

Módulo 5. Estrategias de Comunicación en Contextos de Riesgo.

Tema 1. Discurso de odio y polarización.



Ruta de aprendizaje

Durante esta sesión **examinaremos los conceptos de discurso de odio, polarización y su interrelación.**

Mediante **cinco lecciones**, analizaremos:

1. El contexto comunicativo donde emergen.
2. Principales características.
3. Percepciones en torno a ellos.
4. Datos de interés
5. Desafío que la IA representa para combatirlos.



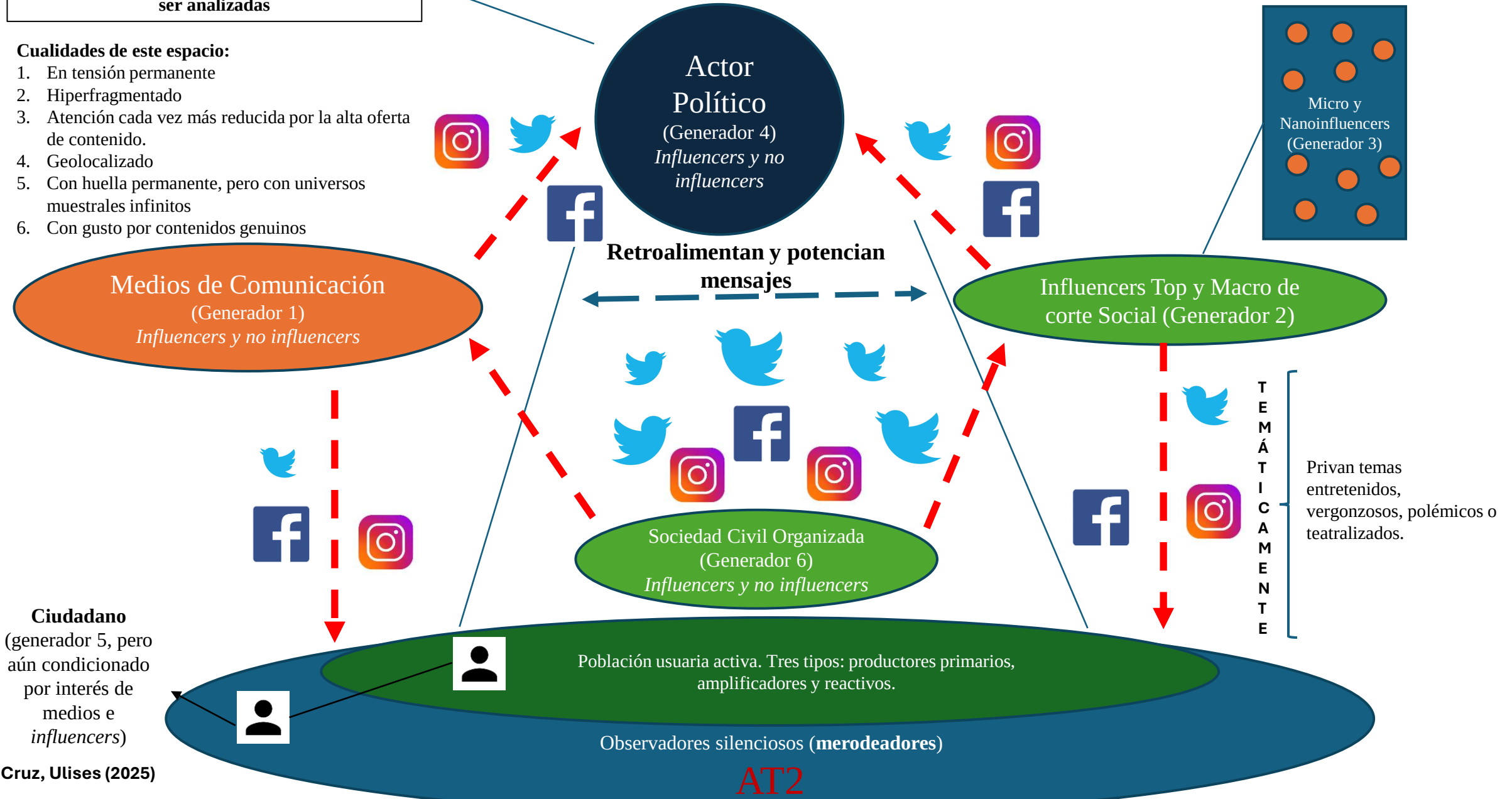
Lección 1. Cambio en el modelo de comunicación introdujo nuevas dinámicas de comunicación que favorecieron el discurso de odio y la polarización.

Nuevo Modelo de Comunicación

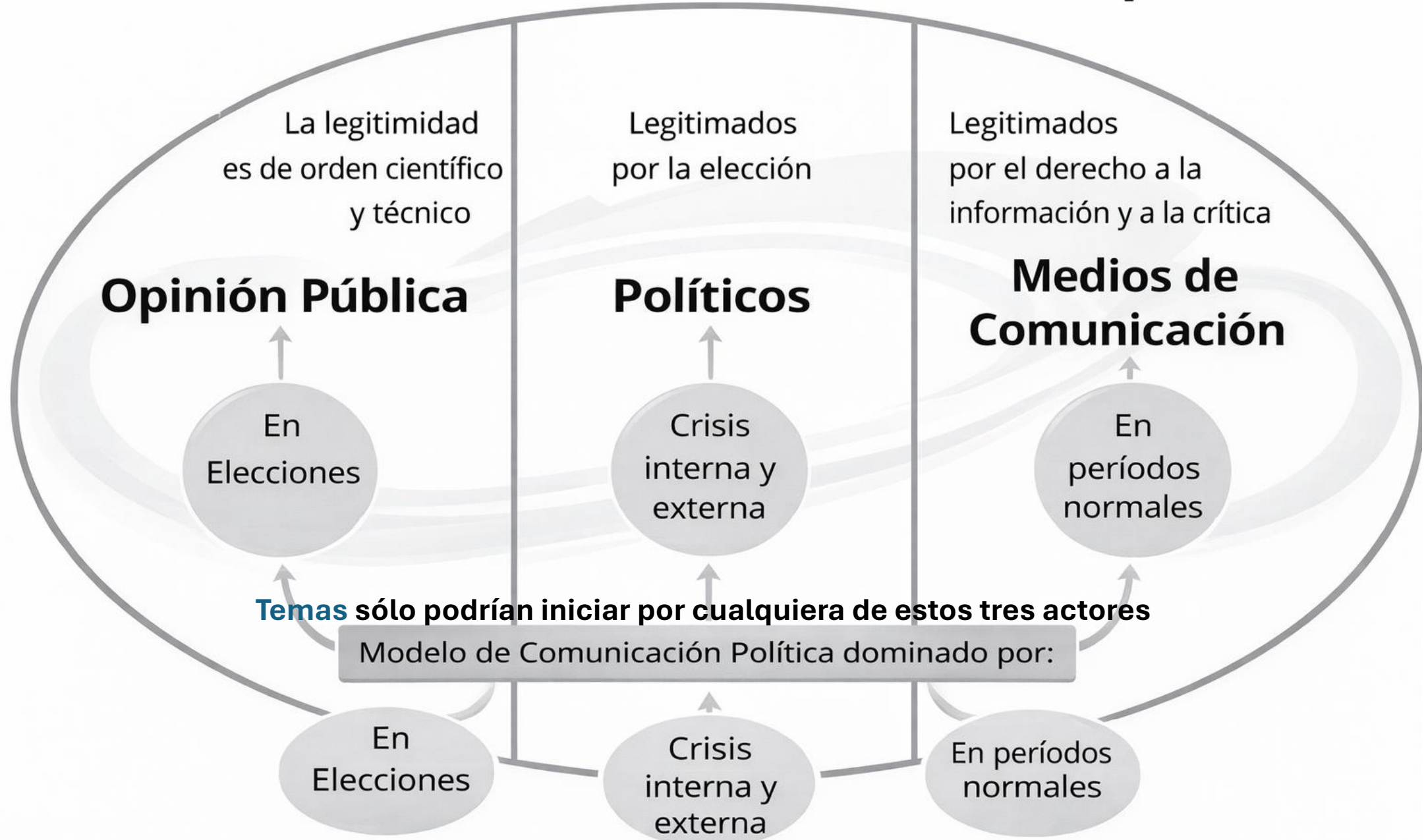
Capacidad de respuesta está en función del número de variables y el tiempo en que pueden ser analizadas

