE ESTAFAS Y PATRONES DE ENGAÑO

La periodista de datos, investigadora y profesora universitaria brasileña Beatriz Farrugia trabaja en investigaciones sobre campañas de desinformación, discursos de odio, polarización política y operaciones de influencia en América Latina. La también analista del Observatorio Lupa, organización que trabaja en chequeo de información y educación mediática, presentó los resultados de un reporte sobre las tácticas de los estafadores en el mundo digital.

¿Cómo operan los estafadores?

- El 93% de las estafas analizadas en el reporte de Lupa usaban el gancho de beneficio financiero inmediato: promociones, descuentos, ganancias. Puede ser un descuento en un restaurante o en una tienda para adquirir un celular o un electrodoméstico.
- Los estafadores también recurren a nombres de marcas y de personas famosas para que la víctima crea en el contenido falso. Las tiendas de comercio minorista suelen ser las más utilizadas por estos estafadores, según identificaron en el estudio.
- Las víctimas también son engañadas mediante supuestos beneficios financieros de bancos, inversiones y programas sociales, la mayoría de ellos públicos y hechos por el gobierno brasileño en todas las esferas.
- En una escala menor, según el estudio, están los temas de belleza y salud, y las estafas directas en las plataformas. En WhatsApp, por ejemplo, se engaña a los usuarios diciéndoles que necesitan actua-

lizar su aplicación o perderán el acceso. Se usa el argumento tecnológico para presionar a una víctima a que acceda a un enlace. O se envía la promesa de “un kit gratuito de Navidad”. Al recibir el contenido y dar clic, la víctima es redireccionada a un sitio en el que puede llenar sus datos personales, que le llegan al estafador.

- En Brasil, en el ecosistema digital, el **phishing** (robo o recolección ilegal de datos), es lo más frecuente entre los contenidos analizados. Lupa identificó también que el 90 % de los casos citaban marcas o figuras públicas.
- La estafa se puede presentar en formato video, generalmente un **deepfake**, que lleva a un enlace de un sitio en que la víctima debe completar un formulario o ceder sus datos personales.

Analizar los métodos de los delincuentes puede “ayudar en la verificación de los contenidos” y promueve “la educación mediática”, que fomenta “una resistencia mayor de la sociedad”. En Lupa afirman que no basta desmentir la falsedad o señalar que determinado contenido es una estafa; se debe explicar cuáles son las tácticas utilizadas para que las personas puedan identificar el engaño por sí mismas.





4

DECLARACIÓN FINAL DE LA V CUMBRE GLOBAL SOBRE DESINFORMACIÓN

Un decálogo con los consensos surgidos de la quinta edición de la Cumbre Global sobre Desinformación, que se desarrolló el 17 y el 18 de septiembre de 2025. Se trata de las principales coincidencias en este campo para fortalecer la integridad informativa en tiempos de desinformación e inteligencia artificial.

1. La desinformación es una estrategia deliberada, no un accidente digital

No se trata de “ruido” en el ecosistema informativo, sino de tácticas organizadas –políticas, económicas y geopolíticas– que buscan erosionar la confianza pública y debilitar las democracias. La Cumbre ratifica la necesidad de acciones coordinadas para contrarrestar la desinformación, promoviendo alianzas cada vez más amplias entre actores de diferentes campos y geografías.

2. La inteligencia artificial redefine el escenario actual

La IA amplifica la capacidad de producir desinformación (deepfakes, automatización, escalabilidad), pero también ofrece herramientas para detectarla y combatirla. Necesitamos más transparencia en las nuevas herramientas que se crean y programas de aceleración para establecer protocolos comunes que faciliten la distinción entre contenido sintético y contenido humano.

3. La integridad informativa requiere financiamiento

La desinformación es un problema sistémico que involucra medios, plataformas, anunciantes, reguladores, empresas tecnológicas y academia. La solución requiere estándares comunes de transparencia, autorregulación y responsabilidad algorítmica.

Elevar el valor de la integridad de la información requiere mejores incentivos para alcanzar estándares básicos que permitan separar el contenido deliberadamente engañoso de la información confiable. Se hace un llamado a las entidades que apoyan el fortalecimiento democrático para promover la sostenibilidad de las organizaciones que impulsan estos estándares y están contribuyendo a consolidar un ecosistema de información confiable.

