



CONVERSACIONES ONLINE  
DESDE LA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES

www.google.com/search

g5 corona

g5 coronavirus

g5 coronavirus conspiracy

coronavirus g5 internet

the Bon

# *Desinformación y pandemia*

Por **JULIO CEREZO**

Periodista experto en comunicación corporativa

Dentro del ciclo de “Conversaciones online” se celebró la sesión titulada “Desinformación y pandemia”, en la que de la mano de dos expertos que centran en el estudio de la desinformación y otros aspectos de la comunicación digital sus líneas de investigación y estudios, tenía por objetivo analizar el fenómeno de la desinformación y su relación con la pandemia de la covid-19 y abordar cuestiones relacionadas con el papel que desempeñan los medios de comunicación y las redes sociales en la propagación de los bulos, las fórmulas para combatir eficazmente la difusión de desinformación en las circunstancias actuales de pandemia, o el rol de las autoridades sanitarias en la lucha contra la desinformación.



**L**A PANDEMIA de coronavirus que azota al mundo desde finales de 2019 ha ido acompañada de una enorme oleada de información falsa y engañosa, en medio del ingente volumen de noticias difundido sobre la pandemia que se distribuye a diario en todo el mundo. Las noticias falsas y los bulos son sumamente peligrosos porque generan confusión, fomentan la desconfianza en las instituciones y ponen en peligro la salud pública.

Durante la pandemia, las afirmaciones falsas y los bulos han sido muy numerosos y se han propagado casi con tanto éxito como el propio virus: desde los supuestos remedios para combatir los contagios a las teorías conspirativas sobre el origen de la pandemia; de los falsos efectos negativos de las vacunas al bulo de que las instalaciones de 5G son las responsables de la propagación del virus, la desinformación ha estado permanentemente presente en el debate público y la actualidad informativa sobre el coronavirus.

Para abordar esta cuestión, en la sesión participaron los profesores **Raúl Magallón Rosa** y **Eva Campos-Domínguez**. Raúl Magallón es profesor del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid, forma parte del Grupo de Investigación Periodismo y Análisis Social: evolución, efectos y tendencias (PASEET), y es autor, entre otras publica-

ciones, del libro “Desinformación y pandemia. La nueva realidad” (Pirámide 2020). Eva Campos-Domínguez es profesora del Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de América, Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Valladolid; sus líneas de investigación se centran en la comunicación política en Internet y es autora de varias publicaciones sobre ciberdemocracia, como “La ciberdemocracia en el Congreso de los Diputados”. El debate fue moderado por el periodista y experto en comunicación corporativa, Julio Cerezo.

El primer aspecto que se abordó fue tratar de definir “académicamente” el fenómeno de la desinformación. Para el profesor Magallón, es preferible, al igual que hace la Comisión Europea o la academia, hablar de desinformación en lugar de ‘fake news’, por englobar un fenómeno mucho más complejo que todavía está en fase de evolución y aprendizaje y que incluye “el ‘clickbait’, los contenidos falsos que se difunden por las redes sociales, las injerencias que pueden realizar gobiernos extranjeros o las consecuencias de la automatización”, que conforman el actual ecosistema informativo.

Además de recordar cómo han ido cambiando las preferencias por los términos que definían este fenómeno, –primero fue “posverdad”, luego se empezó a hablar de “fake news” y posteriormente comenzó a utilizarse



RAMÓN ARECES

RAMÓN ARECES



De izquierda a derecha. Arriba: Eva Campos-Domínguez y Raúl Magallón Rosa. Abajo: Los ponentes con el moderador, Julio Cerezo.

el término de desinformación– el profesor Magallón sitúa en 2016 el momento del auge de los contenidos falsos: “En 2016 hay dos procesos electorales –el referéndum del Brexit y las elecciones presidenciales en Estados Unidos- que permiten explicar el cambio de tendencias de las redes sociales y su nuevo rol en las democracias y en la configuración de debates políticos”.

Por su parte, para la profesora Campos, la intencionalidad es un factor primordial de motivación en la generación y difusión de la

desinformación, en un contexto global de crisis: crisis de la esfera pública democrática, crisis de credibilidad, una crisis de comunicación y una crisis de confianza de la ciudadanía en las instituciones. “Nuestra comunicación se desarrolla en una esfera pública tremendamente fragmentada y polarizada, donde la emoción tiene muchas veces más importancia que la razón. Y es en ese contexto donde se puede entender todo el proceso de la desinformación”.