Cualidades de este espacio:

1. En tensión permanente
2. Hiperfragmentado
3. Atención cada vez más reducida por la alta oferta de contenido.
4. Geolocalizado
5. Con huella permanente, pero con universos muestrales infinitos
6. Con gusto por contenidos genuinos



Modelo de Comunicación Política de Dominique Wolton



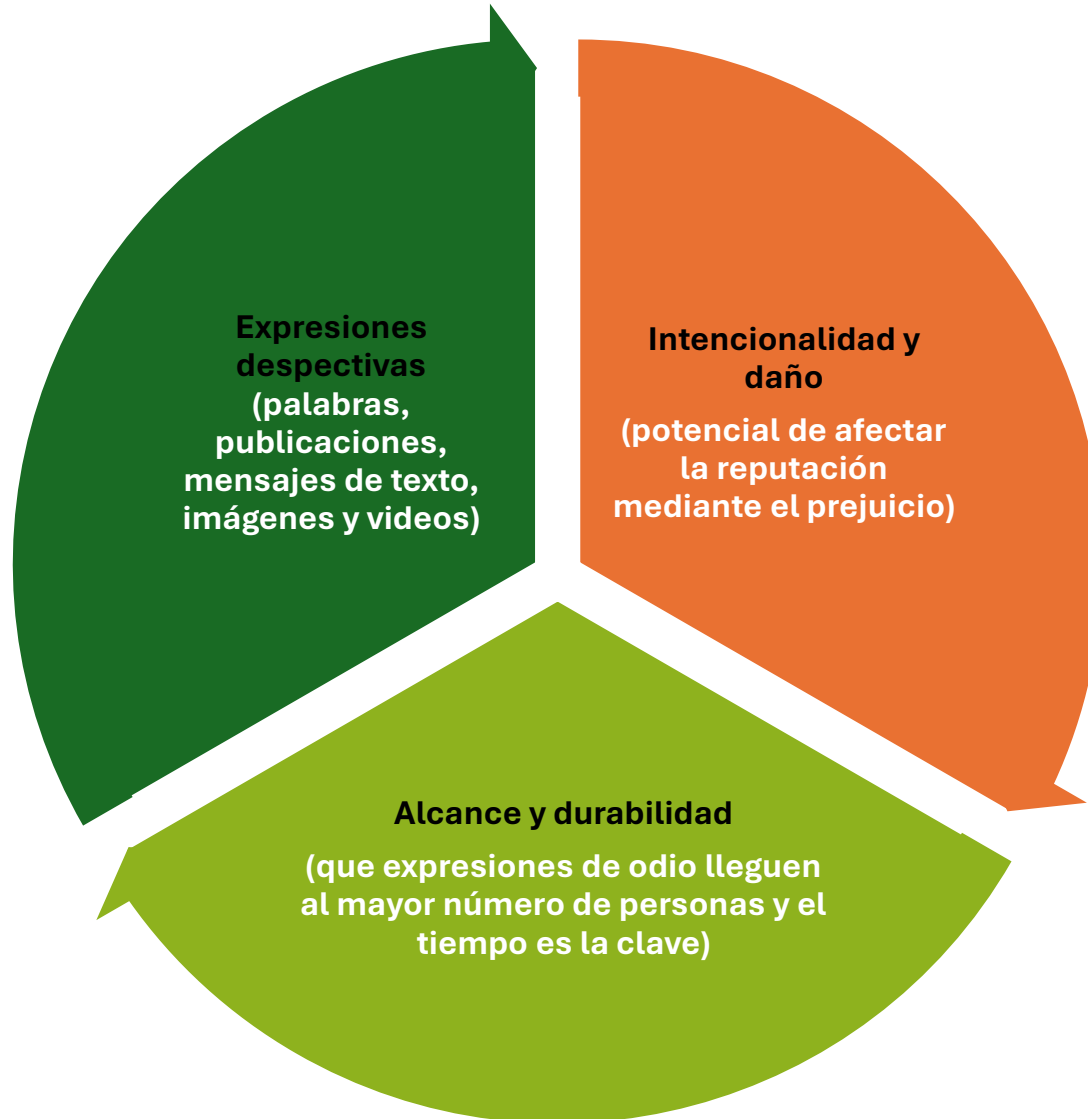
Lección 2. El cerebro no ve lo que no conoce.

¿Qué es el discurso de odio?

Para las Naciones Unidas el discurso de odio es...

Cualquier tipo de comunicación ya sea oral o escrita, —o también comportamiento— , que ataca o utiliza un lenguaje peyorativo o discriminatorio en referencia a una persona o grupo en función de lo que son, en otras palabras, basándose en su religión, etnia, nacionalidad, raza, color, ascendencia, género u otras formas de identidad

Objetivo no es el entendimiento mutuo, sino la exclusión, por denostación, de quien piensa distinto.



Democráticamente, el DO es su criptonita



Efectos

1. Exposición constante al discurso de odio desensibiliza y hace menos tolerantes a las personas.
2. Genera una mayor cohesión entre el líder y su grupo y entre el grupo mismo.
3. Abre la puerta a la justificación de la violencia offline.



¿Qué es la polarización?