4. Defender la verdad implica defender a quienes la investigan

Periodistas, investigadores y verificadores enfrentan campañas de demonización mediática, hostigamiento digital y amenazas físicas. La solidaridad activa y la respuesta colectiva son condiciones indispensables para sostener la integridad informativa.

Se hace necesario promover programas con más impacto y apoyo a quienes promueven acciones concretas para desenmascarar las campañas de desinformación e incentivos específicos para impulsar más y mejor investigación en este campo.

5. La alfabetización mediática es sembrar resiliencia

La formación de una ciudadanía crítica –capaz de preguntar quién produce un mensaje, con qué propósito y cómo verificarlo– es una estrategia de resiliencia a largo

plazo. La educación mediática es central para la salud de las democracias.

Es momento de impulsar un compromiso multisectorial que fortalezca programas de alfabetización mediática con una visión de mediano y largo plazo, garantizando lineamientos sostenidos en el tiempo. Las instituciones educativas, en particular, deben asumir un rol activo y articulado con otros actores sociales para consolidar una cultura informativa más crítica y responsable.

6. No hay neutralidad posible frente a la falsedad

La defensa de la libertad de expresión no implica tolerar estrategias deliberadas de manipulación. El compromiso debe ser proteger la expresión y, al mismo tiempo, promover transparencia y trazabilidad sobre el origen de los contenidos. El periodismo cumple una función esencial en este ámbito y requiere condiciones que le permitan ejercer con independencia su labor de escrutinio, rendición de cuentas y vigilancia del poder.

7. El ‘fact-checking’ evoluciona: de lo reactivo a lo proactivo

Los investigadores coincidieron que el chequeo informativo ya no puede limitarse a desmentir falsedades una vez viralizadas. Las actividades de los verificadores deben integrarse a un modelo multiparadigmático. Es necesario avanzar a un modelo que combine desmentidos reactivos con estrategias anticipatorias, alfabetización mediática y explicación preventiva de narrativas. El sector

está redefiniendo la utilidad de las etiquetas, tales como “falso” o “engñoso”, y los efectos no deseados de amplificar las falsedades con negaciones en sus titulares.

8. Transparencia y datos abiertos fortalecen la confianza

La comunicación clara, la apertura metodológica y el acceso a información verificable reducen la vulnerabilidad frente a narrativas de censura o conspiración. La opacidad debilita; la transparencia protege.

9. La cooperación transnacional es imprescindible

Las alianzas regionales e internacionales son una condición para anticipar campañas coordinadas y compartir alertas tempranas, tecnología y estrategias que están funcionando en cualquier parte del mundo. Así como la desinformación atraviesa fronteras, esta Cumbre nació con el espíritu de fortalecer una red de alianzas cada vez más amplia que responda globalmente a este flagelo. La creación de redes de trabajo colaborativo debe estar en el centro de las estrategias de quienes financian acciones contra la desinformación.

10. Pasar de la reflexión a la acción

Estas conclusiones plantean un claro llamado a la acción en todos los ámbitos aquí señalados. Resulta imprescindible promover la creación de fondos destinados a la investigación sobre la desinformación, con el fin de

fortalecer la capacidad de las instituciones, los medios de comunicación y la comunidad académica para comprender mejor sus dinámicas y desarrollar respuestas eficaces frente a este fenómeno. Es relevante establecer parámetros de transparencia en las herramientas de IA y programas de incentivos para su adopción responsable, sin perder de vista el rol protagónico de los medios de comunicación como generadores de información confiable y de calidad. Es tiempo de promover programas de alfabetización mediática con compromisos multisectoriales que aseguren sostenibilidad de mediano y largo plazo. Y reforzar la cooperación internacional, clave para avanzar en la integridad de la información y frenar la desinformación.

Comité organizador

Cumbre Global sobre Desinformación

Proyecto Desconfío

Sociedad Interamericana de Prensa

Fundación para el Periodismo



Fundación **Gaob**

CUMBRE GLOBAL SOBRE
DES INFORMACIÓN
2023

DESCONFÍ 

