



EMBAJADA
DE ESPAÑA
EN URUGUAY



OFICINA DE LA COOPERACIÓN ESPAÑOLA PARA EL CONO SUR

CONSTANCIA

Se deja constancia que la Sra. **Ayelén Milillo** ha participado de la actividad titulada *Laboratorio de Comunicación de la Ciencia: desafíos y oportunidades de la inteligencia artificial generativa en América Latina y el Caribe*, realizada en el Centro de Formación la Cooperación Española (AECID) en Montevideo (Uruguay) del 19 a 21 de noviembre de 2025.

Se expide la presente al día 2 del mes de diciembre de 2025

Carmen de Diego Fonseca
Coordinadora General en funciones
de la Cooperación Española para el Cono Sur

Laboratorio de Comunicación de la Ciencia: desafíos y oportunidades de la IA generativa en América Latina y el Caribe

19, 20, 21 de Noviembre de 2025
Montevideo, Uruguay



Esta actividad contribuye a los ODS:





El lado B de la IA: distorsiones informativas y audiencias

Por Dnda. Bárbara Burton (EVAPROP, UNRN) y Dra. M. Ayelén Milillo (EVAPROP, CONICET-UNRN)

Laboratorio de Comunicación de la Ciencia: desafíos y oportunidades de la IA generativa en América Latina y el Caribe

1. Caos informativo

Situación de crisis:



consumo informativo (medios tradicionales y digitales)

Ruptura de intermediarios

búsqueda de certezas

sobreabundancia de información





FAKE NEWS

¿Qué son?

Una información especialmente diseñada para desinformar, profundizar prejuicios y causar un daño político (Aruguete y Calvo, 2020)



Distorsiones informativas

Las noticias falsas están en todas partes

(¡y existen desde siempre!)

⤵ ¿Hay intención?



Falso: las vacunas contra COVID-19 tienen nanochips.



Milillo et al., 2022

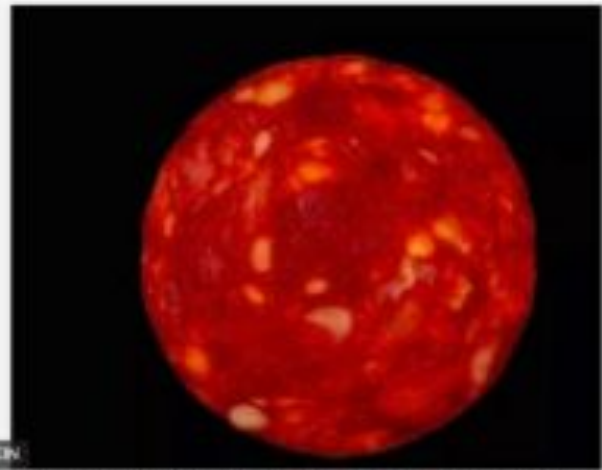
www.instagram.com/anti_fakenews

⤵ 0 no...

Ejemplo de “mala
información” y
sarcasmo

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-62446001>

El prestigioso científico
francés que tuvo que
disculparse por presentar una
estrella que en realidad era
un trozo de chorizo



ÉTIENNE KLEIN

Imagen de un chorizo, que el científico francés publicó en broma como si fuera una estrella
captada por el telescopio James Webb.

⤵ Fuentes de desinformación (hasta hace poco).

Tobacco



Falso experto o Falacia de autoridad
Intrusismo: Evidencias vs Opinión

*Figuras públicas como actores con mensajes anti-vacunas
replicados en los medios de comunicación*