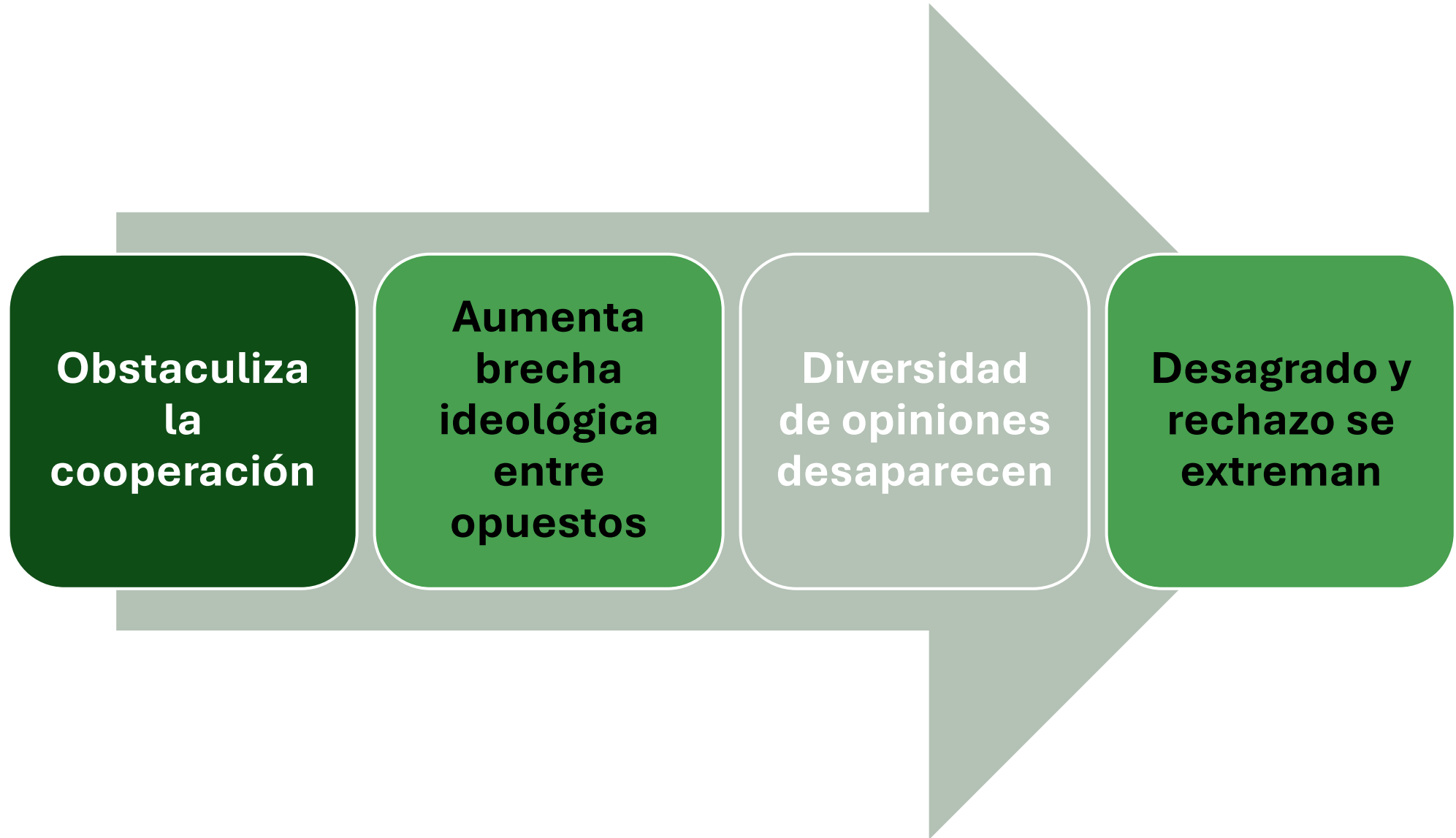
El Diccionario de Cambridge lo define como el **acto o proceso de dividir algo** –especialmente algo que contiene personas u opiniones diferentes- **en dos grupos completamente opuestos**.

Glosario de términos de EBSCO lo define como **valores y actitudes políticas que se han alejado de posiciones más centrales** o moderadas y se han desplazado hacia los extremos ideológicos.

De: **ELLOS** vs **NOSOTROS**
A: **O ELLOS o NOSOTROS**



Cuatro externalidades negativas



Noticias falsas son su principal combustible

¿Por qué?

1. **Porque se difunden y propagan más rápido que la verdad.** Una noticia falsa puede difundirse 100 veces más que una verdadera.
2. Porque, además de ser más novedosas que verdaderas, **provocan emociones más intensas (miedo, disgusto o sorpresa).**
3. Porque **activadores**, sabiendo esto, **utilizan contenidos más provocadores** (disparadores afectivos).
4. Porque este tipo de **noticias empatan bien con los intereses económicos** de quienes las construyen.
5. **Porque convergen con predisposiciones ideológicas** (sesgo de recuperación).



Pertinente distinguir entre:

- A. **Desinformación:** Fabricación deliberada de falsedades cuyo propósito es manipular la opinión de las personas mediante la provisión de información inexacta o engañosa.
- B. **Mal informar o información errónea** (Misinformation): Es una información inexacta o engañosa que no necesariamente es premeditada.

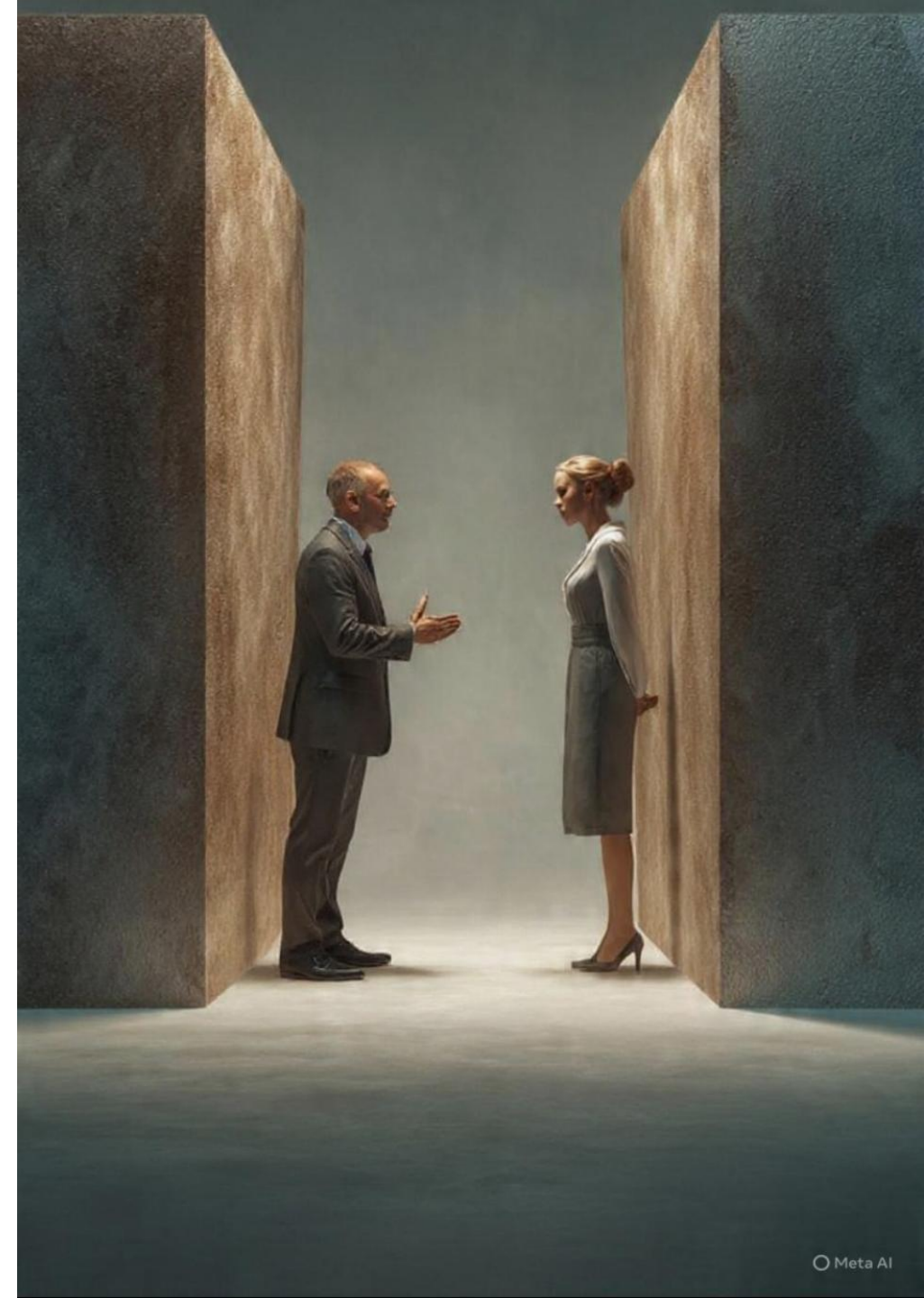
¿Qué sí hacen los algoritmos?