La desinformación tampoco puede expli-

carse sin el contexto actual de las “sociedades dataficadas, entendiendo como tal que nuestras vidas y nuestras rutinas terminan siendo cuantificadas en un escenario digital y con un componente o valor económico. Todos estos factores sociológicos, políticos, mediáticos y tecnológicos terminan dando forma a ese fenómeno de la desinformación, cuya característica principal es, sin duda, la intencionalidad para generar caos y confusión en la opinión pública y, en definitiva, desestabilizar los sistemas democráticos”, destaca la profesora de la universidad de Valladolid.

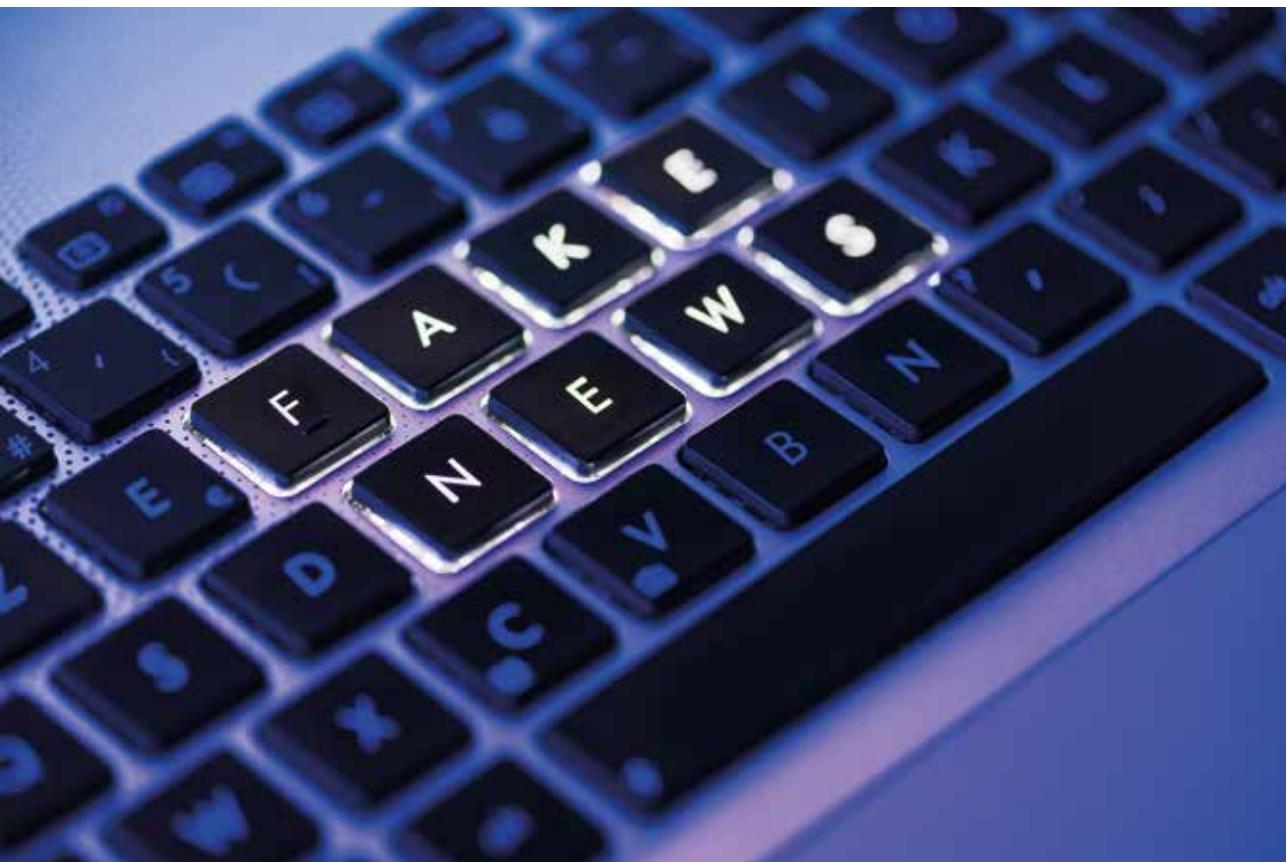
***La desinformación no puede explicarse sin el contexto actual de las “sociedades dataficadas”, entendiendo como tal que nuestras vidas y nuestras rutinas terminan siendo cuantificadas en un escenario digital y con un componente o valor económico.***

