



## GRUPO DE REVISIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE CUMBRES (GRIC)

Grupo Técnico Ad Hoc para el Plan de Acción  
Interamericano sobre Gobernabilidad Democrática  
Segunda Reunión  
20 de junio de 2023  
Washington, D.C.

OEA/Ser.E  
GRIC/CA-IX/GT-DEM/INF.12/23  
30 junio 2023  
Original: inglés

### PRESENTACIÓN DE LAS CONTRIBUCIONES POR PARTE DE UNA REPRESENTANTE DE LA SOCIEDAD CIVIL

(Señora Gale Mohammed-Oxley, G.O International Academy of Learning, Trinidad y Tobago,  
Vocera del Grupo Temático sobre Gobernabilidad Democrática, Canadá, el Caribe y Estados Unidos)

La democracia y la creación de una civilización de paz se ven amenazadas ante el deterioro de las instituciones de gobierno y el avance de los intereses especiales y agendas personales. Hoy se anteponen los derechos y privilegios al Estado de derecho. Quienes más tienen se aprovechan de la polarización y la manipulación de los hechos, mientras que los que más necesitan se hunden en el sufrimiento.

En la región aún existen algunos Estados que carecen de los marcos jurídicos o regulatorios para el manejo de la información en medios digitales. Otros han caído en un exceso de normas que puede convertirse en un intervencionismo inclinado a hacer un mal uso de ellas favoreciendo diversas medidas antidemocráticas. Existe también la tendencia a volver a las viejas tradiciones de actores y fuerzas externas que tienden a explotar las divisiones existentes y difundir desinformación para promover sus intereses o desestabilizar la democracia perpetuando el mensaje, el proceso y los problemas estructurales.

La integridad de la información es un reto clave para los Gobiernos. Las campañas de desinformación pueden tener efectos perjudiciales en la opinión pública y la toma de decisiones políticas. Es importante comprender el reto de la integridad de la información y hacer frente a las campañas de desinformación desde un ámbito regional. Cada región tiene retos que, si bien comparten elementos comunes, tienen elementos propios del ordenamiento jurídico local o regional y, por supuesto, elementos propios que vienen determinados por elementos culturales y sociales muy específicos del entorno local.

La información falsa y la falta de información erosionan la capacidad de llegar a un consenso o incluso de conversar razonablemente sobre los valores básicos y las normas de lo que nos debemos unos a otros como miembros de comunidades nacionales, étnicas, mundiales y de otro tipo. Por otro lado, las entidades gubernamentales, los medios de comunicación y las plataformas de redes sociales requieren cada vez más profesionales —investigadores, verificadores de hechos y otros especialistas en confianza y seguridad— cuyo trabajo se centra en mitigar casos de información falsa y campañas de desinformación.

El aumento del uso de aplicaciones de mensajería cerradas en la región (por ejemplo, WhatsApp y Telegram), aunado a la falta de verificación de las fuentes, es una especie de dieta informativa que aumenta nuestra susceptibilidad a la información falsa y a la falta de información en la región. El problema es tan grande que se requiere inteligencia artificial bien entrenada y a gran escala, y seres humanos que contextualicen, además de moderar (y editar). El uso de la inteligencia artificial en la batalla contra la información falsa y la falta de información debe ir más allá de la transparencia y lo explicable para llegar a lo reproducible; es decir, ejecutar el resultado y obtener la misma respuesta.

Por lo anterior, proponemos:

1. Aumentar la alfabetización digital desde la escuela primaria.
2. Ampliar el uso de mitigadores localizados, para idiomas y audiencias de poblaciones más pequeñas o marginadas, que son más vulnerables a la desinformación, debido a la escasez de mitigadores. Garantizar que la información proporcionada por los medios de comunicación (electrónicos o escritos) esté al servicio del bien común y que esté basada en la verdad, la libertad, la justicia y la solidaridad.
3. Para combatir las campañas de desinformación, los Gobiernos han desarrollado políticas públicas que promueven la práctica de comprobar los hechos y corroborar las fuentes antes de compartir información en línea o por otros medios. Garantizar que la dimensión ética de los medios de comunicación se relaciona con cuestiones estructurales y sistémicas fundamentales: quién será rico en información y quién pobre en información.
4. Mejorar la estrategia de comunicación de los Gobiernos sobre temas susceptibles de ser objeto de estas campañas, teniendo como arma información clara y eficaz. Esto incluye ofrecer información precisa y actualizada sobre el tema que es o podría ser objeto de una campaña de desinformación específica, así como responder rápidamente a la desinformación en cuanto aparezca. Esto implica buenas prácticas en relación con la capacidad de respuesta integrada en comunicación de los Gobiernos y las redes de información y logística gubernamentales para detectar las redes de desinformación, sus intereses y quienes están detrás de esas campañas.
5. Crear una red de centros de investigación que se aboquen al estudio de la desinformación en toda la región, teniendo en cuenta que la actual base de conocimientos está integrada casi por completo por datos procedentes de Estados Unidos, lo que pudiese limitar la eficacia de los mitigadores e incluso de los sistemas de detección basados en inteligencia artificial. Crear un grupo regional o de trabajo analítico para compartir información sobre terceros confiables, que informen tanto a los órganos de Gobierno como a los reguladores para que el fruto de su labor sea integrado en los sistemas de supervisión basados en inteligencia artificial.
6. Crear grupos de trabajo de expertos en el tema, tanto del ámbito público como de la sociedad civil, el sector académico, profesionales de medios y comunicación, representantes de plataformas digitales, el sector privado, etc. Estos grupos de trabajo —que en nuestro caso podrían ser grupos regionales, integrados por miembros de la

Comunidad Virtual de Cumbres, del GRIC, del GTCC y de la Secretaría de Cumbres, además de la iniciativa privada, universidades y organizaciones de la sociedad civil, entre otros— generarán documentos declarativos, programas de acción, publicaciones de índole general y específica, y propuestas de políticas públicas, programas y campañas a ser implementadas en la región, con la ayuda de un fondo administrado por el BID y aprobado por la Asamblea General para este fin.

7. Garantizar que la persona humana sea el fin y la medida de todos los medios de comunicación, de modo que las decisiones se tomen de forma genuina sin favorecer a grupos de intereses especiales cuando los medios de comunicación sean una empresa lucrativa.