Se adaptan a las preferencias de las personas usuarias y **les introduce en una burbuja que les aísla de otras opiniones** que, a la postre, genera un círculo vicioso de censura.



Interrelación

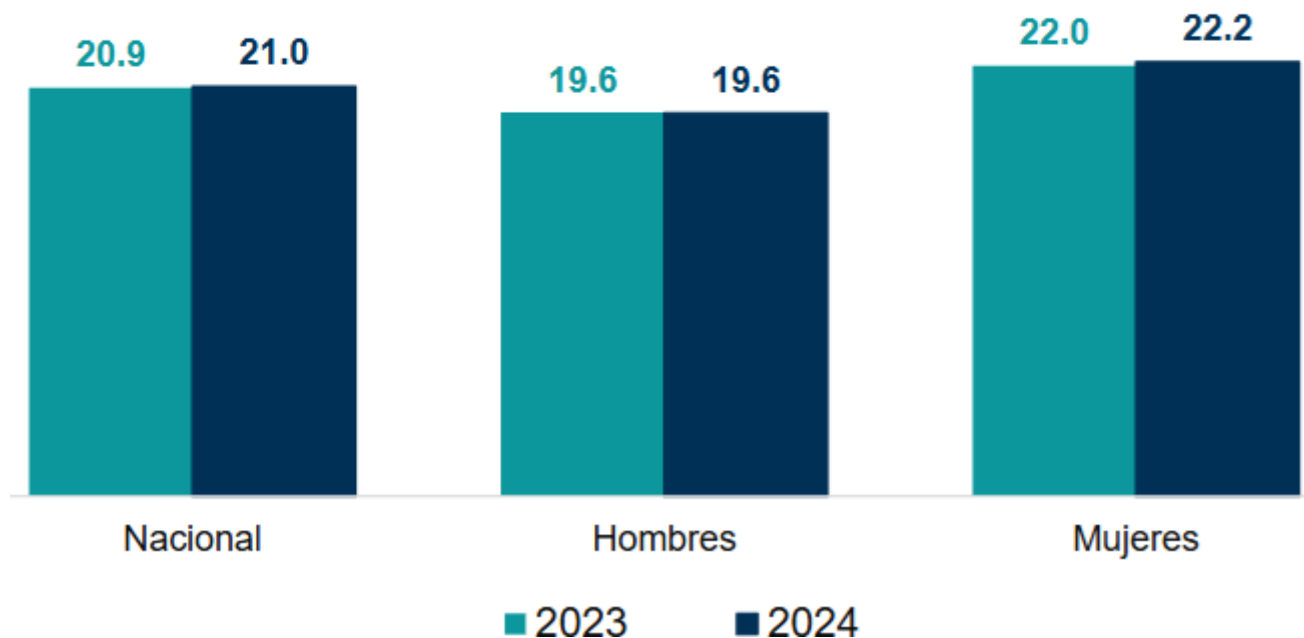
Su relación no es unidireccional, ya que **ambos se retroalimentan y magnifican entre sí**. No obstante, es altamente probable que haya discurso de **odio sin polarización**, pero no **polarización sin discurso de odio**.



Lección 4. Nuestro país enfrenta su propia realidad, y necesita de nuestro compromiso.



Población de 12 años y más que experimentó alguna situación de ciberacoso en los últimos 12 meses¹ según sexo
(porcentaje)



Población usuaria de internet durante 2024 que fue víctima de ciberacoso en los últimos 12 meses¹ según sexo
(millones de personas)



8.3

Millones



10.6

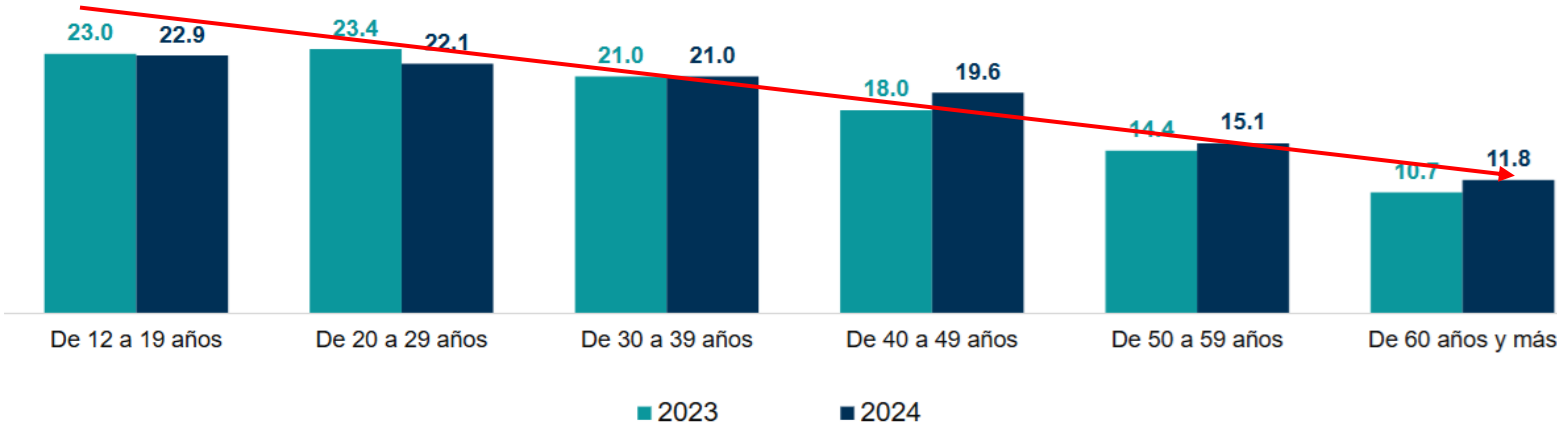
Millones

Fuente: Modulo de Ciberacoso del INEGI, 2025.