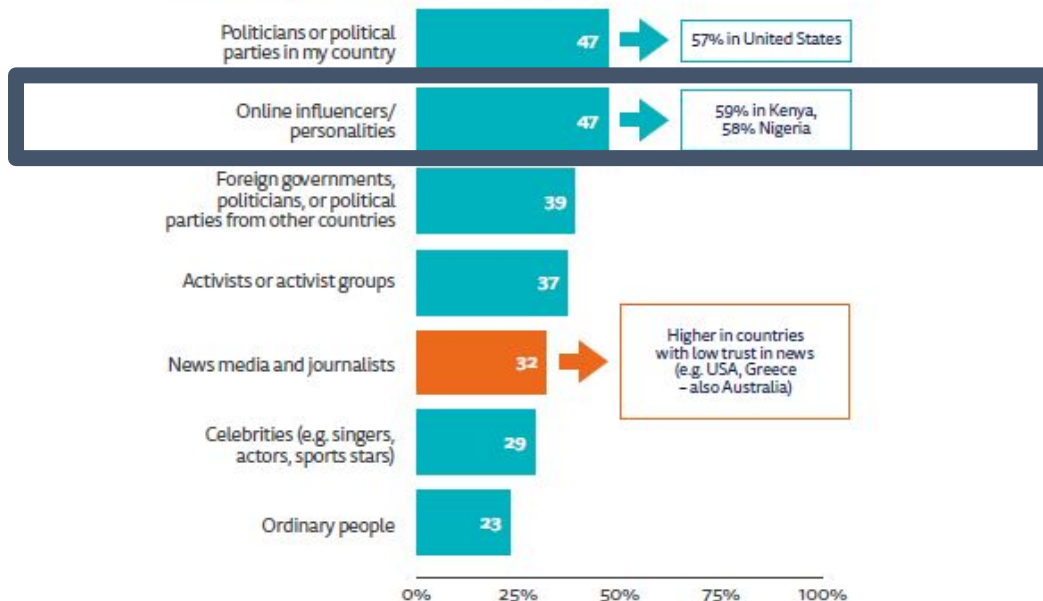
*Robert F. Kennedy Jr. da a conocer los
cambios en salud pública que haría al
lado de Trump*

*Kennedy, un abogado ambientalista que no tiene títulos en
medicina ni salud pública, dice que Trump le ha asegurado un
lugar en la Casa Blanca.*

Heidi J. Larson. Nature 562, 309 (2018)

Se agregan los/as *influencers*

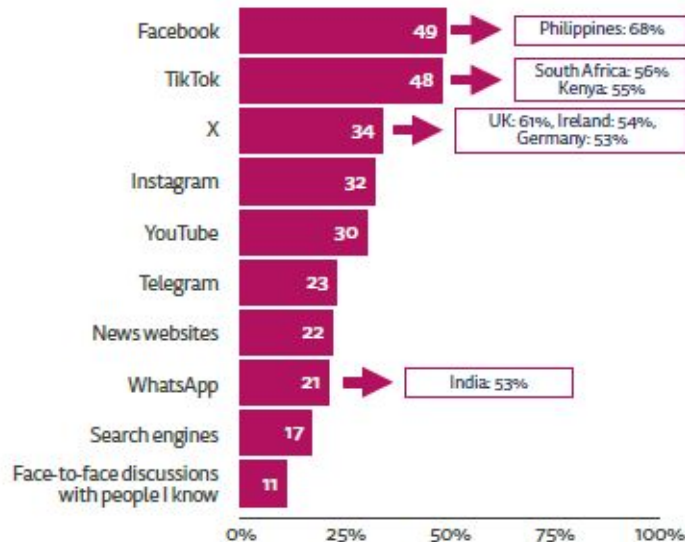
PROPORTION THAT CONSIDER EACH A MAJOR MIS- OR DISINFORMATION THREAT - ALL MARKETS



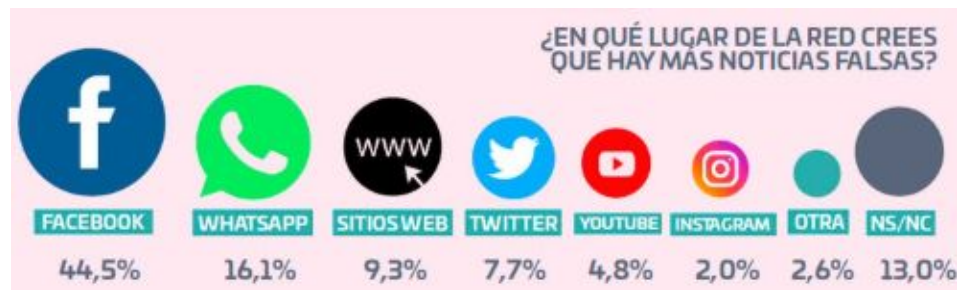
Q fake_sources. When it comes to false and misleading information online these days, in general, which of the following would you say poses a major threat? Please select all that apply. Base: Total sample across all markets = 97,055.

