

RELATO EN EL AULA

Una síntesis de la investigación
y el conocimiento
de nuestros estudiantes



Ética, burbujas y algoritmos. Ciencia y política frente al desafío de la desinformación

La desinformación opera sobre la política, pero además horada la confianza en las instituciones, el conocimiento científico y el concepto de verdad. Este trabajo propone estrategias para contrarrestar sus efectos a través del sistema político, la comunicación de la ciencia y la formación ciudadana.



Por **Alejandro Landoni**
y **Paula Pellegrino**

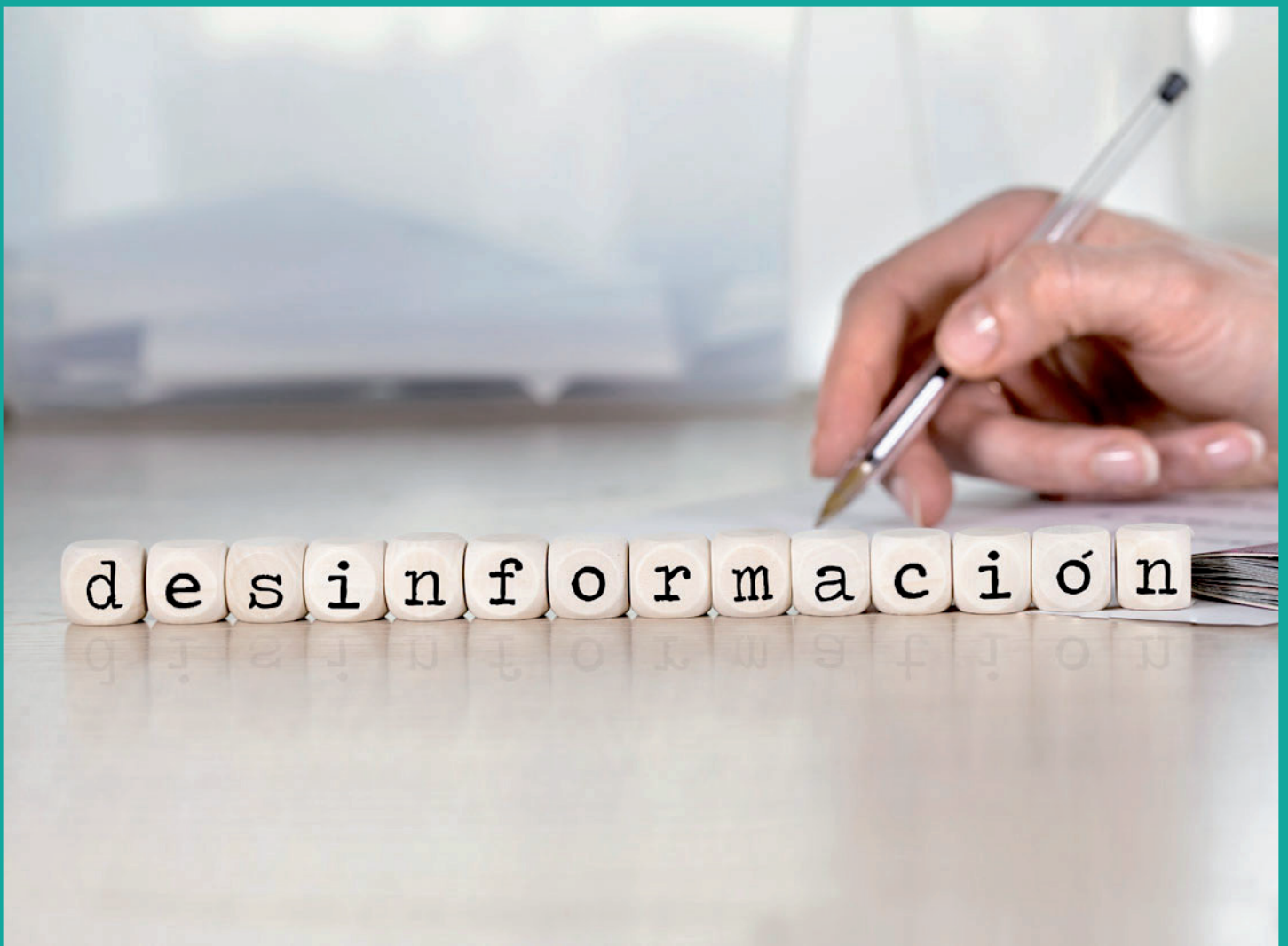
La aceleración en el desarrollo de las tecnologías de las comunicaciones aparejó transformaciones sustanciales en la forma en que las personas se vinculan y comunican. El desarrollo de internet, la telefonía celular, los algoritmos y la minería de datos, el surgimiento de las redes sociales y recientemente el desarrollo de la inteligencia artificial determinan nuevas formas de vinculación de las personas no solo entre sí sino en su relación con las máquinas, con la producción y con la forma en que apprehenden e interpretan la realidad.