A la hora de hablar de los diferentes tipos de desinformación, Magallón destaca que hay que hablar en primer lugar de los objetivos que pretende dicha desinformación y, a partir de ahí, de las diferentes categorías, poniendo como ejemplo la clasificación que hace **Claire Wardle**, una de las mayores expertas en el mundo en la lucha contra la desinformación, que establece siete categorías distintas. Así, encontramos por ejemplo la **sátira o parodia**; las **conexiones falsas o el “clickbait”**, titulares que buscan llamar la atención sobre determinadas cuestiones que hacen referencia al sensacionalismo y a las emociones, y que se encuentran entre los más compartidos entre las redes de familiares y conocidos. Otra

forma de desinformación son los **contenidos engañosos**, como cuando extraemos de determinadas entrevistas un titular que en realidad no se ajusta a la afirmación que ha hecho la persona entrevistada. Los **contextos falsos**, cuando reaparecen determinadas informaciones del pasado que son interpretadas en términos de actualidad por intereses políticos, personales, etc. Los **contenidos impositores**, al suplantar por ejemplo determinadas fuentes y atribuirles falsamente declaraciones no realizadas que aparecen con forma de noticia. Los **contenidos manipulados**, todo lo que tiene que ver con las imágenes como las que reflejan hechos o situaciones que no ocurren en nuestro país pero que se presentan como si hubieran ocurrido aquí o imágenes que han sido manipuladas para introducir algún elemento no presente en realidad. Y los **contenidos inventados**, que son un ejercicio de propaganda y manipulación para que la opinión pública cambie de opinión sobre una cuestión determinada, sin tener en cuenta ningún tipo de rigor deontológico.

Aunque la desinformación y los bulos han existido siempre, asistimos desde hace unos años a esta explosión de desinformación, que la hacen más preocupante ahora, y los ponentes explican las causas.

Para el profesor de periodismo de la Universidad Carlos III, la cuestión de las “noticias falsas” ha existido siempre y cita como ejemplo el de una ley en Francia de 1849, que ya penalizaba la publicación de determinados contenidos con una intencionalidad de alterar la paz pública. Y destaca como uno de los casos más paradigmáticos en la historia de los bulos lo que ocurrió en la guerra de Cuba con el acorazado Maine y el papel que tuvo la prensa a la hora de incentivar y potenciar el papel de Estados Unidos en esa guerra, así como la vinculación entre prensa y poder, una relación jerárquica en la cual los actores con



más poder eran aquellos que eran capaces de gestionar la información.

Ahora nos encontramos en un escenario donde no siempre el que gestiona la información es quien más poder tiene sino el que más “densidad” informativa es capaz de generar con esa información. Lo que ha cambiado en estos últimos 15 años es que cada vez hay más actores interesados en establecer un escenario de caos, de incertidumbre a partir del cual alzarse con sus voces como una respuesta a ese mismo escenario creado.

La conectividad perpetua en la que vivimos es, para la profesora Campos, otro factor diferencial de nuestra época que explica también el actual nivel de desinformación en la sociedad, y que también establece una relación distinta de los ciudadanos con los mensajes y

con los emisores. Cómo nos acercamos nosotros a la información en Internet no está libre de sesgos ni tampoco lo está la información que nos devuelve Internet. No solo es la búsqueda que hacemos las personas, que puede estar sesgada, sino que los propios algoritmos de internet y de las plataformas tecnológicas pueden fomentar esa búsqueda. Según el informe Digital 2021, el 56,4% de los usuarios de Internet de todo el mundo manifiesta preocupación por no saber qué es cierto y qué no en el ámbito de las noticias en la Red.

Y sobre las temáticas más susceptibles de generar desinformación, para Magallón asistimos a una fase de normalización de los procesos de desinformación en la esfera pública. Antes, cuando se acercaban los procesos electorales, la desinformación comenzaba a emerger por parte de determinados actores

con ciertos intereses que pretendían generar situaciones de incertidumbre y aprovechar ese escenario para intervenir en el debate público. En los últimos años hemos visto cómo la desinformación relacionada con la ciencia y la salud cobraba fuerza, sobre todo con el movimiento antivacunas, principalmente. Y también hay otro ámbito fundamental, que apela a la narrativa de las emociones, que es el de la inmigración y que se está generalizando a nivel global.