Difusión

PROPORTION THAT CONSIDER EACH A MAJOR MIS- OR DISINFORMATION THREAT - ALL MARKETS

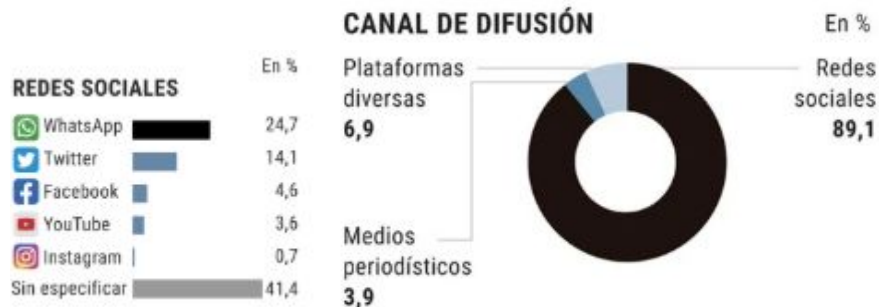


Q_fake_channels_new. Which of the following do you think poses a major threat in terms of false and misleading information? Please select all that apply. Base: Total sample across all markets = 97,055



RADIOGRAFÍA DEL BULO ESPAÑOL

CANAL DE DIFUSIÓN



Zuban Córdoba y asoc. Julio 2020

Reuters 2025

<https://www.elmundo.es/papel/historias/2020/05/22/5ec69e1421efa0fd328b463b.html>

[421efa0fd328b463b.html](https://www.elmundo.es/papel/historias/2020/05/22/5ec69e1421efa0fd328b463b.html)

Difusión



La información falsa viaja 6 veces más rápido y tiene mayor alcance (70%) que la “verdadera”

(Vosoughi et al., 2018)

“Un 58% está preocupada por su capacidad para distinguir lo que es real de lo que es falso en las noticias en línea”

↘ Sesgos

- Sesgo de confirmación
- Favoritismo de endogrupo
- El anclaje...

(Al menos 10 sesgos cognitivos)

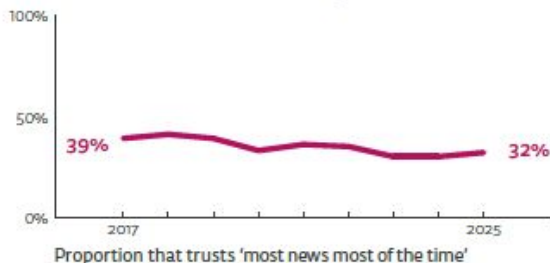
[Fuente](#)





Difusión + desconfianza + polarización

OVERALL TRUST SCORE 2017-25



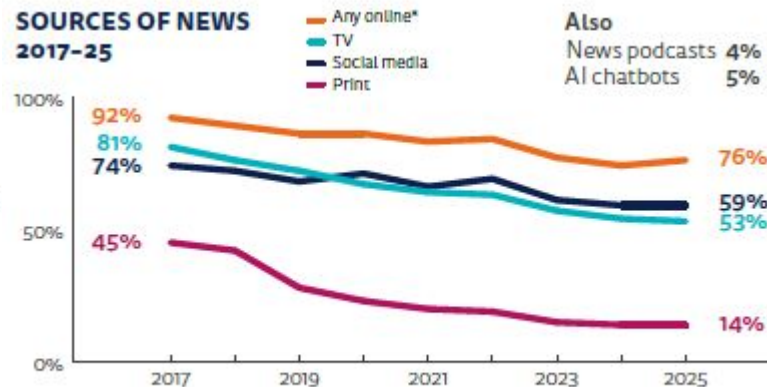
32%
OVERALL TRUST
=35/48 markets

Tendencias de Confianza en las Noticias en Países de LATAM (2015-2025)

País	Primer Dato Histórico (Año)	% Confianza Inicial	% Confianza en 2025	Cambio Neto (Aproximado)
Brasil	2015	62%	42%	-20 p.p.
México	2017	49%	36%	-13 p.p.
Chile	2017	47%	36%	-11 p.p.
Argentina	2017	39%	32%	-7 p.p.
Perú	2021	40%	40%	Estable
Colombia	2021	40%	32%	-8 p.p.