Sexo de la víctima	Sexo de la persona acosadora					
	Hombres		Mujeres		Hombres y mujeres	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
Hombres	60.4	57.0 ²	13.3	17.2 ²	26.3	25.8
Mujeres	53.0	52.1	20.5	20.9	26.5	26.9

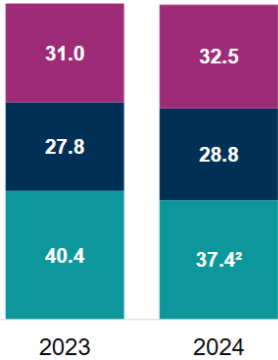
Intervención apremiante en niveles media superior y superior

Hombres

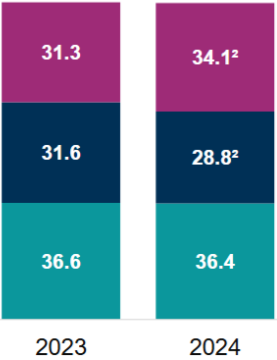


Población que experimentó alguna situación de ciberacoso en los últimos 12 meses¹ por nivel de escolaridad, según sexo
(porcentaje)

Hombres

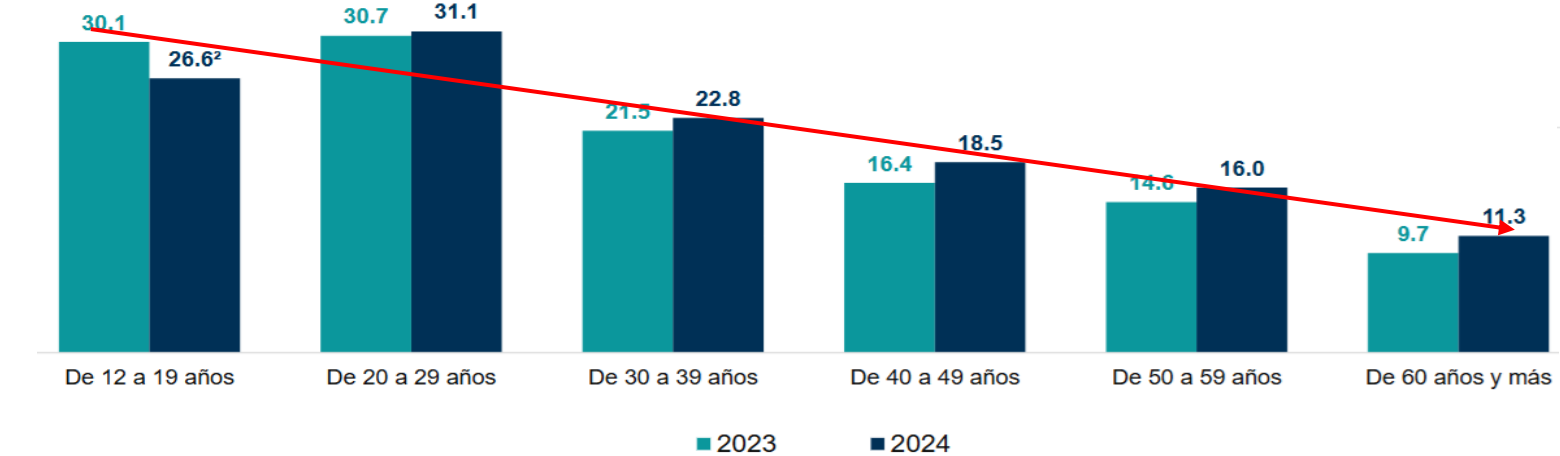


Mujeres



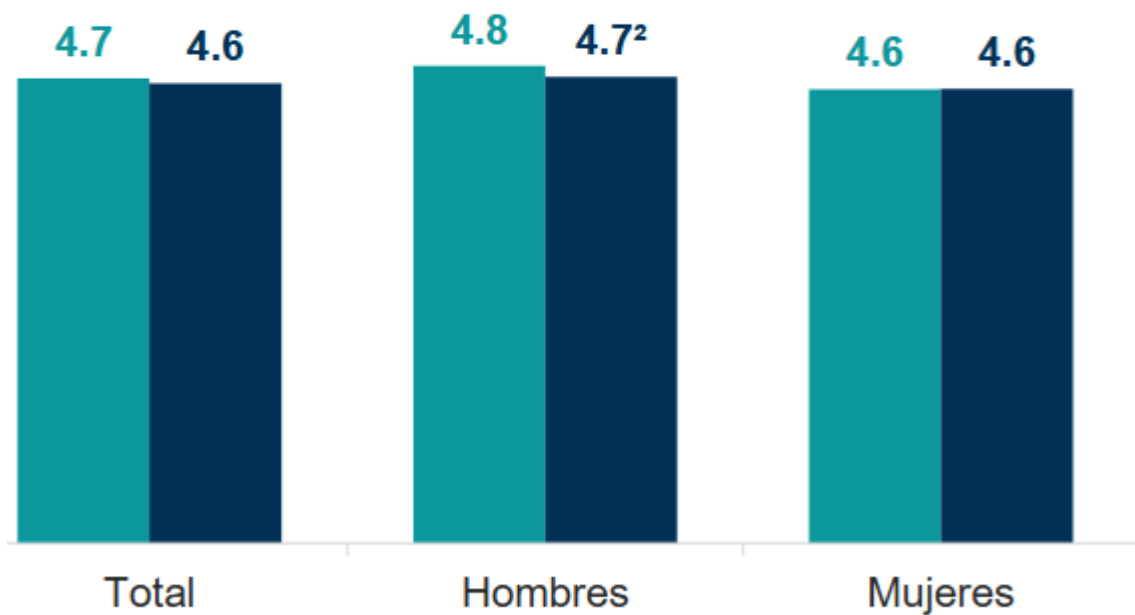
- Superior
- Media Superior
- Básica

Mujeres

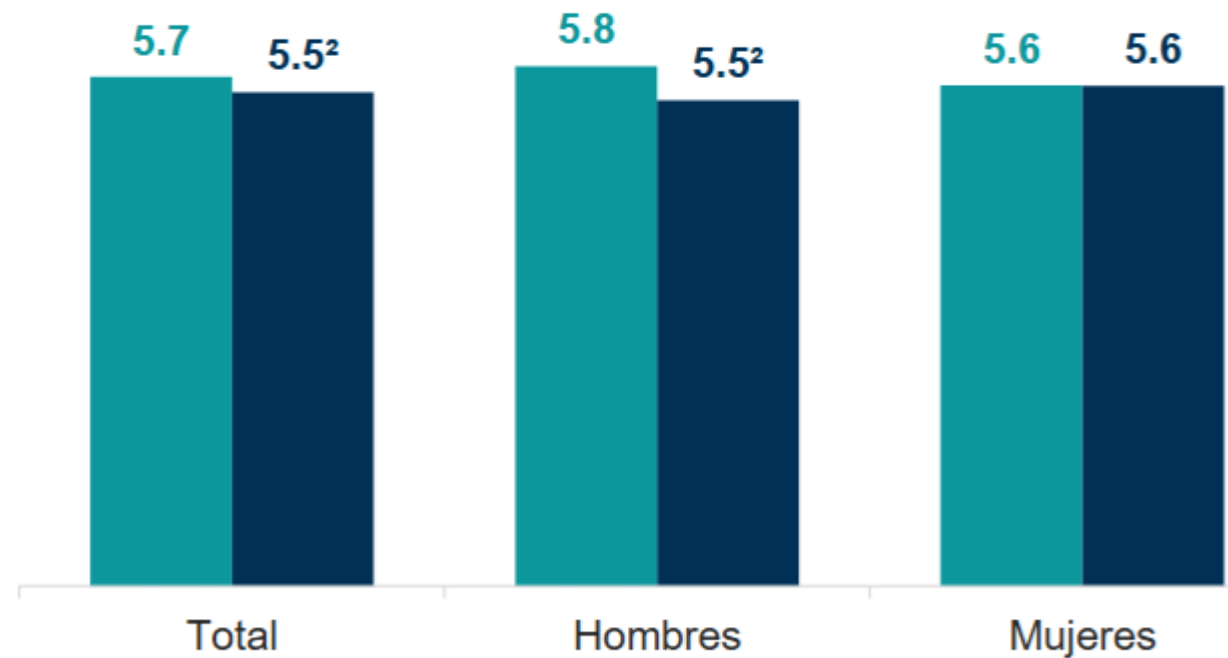


Se debe fomentar políticas que reduzcan los tiempos en pantalla. Particularmente, en las edades tempranas.

Uso al día de internet en la población de 12 años y más
(promedio de horas)



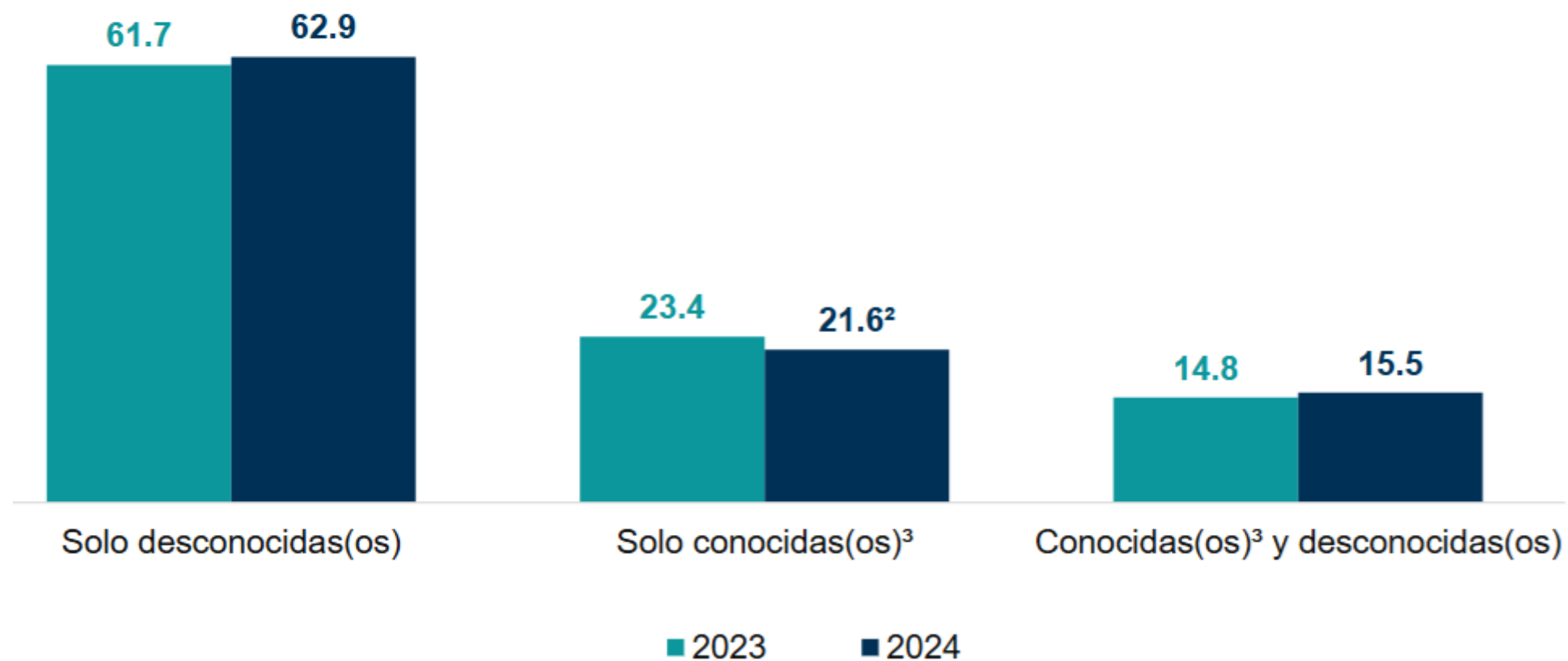
Uso al día de internet en la población de 12 años y más que vivió ciberacoso
(promedio de horas)