Los cambios en el campo de las tecnologías de la información han tenido su correlato en las

relaciones de poder y en la economía global con el surgimiento de grandes corporaciones que concentran tanto el soporte tecnológico de las redes globales como el conocimiento humano que lo hace posible.

La capacidad para segmentar públicos y conocer con precisión sus características, deseos, necesidades, marcos ideológicos, red de vínculos, etc. facilitó la construcción y direccionamiento de mensajes específicos para grupos concretos de personas. Pero, además, la capacidad de propagar a gran velocidad estos mensajes orientados a generar determinadas reacciones, multiplica la rápida generación de narrativas que sin estar vinculadas a la realidad aparezcan como tal para los grandes públicos.

Hoy son múltiples los casos de desinformación planificada y, cada vez más visibles, sus efectos en la polarización y el crecimiento de la violencia política. La desinformación aparece, tal como la describe la periodista ecuatoriana Saudia Leveyer, como una estrategia pensada y ejecutada por agentes que procuran alcanzar objetivos específicos a través de la manipulación, y con un presupuesto para ello.



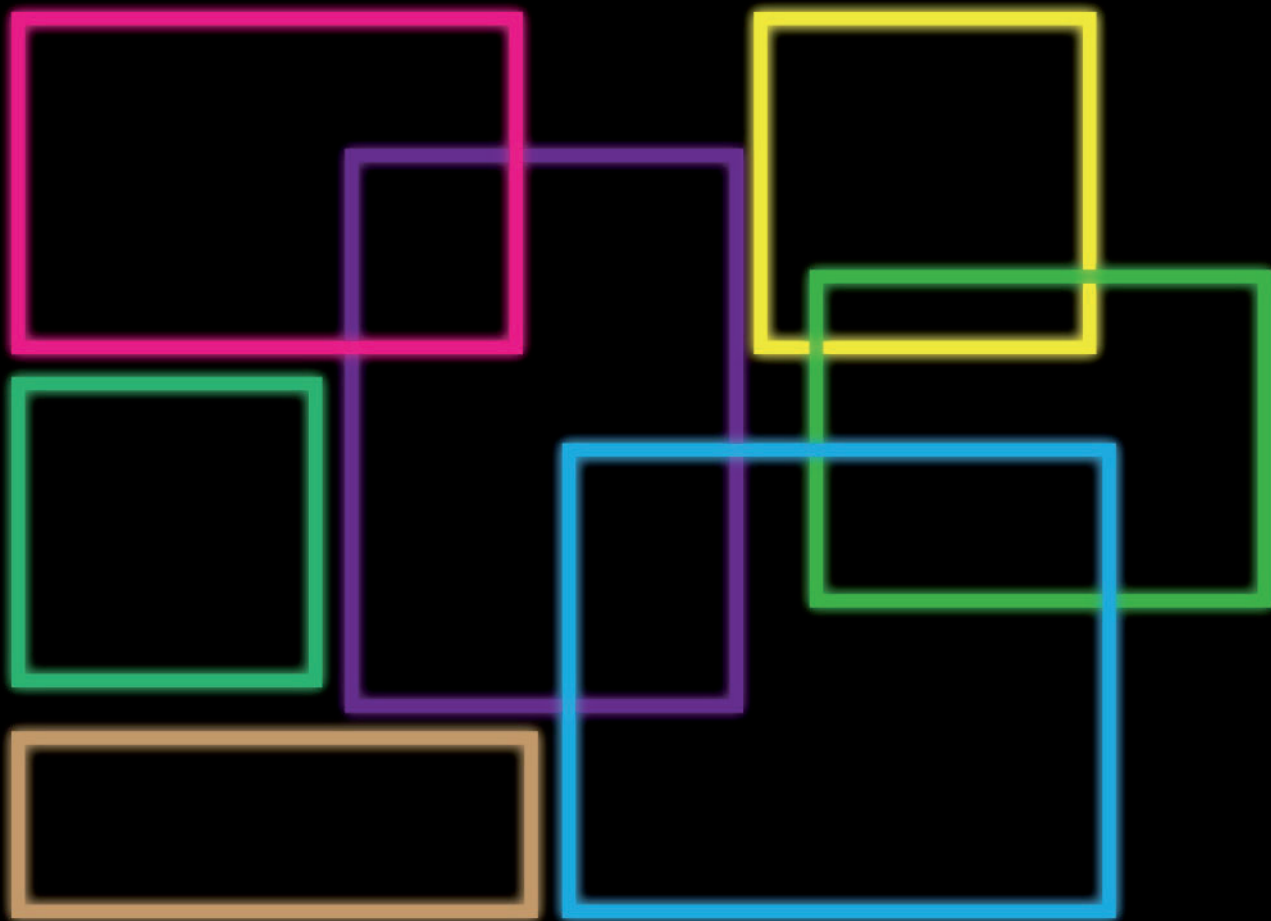
A partir del desarrollo de los algoritmos y modelos que operan agrupando a las personas en burbujas nucleadas en torno a intereses, preferencias y opiniones comunes, es posible desarrollar mensajes orientados a un público muy específico. En forma complementaria, los avances en lingüística, neurociencias y conocimiento del funcionamiento del cerebro humano permiten prever las emociones y reacciones que sucederán a partir de dichos mensajes en ese público específico. La combinación de estas herramientas convierte a la desinformación en un arma poderosa para agentes carentes de ética que operan en las campañas electorales y la política en general, polarizando a la sociedad y horadando seriamente la confianza en las instituciones, el conocimiento científico y el propio concepto de verdad.