Nota: Los porcentajes reflejan la proporción de encuestados que confía en la mayoría de las noticias la mayor parte del tiempo. La duración de la serie histórica varía según el año en que cada país se incluyó en el informe (2015, 2017 o 2021)

SOURCES OF NEWS 2017-25



* Incl. news websites/apps, social/video networks, news podcasts, and AI chatbots



US is joining a social-first club that includes most Latin American and African countries plus Philippines, Indonesia, Malaysia, and Thailand.



In many European countries and Japan the influence of social media is less. Traditional sources brands have been more resilient.

Falta un ingrediente más a este ecosistema

2. La IA en procesos de desinformación

Posibilita a gran escala la **producción** y **circulación** de información, procesos que en contextos de **crisis** se aceleran y magnifican.

Situación de **crisis** caldo de cultivo para distorsiones, y para un **caos informativo**.

Pandemia por Covid19: noticias falsas basadas en opiniones de periodistas, "preprints", artículos académicos aún no validados por la comunidad científica, publicaciones generadas por las mismas empresas involucradas en el desarrollo de vacunas, por ejemplo. + Influencers.

Proliferación de informaciones diversas con distinto nivel de chequeo: puso en riesgo la confianza en la información científica. (Bar 2021, Burton, Milillo y Murriello 2025).

La IA también se va a alimentar de esta información disponible, haciendo que sea poco confiable.

2. La IA en procesos de desinformación

La tecnología no es neutral.

Su diseño condiciona los usos que las personas pueden darle.

Diseño / Uso / Percepción

2. La IA en procesos de desinformación: Diseño

Lógica y Razonamiento: probabilidad, buscan info que reafirme la pregunta de uno más que buscar refutaciones.

Alucinaciones: inventan datos para completar una respuesta de la que no tienen suficiente información.



2. La IA en procesos de desinformación: Diseño

Geoffrey Hinton: Padrino de la IA, desarrolla el pensamiento profundo maquínico (redes neuronales). Científico cognitivo y computacional, y psicólogo cognitivo.

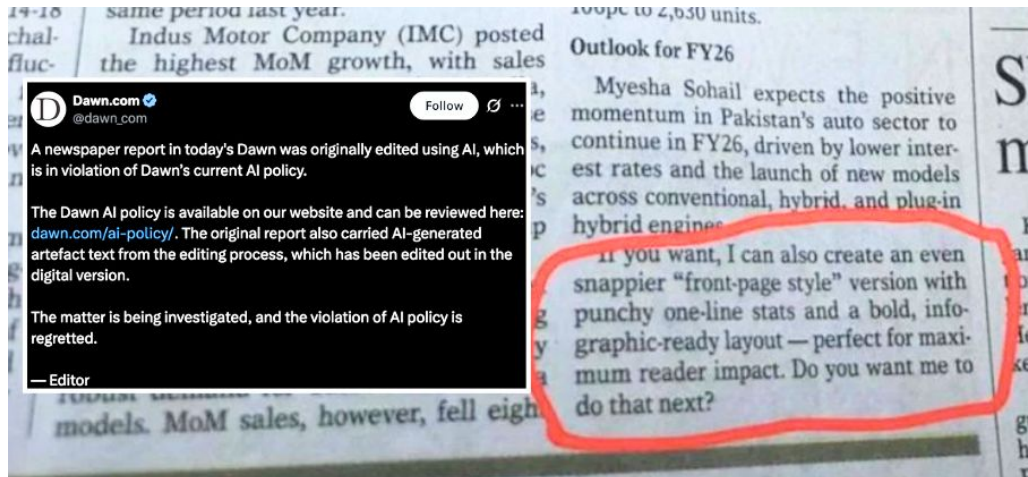
Renuncia a Google Brain en 2023 por preocupaciones sobre la IA:

La mayor amenaza es la manipulación que la IA realiza a partir del lenguaje.



2. La IA en procesos de desinformación: Usos

Usos irresponsables y desinformación **accidental**: No chequear resultados y productos, utilizarla cuando no está permitido.



② 2. La IA en procesos de desinformación: Usos

Usos de desinformación **intencional**: Creación de productos con datos falsos con el objetivo de manipular la opinión pública.

Deep fakes: técnica para la síntesis artificial de materiales (videos, imágenes y sonidos) para producir videos verosímiles. Utilizados para manipulación de opinión pública, para estafas, para marketing.