***“Dos pasiones han ayudado a comprender por qué se ha expandido la desinformación sobre la pandemia: el miedo y la incertidumbre.”***

*Raúl Magallón*

Por su parte, para Campos es importante señalar la ambigüedad que se da en política, donde, por un lado, los actores políticos denuncian que han sido víctimas de campañas de desinformación orquestadas e intencionadas, pero al mismo tiempo cuando pueden ser beneficiarios de ese tipo de campañas, la aplican a algunas acciones o herramientas, como puede ser el uso de *bots*. Entre las temáticas más destacadas se encuentran la inmigración, la violencia de género, las cuestiones climáticas y, por supuesto, las informaciones vinculadas con la pandemia y los discursos anti-ciencia y negacionistas.

### **Pandemia e Infodemia**

La pandemia está siendo un período especialmente fecundo para la desinformación. ¿Cuáles están siendo los grandes problemas de la desinformación sobre el coronavirus?

Para Magallón, dos pasiones han ayuda-

do a comprender por qué se ha expandido la desinformación sobre la pandemia: el miedo y la incertidumbre. En los primeros meses, a nivel internacional, se pudo apreciar que los bulos sobre la pandemia se estaban duplicando frente a los de los meses anteriores. La International Factchecking Network, que aglutina a un importante grupo de verificadores en la lucha contra la desinformación, ha llegado a desmentir más de 9.000 bulos a nivel mundial en el último año. Los bulos respondían a diferentes temáticas: bulos sobre la prevención de la enfermedad, bulos sobre los contagios y la forma de contagiarse y bulos sobre las medidas políticas que se estaban tomando. También se han difundido teorías conspirativas, como la que relacionaba la covid-19 y el 5G o las referidas a los movimientos antivacunas y, por último, estafas y fraudes vinculados al “phishing”. Se ha podido apreciar una evolución del tipo de bulos a lo largo del tiempo y también una adaptación local de los bulos según las características particulares de cada territorio o país.

Para la profesora Campos, esas diferencias entre países se han apreciado claramente. Mientras que en algunos de ellos el discurso era más anti-Ciencia, cuestionando la eficacia de las vacunas o llevando a la esfera pública tratamientos que no habían sido validados científicamente, en otros países se han dado más bulos vinculados con la gestión de la propia pandemia o las medidas adoptadas. Todo ello vinculado al mismo objetivo y a la misma intencionalidad que se señalaba anteriormente: generar caos, confusión y desorientación entre la ciudadanía. Ha sido el caso de Brasil o de Estados Unidos, donde algunos mandatarios difundían contenidos y mensajes que estaban cuestionados por la comunidad científica internacional.

Según el profesor Magallón, al principio de la pandemia sabíamos muy poco sobre la



# COVID-19

enfermedad y su propagación. Ni siquiera sabíamos lo que no sabíamos, alimentando de esta forma el miedo y la incertidumbre, emociones perfectamente humanas. Respecto al ámbito de las vacunas, es normal que la gente tenga dudas sobre las vacunas porque desde un punto de vista científico nos faltaba información. Y lo que hemos visto es que con el paso del tiempo, en la medida en que hemos ido teniendo información sobre su eficacia —la transparencia es un elemento fundamental para generar confianza—la confianza en las vacunas ha ido creciendo y en nuestro país hemos visto cómo desde septiembre de 2020 hasta ahora ha crecido el porcentaje de personas que creen que las vacunas son eficaces.

En este sentido, es importante no empezar deslegitimando cualquier mensaje contrario sino entender en primer lugar las razones que hay detrás de este tipo de mensajes y reali-

zar una labor pedagógica de explicar en cada momento qué es lo que sabemos y qué consecuencias puede tener aquello que no sabemos y que muchas veces compartimos.

Sobre el papel de las redes sociales, ejes fundamentales en el momento actual a la hora de acceder y distribuir información y su papel en la lucha contra la desinformación sobre la pandemia, el profesor Magallón recuerda que la crisis económica de 2008 afectó duramente a los medios de comunicación, que sufrieron una disminución de sus plantillas y se redujeron los recursos para hacer periodismo de calidad. Esta situación afectó principalmente a la prensa local, que tiene en nuestra sociedad un papel fundamental porque sirve de anclaje dentro de una comunidad, de servicio público, etc. Si los medios locales cierran, la gente tiene dos opciones: o recurrir a los medios de comunicación nacionales, que están mucho

más polarizados, o compartir en redes sociales informaciones que no están contrastadas. Por eso, el papel de las redes sociales, además de una solución, fueron en el inicio también un problema. En el escenario actual también se está dando el debate acerca del papel que juegan las empresas tecnológicas y si en realidad también son empresas mediáticas, o si, como hemos visto en las elecciones de Estados Unidos, son también actores políticos y, por lo tanto, es necesario regularlos dentro de esta nueva esfera pública digital. Las empre-