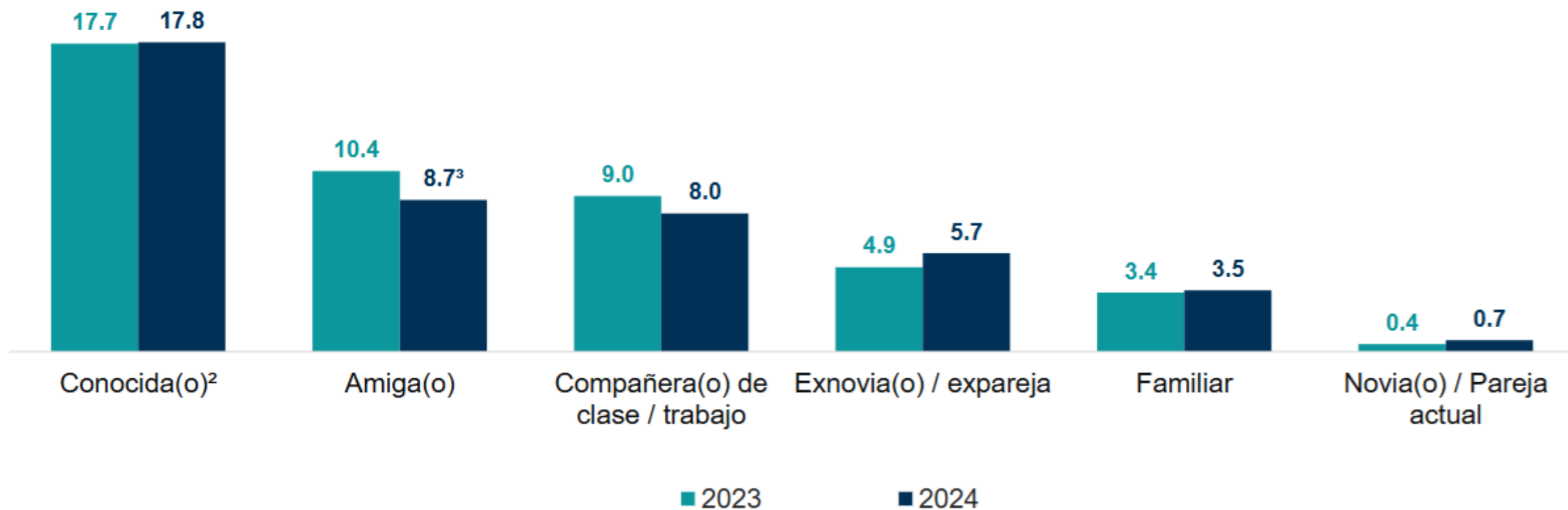
■ 2023

■ 2024

**Población que vivió ciberacoso durante los últimos 12 meses¹,
según su relación con la persona o personas agresoras**
(porcentaje)



Población de 12 años y más que vivió ciberacoso durante los últimos 12 meses¹, según identidad de la persona acosadora
(porcentaje)



**Población de 12 años y más que experimentó ciberacoso durante los últimos 12 meses¹,
por edad de la víctima según edad de la persona acosadora**
(porcentaje)

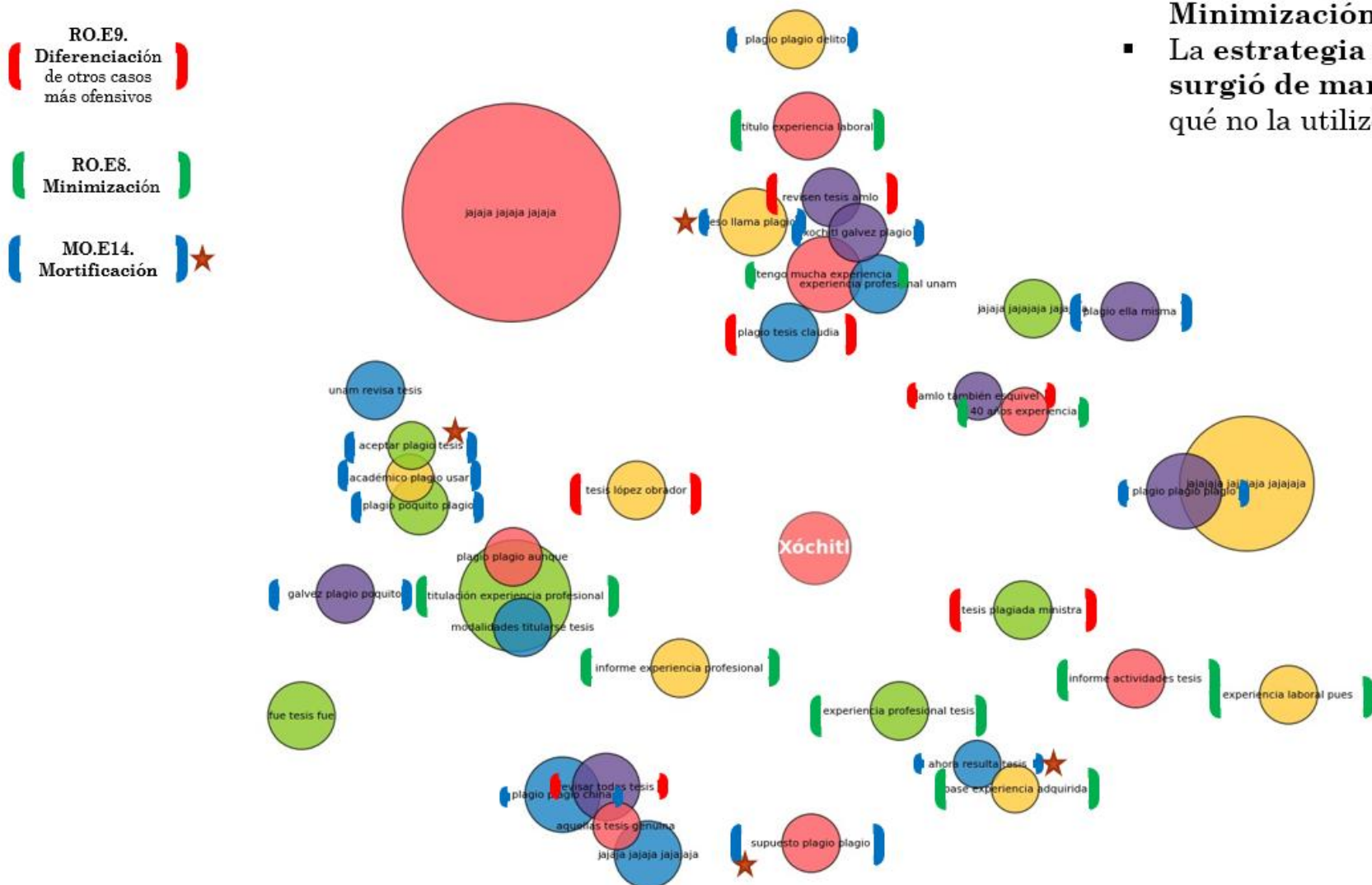
Edad de la víctima	Edad de la persona acosadora						
	Menores de 12 años	De 12 a 17 años	De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 60 años	Más de 60 años
Total	0.7	11.4	20.5	24.3	18.9	7.4	0.6
De 12 a 17 años	3.7	61.6	21.1	6.6	4.1	1.3	0.0 ²
De 18 a 25 años	0.1	5.5	47.0	27.5	13.5	3.6	0.2
De 26 a 35 años	0.2	0.9	15.2	37.5	21.9	6.0	0.3
De 36 a 45 años	0.0 ²	0.3	7.6	24.3	29.3	10.3	0.3
De 46 a 60 años	0.1	1.0	6.3	21.1	25.1	16.9	2.1
Más de 60 años	0.0 ²	0.1	6.3	19.3	22.5	10.9	2.6