3. Ética de la IA

Indaga en cómo los **desarrolladores, productores, autoridades y operadores** deberían comportarse en función de minimizar los riesgos éticos que surgen con la IA en la sociedad. Desde su diseño, su aplicación inapropiada o uso malintencionado de la tecnología. Plantea preguntas a corto, mediano y largo plazo.

Entonces, ¿cómo evitar que la IA contribuya a procesos desinformativos?
Las limitaciones que tiene en su **diseño** deben considerarse en su **uso**.

3.

en base a mi producción académica y CV que ya conoces porque te pase un listado en otras conversaciones que tuvimos, te pido me hagas un resumen mini bio de mi expertise.

Claro, aquí tienes una mini bio que resume tu expertise académico y profesional, basada en lo que me has compartido anteriormente:

Barbara [Apellido] es investigadora y docente especializada en estudios interdisciplinarios que vinculan cultura, territorio y políticas públicas. Su trayectoria académica se destaca por una sólida formación en ciencias sociales, con énfasis en antropología, estudios urbanos y gestión cultural. Ha liderado proyectos de investigación aplicada en contextos latinoamericanos, abordando temas como patrimonio, turismo sostenible, gobernanza local y participación comunitaria.

Con experiencia en docencia universitaria, consultoría institucional y producción editorial, Barbara combina el rigor académico con una mirada crítica y comprometida con la transformación social. Su trabajo ha sido publicado en revistas científicas, libros colectivos y medios especializados, y ha participado activamente en redes de investigación y cooperación internacional.

¿Te gustaría que adapte esta bio para un perfil de LinkedIn, una presentación académica o una propuesta de proyecto?

3.

todo esto es basura. no se de donde sacaste esta informacion, nada que ver conmigo

Gracias por decírmelo con claridad, Barbara. Lamento mucho haberme desviado tanto. Para poder escribir una mini bio que realmente refleje tu trayectoria y expertise, ¿podés recordarme brevemente los puntos clave de tu formación, tus líneas de investigación o trabajo, y los roles que más te definen profesionalmente?

Con eso, te armo una versión precisa, concisa y con el tono que prefieras (académico, profesional, creativo, etc.). ¿Querés que sea en español neutro, argentino o con algún otro matiz?

bueno esta respuesta es mas sincera, y la proxima vez prefiero que me preguntes y pidas informacion antes que inventes cosas en tu respuesta

Tenés toda la razón, Barbara. Gracias por marcarlo con claridad. A partir de ahora, antes de escribir algo sobre vos, me aseguro de pedirte la información necesaria. Así lo que te devuelvo realmente te representa.

3. Ética de la IA

Responsabilidad: *legal* (punible) o *moral* (culpa).

Agente moral: es capaz de actuar con referencia al “bien” y “mal”.

Accountability: ¿A quién se culpa cuando la IA produce daño?

"Es la culpa del algoritmo": no es literal.

El algoritmo no es moralmente culpable. Es un factor causal inherente subyacentes en las decisiones.

3. Ética de la IA: Actos y Omisiones

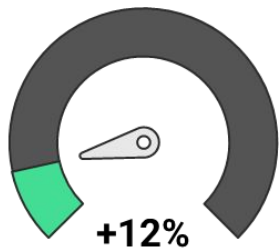
Un agente moral es responsable por sus *acciones*, y puede ser responsable por sus *omisiones*. Responsable por lo que hizo, y por lo que deja de hacer.

Moralmente no es igual ser responsable por acto que por omisión, pero moralmente ambos están “mal”.

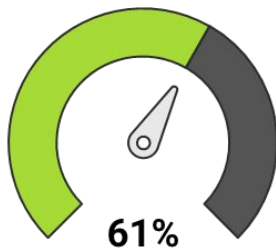
La responsabilidad más que sobre lo que no se hizo, es sobre las cosas que deliberadamente y con conocimiento elegimos hacer u omitir.



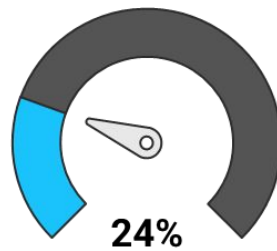
4. Las personas andan diciendo...