En la teoría de los *frames*, Lakoff explica que “la gente piensa mediante marcos. La verdad, para ser aceptada, tiene que encajar en los marcos de la gente. Si los hechos no encajan en un

determinado marco, el marco se mantiene y los hechos rebotan”. Según Lakoff las palabras son las que activan ciertos marcos en nuestra mente, influenciando nuestras emociones, juicios y decisiones.

Desde la segunda mitad del siglo XX, con el final de la guerra mundial, parecía que la política, la educación y la ciencia lograban avanzar en la articulación de formas de convivencia que, sin resolver las asimetrías y desigualdades, eran relativamente pacíficas. Hoy la desinformación busca desandar esa senda para reforzar la polarización en las redes sociales que se reproduce en los medios de comunicación y luego en la sociedad.

¿Cómo? Conociendo las burbujas, sus marcos, sus principales puntos de influencia y de interrelación, los operadores de campañas políticas son capaces de direccionar el mensaje y viralizarlo de forma planificada. Movilizarán las emociones, tal como lo describió Castells, apelando principalmente a aquellas que



impactan fuertemente en los sistemas de alerta, generando entonces ante hechos falsos o inexistentes, reacciones violentas que tendrán su consecuencia en el mundo real. Logran generar nuevas fuentes de información, cuyas noticias o contenidos no tienen sustento real, y ponen en duda, a partir de hechos falsos o irrales, la veracidad de todas las fuentes y medios. Además de movilizar las emociones y la reacción desenfundada de las burbujas, logran distraer al adversario, marcando una agenda de discusión pública que les es ajena e impuesta.

La desinformación impacta en el sistema político, pero también en muchos ámbitos de la sociedad (economía, salud, seguridad pública, etc.) con su correlato en acciones y omisiones cuyas consecuencias trascienden ampliamente el campo de lo simbólico. La desconfianza desborda las instituciones y los sistemas de organización de las sociedades, alcanzando a la propia racionalidad y las formas de aprehensión del mundo.