***“Estamos viviendo una crisis de credibilidad de los actores tradicionales como intermediarios y, dentro de ellos, el de los medios de comunicación”.***

*Eva Campos-Domínguez*

sas tecnológicas han decidido intervenir en los contenidos, un elemento positivo porque los discursos antivacunas o negacionistas que pueden potenciar aquellas acciones peligrosas para la sociedad ven reducida su capacidad de difusión y viralidad. Así, hemos visto cómo Whatsapp decidió limitar los envíos de determinados contenidos masivos, una iniciativa que tomó durante las elecciones indias de 2019 con la idea de que los contenidos falsos, que son normalmente los que más se viralizan y comparten, tuvieran un recorrido menor. Ese es el papel fundamental de las redes sociales, en cuanto a su capacidad para limitar la difusión de contenidos falsos y la desinformación.

Para el profesor Magallón, hay un mensaje fundamental que todos deberíamos transmitir: que nuestros amigos, conocidos o familiares sean fuentes de confianza no significa que

sean fuentes fiables. En las primeras semanas de pandemia se pudo observar que ese tipo de contenidos falsos o bulos que circulaban por Whatsapp y que eran compartidos por nuestros contactos y amigos, no habían sido sometidos a ningún proceso de verificación que avalara su veracidad.

## **Desinformación y crisis de confianza**

En cuanto al papel de los medios, según Magallón, una de las consecuencias durante los primeros meses de pandemia ha sido que las suscripciones a medios digitales se han duplicado: “La ciudadanía necesita poner en valor la verdad y ha apostado por un periodismo de calidad porque entendía que era el que nos podía, en cierta forma, no salvar, pero sí ayudar a resolver todos los problemas de infodemia y de desinformación que ha generado la pandemia”.

Los medios no solo han perdido el monopolio sobre la intermediación de los contenidos, sino también en cuanto a los ingresos publicitarios. Hace dos años se calculaba que cerca del 80% de la publicidad digital mundial estaba en manos de las plataformas tecnológicas, como Google o Facebook. No solamente se pone en cuestión el papel de los medios como intermediarios de la verdad y la realidad sino también su capacidad para tener una independencia económica, un elemento fundamental y un principio necesario para garantizar el resto de independencias: la independencia editorial, la independencia en el tratamiento de la información y también la independencia para disponer de los recursos necesarios para realizar un periodismo de calidad.

Otra de las paradojas observadas en las primeras semanas de la pandemia es que las visitas a los medios digitales se duplicaban pero, al mismo tiempo, los ingresos generados por

la publicidad se reducían de forma extraordinariamente significativa.

Por todo ello, estamos viendo que el papel de los medios de comunicación y cómo superan la situación de crisis social, económica y cultural va a ser fundamental para entender si podemos recuperar esa credibilidad y confianza en el sistema y en la esfera pública.

Para la profesora Campos, estamos viviendo una crisis de credibilidad de los actores tradicionales como intermediarios y, dentro de ellos, el de los medios de comunicación. En este proceso los medios han intentado ver qué acciones podían poner en marcha para recuperar la confianza de la ciudadanía. Entre estas acciones están los procesos de rendición de cuentas, de transparencia, contar cómo estaban haciendo la información, verificar y dar constancia de lo que tradicionalmente venían haciendo, como verificar sus fuentes, con el fin de recuperar esa credibilidad perdida.

En cuanto al auge de las suscripciones en la prensa, si bien es positivo por la necesidad de garantizar el periodismo de calidad, Campos destaca que se abre otro problema, el de generar una brecha informativa entre quienes tienen la posibilidad de acceder a ese tipo de contenidos y los que no. Y el papel fundamental, en este contexto, que han de jugar los medios públicos a la hora de garantizar o minimizar esas brechas informativas que se puedan generar.