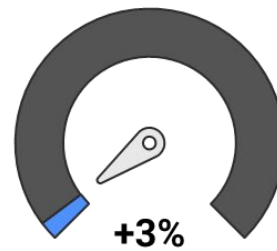
Conocimiento sobre IA
Gen (78->90%) en 1 año



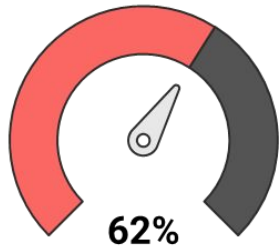
Usó alguna herramienta
de IAGen por semana



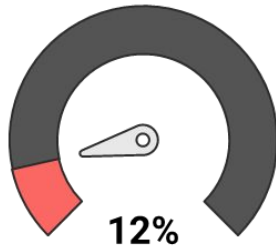
> búsqueda de
información



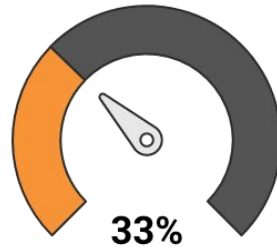
Uso de IA por semana
para buscar noticias



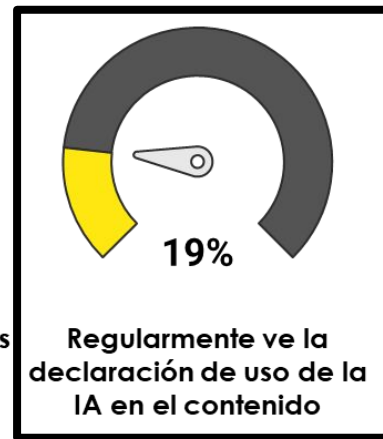
Cómodas con historias
creadas por humanos



Cómodas con noticias
originadas por IA



Creen que los periodistas
chequean los *outputs*

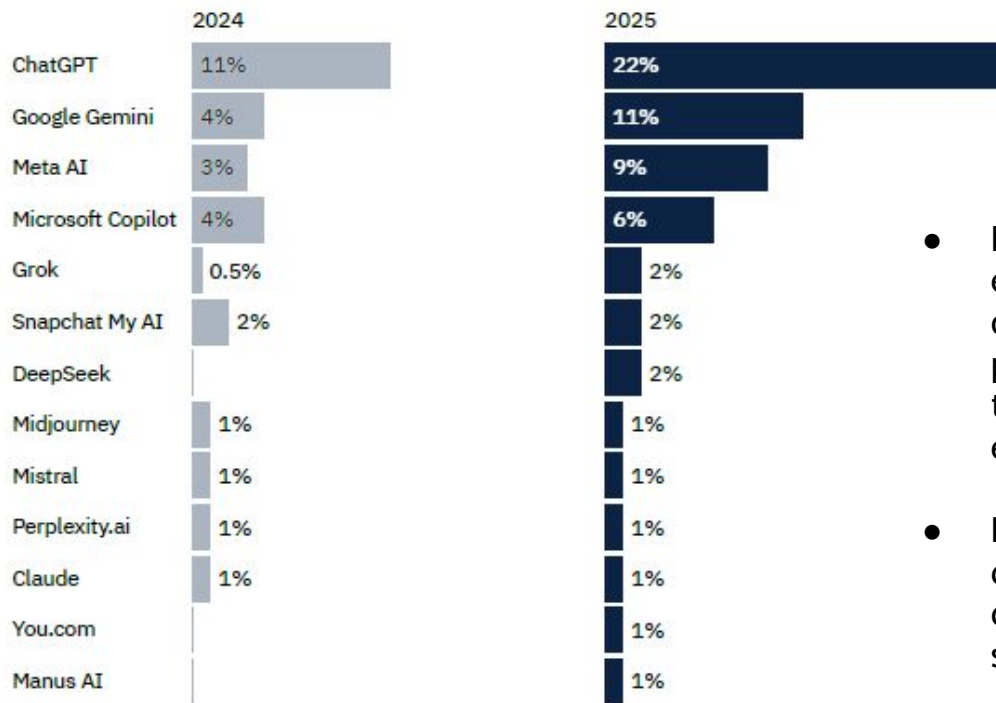


Regularmente ve la
declaración de uso de la
IA en el contenido



Las personas andan diciendo...