¿Acaso las mismas estrategias de desinformación no son aplicadas a la ciencia poniendo en duda a los actores del sistema científico y por añadidura al sistema de creación del conocimiento?

En agosto 2023, el divulgador científico Hernán Oquendo refería al problema de la desinformación y la comunicación del conocimiento científico y afirmaba: “necesitamos reconstruir la confianza y el diálogo para combatir la desinformación”. Expresa su convicción de que un elemento crucial es reconocer a los otros actores del ecosistema, establecer un diálogo y confiar en el ecosistema y agrega que “la comunicación pública de la ciencia no es una actividad altruista, que se hace para que unos pobres ignorantes accedan al conocimiento de las elites, sino que es una tarea estratégica que, incluso, sustenta el propio sistema de ciencia”.

Posiblemente el camino a seguir por el sistema político, el sistema científico y los medios de comunicación requiere un nuevo acuerdo de

confianza. Esto implica reconocer a los diversos actores y asumir compromisos éticos.

Es necesario que los partidos informen cómo se financian las campañas y se ejecutan los presupuestos, facilitando información sobre los pagos realizados a *influencers*, uso de *bots* e inteligencia artificial, etc. También que los medios de comunicación se vean obligados a distinguir entre información, opinión, contenido periodístico patrocinado y contenido publicitario y bregar para que los periodistas aseguren la verificación previa de los contenidos a publicar. Como responsables de comunicación en instituciones vinculadas a la comunicación de ciencia y tecnología, consideramos que la estrategia guatemalteca Stephanie Tello propone con claridad los caminos a seguir:

- Evaluación adecuada del impacto de los mensajes que forman parte de campañas de desinformación.
- Conversión y reconversión de *influencers* para que puedan ser voceros de respuestas adecuadas y con impacto en las burbujas y redes específicas.
- Aportar información veraz a través de voceros confiables y estratégicos. Recurrir a personalidades reconocidas y valoradas positivamente en ámbitos que no están vinculados al tema en concreto. Por ejemplo: deportistas, artistas, etc.
- Despolarizar y desconcentrar el foco de la desinformación.

Tanto en el ámbito de la comunicación política como en ciencia y tecnología es necesario aumentar la inversión en comunicación. Los recursos disponibles, la profesionalización de trabajadores y trabajadoras y las condiciones

en que se realiza el trabajo en comunicación son determinantes de la calidad de la comunicación y en el desarrollo de estrategias para combatir la desinformación.

Es necesaria la apuesta permanente a la formación y la educación de la ciudadanía, así como también la legitimación de la política como principal herramienta del diálogo social y la construcción democrática.

Finalmente, la ciudadanía también tiene la responsabilidad de no reproducir mensajes de odio y evitar que puedan entrar en los distintos ámbitos en que se desarrolla la vida cotidiana.



Alejandro Landoni (Uruguay) es periodista. Licenciado en Comunicación con una especialización en Marketing. Con vasta trayectoria en comunicación institucional y divulgación de la ciencia y la tecnología, está cursando la especialización de Comunicación de la ciencia y la tecnología en la Universidad de la República (Udelar) de Uruguay. Fue electo presidente de la Comisión Coordinadora de la Comunicación Central de la Udelar en el período 2015 - 2018.

<https://www.linkedin.com/in/alejandro-landoni-49941015/>



Paula Pellegrino (Uruguay) es licenciada en Comunicación por la Universidad de la República. Con amplia experiencia en comunicación política y comunicación institucional pública, ha desarrollado su actividad en gobiernos departamentales, gobiernos nacionales y en la Universidad de la República. Actualmente cursa la Especialización en Comunicación de la ciencia y la tecnología en la Universidad de la República.

<https://www.linkedin.com/in/paula-pellegrino>

Ética, burbujas y algoritmos. Ciencia y política frente al desafío de la desinformación, es una síntesis del trabajo académico presentado por Landoni y Pellegrino en el curso de Desinformación y campañas negativas, dictado por la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República, en 2024.