En cuanto a las diferentes actuaciones que en este escenario de difusión de tanta información falsa pueden llevar a cabo los medios para recuperar la confianza, Magallón señala



las definidas por First Draft, una organización especializada en la lucha contra la desinformación y el *fact-checking*, que estableció al principio de la pandemia una serie de recomendaciones que un año después siguen estando totalmente vigentes, como la idea de evitar un lenguaje sensacionalista que pudiera aumentar el miedo; evitar utilizar imágenes de archivo que pudieran fomentar los estereotipos, que pudieran incentivar el pánico; evitar especular con la idea de los peores escenarios, que generan confusión y situaciones de incertidumbre; un elemento muy positivo para los medios se ha producido cuando han sido capaces de sugerir a la ciudadanía determinadas acciones específicas que podían llevar a cabo, al igual que dirigir a los lectores hacia fuentes fiables de información –una idea de

periodismo abierto, que es muy positiva–, y enlazar a las fuentes oficiales en las informaciones propias, reduciendo la incertidumbre entre los lectores.

Para Magallón, es importante también señalar acciones que son mejorables, como el que no todos los rumores merecen tener cobertura y, en caso de que la tengan, en el primer lugar, en el titular de la información, vaya integrada la verdad, no el rumor porque, como bien sabemos, en primer lugar se comparten los titulares pero no se “clican” las informaciones. Es lo que se llama el “sándwich de la verdad”: empezar por la verdad, luego desmentir aquello que es falso, y concluir con la verdad.

También es importante la labor de los medios a la hora de simplificar la complejidad; evitar utilizar lenguajes despectivos, buscar diferentes opiniones de expertos, al igual que pensar, en un escenario donde al principio no había mucha información, qué es lo que la ciudadanía se estaba preguntando e intentar dar respuesta a ello, como idea de volver a la esencia del periodismo como servicio público, independientemente de que sean medios públicos o privados. O incluir datos, gráficos, contextos, mapas, etc. que puedan ayudar a resolver este escenario de incertidumbre.

Por su parte, Eva Campos recuerda que los medios de comunicación llevan varios años atravesando una crisis de transformación muy profunda y no han tenido un contexto favorable para tener una reacción especialmente rápida, si bien destaca y pone en valor algunas iniciativas que algunos medios de comunicación han sacado a la luz para demostrar que su proceso de elaboración de información estaba siendo verificado mediante sistemas de alertas o avisos en los que señalan que la información ha sido chequeada con todos los procesos tradicionales de verificación de información. También destacó

que algunos colectivos, como los colegios de periodistas, han tratado de desarrollar algún tipo de medida o iniciativa para intentar despejar el contexto, identificando al medio que cumple con los mínimos de responsabilidad requeridos para ejercer ese servicio público del que hablábamos. En definitiva, se trata de una responsabilidad a la que, fruto de la premura, en algunos casos no han sabido o no han podido dar respuesta.

Sobre los métodos más eficaces para combatir la desinformación, Raúl Magallón destaca el papel de los verificadores y se pregunta qué hubiera pasado si estos verificadores, que se unieron a nivel global para combatir la desinformación no hubieran desmentido los 9.000 bulos que han surgido sobre la pandemia a nivel mundial.

Para el autor de “Desinformación y pandemia. La nueva realidad”, el principio general es que, en caso de duda, no compartir el contenido. “En caso de duda, preguntar, verificar, comprobar. No se trata de una cuestión de formación académica –es importante señalarlo—sino de hábito”.

## Verificación y alfabetización

El segundo principio tiene que ver con la distinción entre fuentes de confianza y fuentes fiables. Las fuentes de confianza pueden ser nuestros amigos, familiares y conocidos, que al compartir determinados mensajes o ideas pueden estar ayudando a generar un escenario de desinformación. La clave está en las fuentes fiables y cómo volver a confiar en los medios de comunicación como un actor fundamental desde el punto de vista de la confianza en el sistema y en la esfera pública. La verificación es una responsabilidad para los generadores de contenidos mientras que, por parte de los usuarios, es necesaria la alfabe-



tización para un consumo responsable de la información.

Para Eva Campos, se trata de un aspecto muy importante que deberíamos trabajar en varias dimensiones. No solo en aprender a ver a quién podemos creer o cómo podemos relacionarnos con esa información sino también a otros niveles. Deberíamos hacer también una alfabetización digital en medio de esta fatiga informativa en la que estamos viviendo y que al final termina contribuyendo a la desinformación, a generar desconfianza, caos, confusión. Alfabetización, no solo de qué información consumimos, sino cómo recibimos esa información o cómo nos relacionamos con esa información. Para la profesora Campos hay un tercer nivel de alfabetización, también muy importante, que es el de trabajar pedagógicamente en la credibilidad de las instituciones. “Decíamos al principio que uno de los objetivos de la desinformación es deslegitimar y creo que la alfabetización no va

solo de ver en qué tipo de informaciones o mensajes podemos creer sino también de un ecosistema informativo mucho más global: cómo podemos volver a creer en los medios de comunicación, en los intermediarios, en el sistema que nos sustenta. La alfabetización debe ir de lo “micro” hasta alcanzar niveles “macro”.