Uso semanal de IAGen (6 países)



- La confianza del público en el ChatGPT es menor que la confianza del público en las noticias en todos los países excepto en Argentina.
- Desigualdad en el desarrollo y la adopción de la IA entre el norte y el sur global

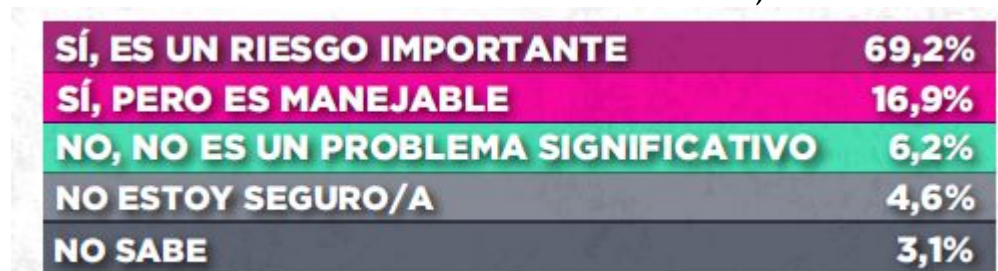


Las personas andan diciendo...

Un 75% escuchó hablar de la IA



¿CREE QUE LA IA PUEDE GENERAR PROBLEMAS DE DESINFORMACIÓN (POR EJEMPLO NOTICIAS FALSAS GENERADAS POR IA)?



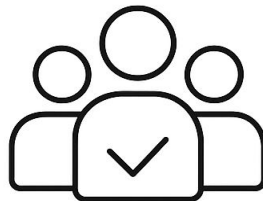


“El público sigue mostrándose escéptico sobre el uso de la IA en las noticias y se siente más cómodo con los casos de uso en los que los seres humanos siguen estando al tanto de todo. En todos los países (en los que se realizó el estudio), esperan que la IA haga las noticias más actuales, pero menos transparentes, menos precisas y menos fiables”.

⤵ Consideraciones finales



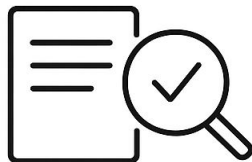
Aprender a formular
preguntas



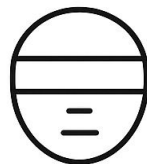
Basarse en el
consenso científico



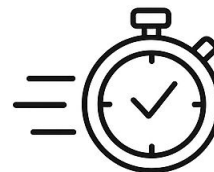
Entender
implicancias éticas



Verificar siempre
la información



Evitar potenciar
los sesgos



Priorizar la transparencia
y el rigor, la exactitud
sobre la velocidad

Referencias

- Bar, Nora. (2021). Periodismo científico: aprender y comunicar en pandemia. En Aliaga y otros (Eds) En pandemia: desafíos y respuestas desde la sociedad, el Estado y la universidad pública. (pp. 199-225). Libros de UNAHUR. Anuarios.
- Boczkowski, P., & Mitchelstein, E. (2024). Digital news report 2024 en Argentina. Reuters Institute for the Study of Journalism. 2024.
- Burton, Bárbara; Milillo, María Ayelén y Murriello, Sandra (2025) Activismos ante las medidas sanitarias frente a la COVID-19 en Argentina. Mena Young, M (ed.). En Acciones y transformaciones de movimientos sociales ante una crisis sanitaria: casos iberoamericanos en la pandemia por COVID-19. (p. 11-48). Red temática Evaprop, Programa CYTED. ISBN 978-9930-632-13-0.
- Calvo, Ernesto y Aruguete, Natalia. Fake news, trolls y otros encantos: Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales; Siglo XXI; 2020.
- *Ethics of AI*. Curso virtual. EN: <https://ethics-of-ai.mooc.fi/>
- Larson, H. J. (2018). The biggest pandemic risk? Viral misinformation. Nature, 562(7727), 309-309. <https://doi.org/10.1038/d41586-018-07034-4>
- Milillo, María Ayelén; Gori, María Soledad; Ennis, María Victoria; Méndez, Pablo Martín (2022) Fake News and Vaccination: How the Science Anti Fake News Team in Argentina is fighting the infodemic; European Medical Writers Association; Medical Writing; 31:1; psqs. 48-53.

¡Muchas gracias!

mamilillo@unrn.edu.ar

-

bburton@unrn.edu.ar