### **Desinformación y geopolítica**

Sobre el papel que han de desempeñar los Estados y las instituciones supranacionales en la lucha contra la desinformación, la legislación y la regulación son las herramientas a su alcance. Para el profesor Magallón, no se puede entender hoy la geopolítica y la economía sin entender los procesos de desinformación. Hemos visto cómo determinados países con déficit democrático, han entendido que la desinformación puede ser una herramienta de guerra híbrida para ayudar a potenciar sus

intereses, establecer su agenda, etc. Y es una realidad que ha llegado para quedarse.

Por otra parte, desde el punto de vista de la legislación, lo que nos está indicando la experiencia de las diferentes leyes anti-*fake news* que se están intentando aprobar en diferentes países en los últimos años, es que es bastante peligroso porque en muchas ocasiones se están utilizando estas normas para intentar callar voces disidentes, a los periodistas críticos, creando un escenario de limitación de la libertad de expresión y de información.

Un tercer elemento, donde podríamos encontrar un mayor nivel de consenso, según Magallón, es regular la forma en la que se presentan los contenidos: si los contenidos patrocinados deben estar identificados, el reparto transparente de la publicidad institucional... La idea es que se puedan regular diversos vectores de la desinformación de acuerdo al ecosistema actual y no tanto contar con una gran Ley anti-bulos.

Y por último, se abordó la utilización de la propia tecnología en la verificación e identificación de desinformaciones. Para Eva Campos, todo lo relacionado con la Inteligencia Artificial (IA) es un elemento clave en la desinformación; no solo es una poderosa arma para la creación y difusión de la propia desinformación y de los bulos -estamos viendo que si hay un escenario donde uno ya no distingue si algo es real o no, se debe en parte a que están creados por procesos de IA- sino también en contra, para combatir la desinformación. Algunas organizaciones de *fact-checkers* ya lo están aplicando en este sentido y nos puede servir desde ayudarnos a detectar bulos para eliminarlos y también para intentar elaborar respuestas para combatir esos propios bulos. En todo el proceso de creación, difusión y viralización de los bulos, la IA tiene un papel clave ahora y seguramente lo tenga en el futuro.

Para Campos, hay otro aspecto prioritario, que es la necesidad de establecer transparencia dentro de los propios mecanismos de algoritmos: "Los filtros suelen ser bastante opacos y, por tanto, para ganar de nuevo la credibilidad y confianza que estamos reivindicando en esta sesión, es preciso que estos mismos procesos algorítmicos se hagan transparentes". La propia Unión Europea ha trabajado en esta línea y hay algunos documentos que vienen llamando la atención sobre la necesidad de que estos códigos se compartan, sean abiertos y de alguna forma haya transparencia en estos procesos.

Para concluir la sesión, dos reflexiones de los autores. Para Raúl Mágallón, en primer lugar, señalar que los sesgos tecnológicos parten de sesgos humanos y que debemos trabajar en la transparencia y la rendición de cuentas de todo lo relacionado con la tecnología, las redes sociales, etc., para mejorar el contexto actual. Para Magallón, lo más positivo es que seguramente hayamos visto ya, desde el punto de vista de la desinformación, su máximo apogeo durante la pandemia. A partir de ahí, entender que ha llegado para quedarse, que necesita de procesos de alfabetización y que se trata de una responsabilidad compartida, sin soluciones mágicas, pero sí con determinadas respuestas que deben de intentar buscar y recuperar la confianza en el sistema, en los medios y en que la calidad de la diversidad de la democracia crezca.

Para Eva Campos, en este escenario creado por la desinformación de enorme complejidad y con envergadura global, es necesario que no haya discursos ambivalentes: "Parece prioritario que los representantes sociales, económicos y políticos sean coherentes con su propio discurso político. Si denuncian ser víctimas de algunas de estas prácticas de desinformación, que luego no ejerzan o practiquen algunas de ellas".