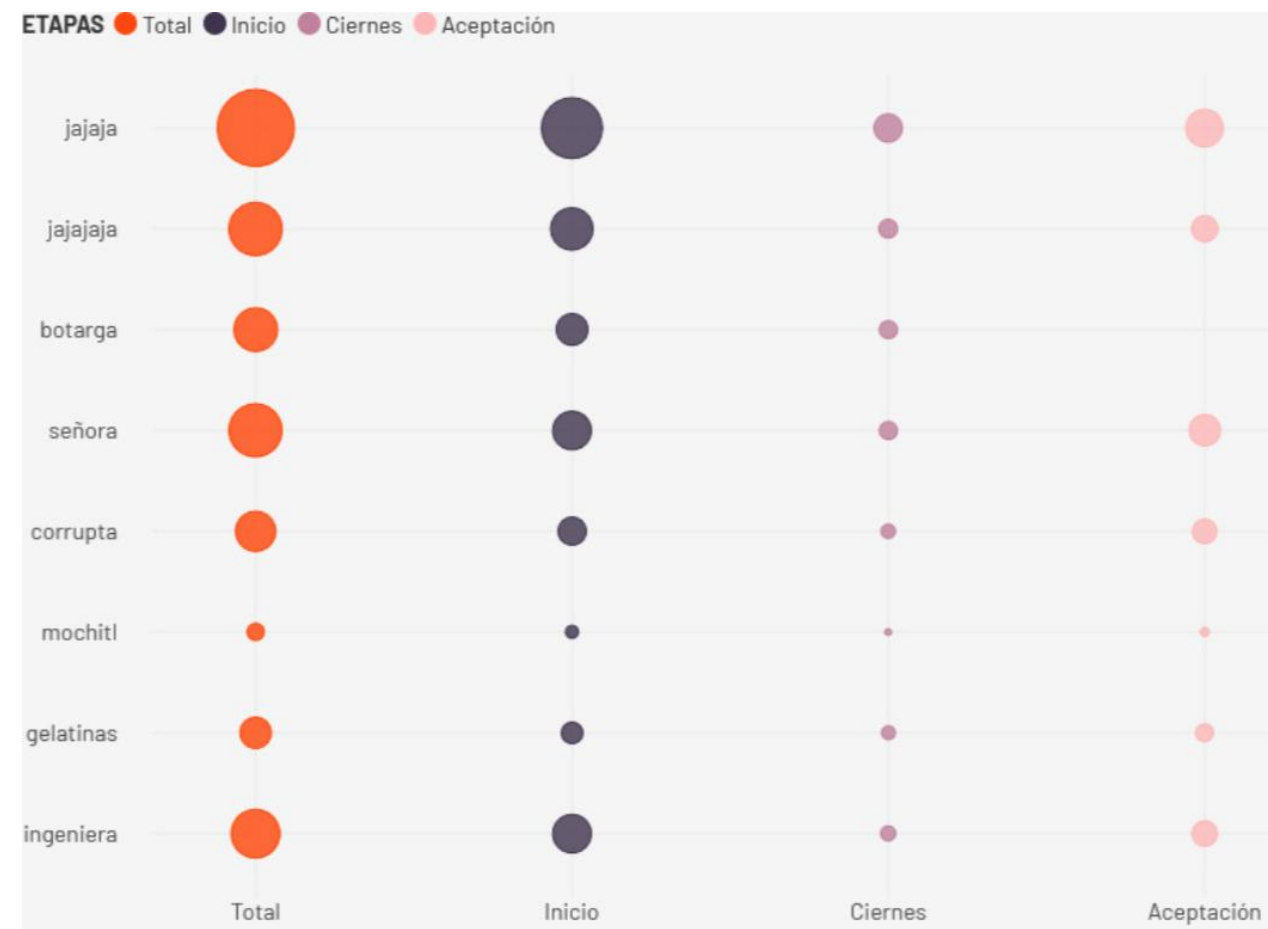
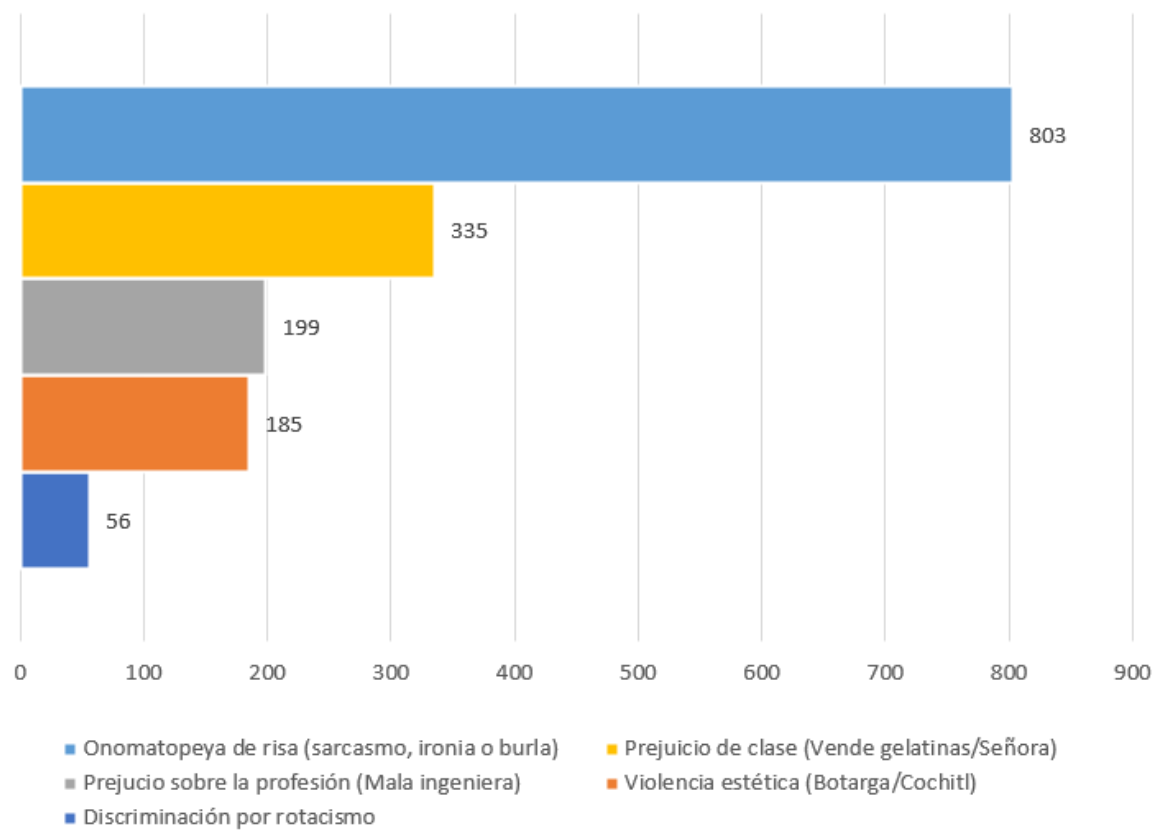
Situaciones de ciberacoso	Medios digitales más frecuentes									
	Primero		Segundo		Tercero		Cuarto		Quinto	
Llamadas ofensivas	Llamadas de teléfono celular	60.0	WhatsApp	30.6	Facebook	13.4	Messenger	6.6	Llamadas de teléfono fijo	5.4
Publicar y/o enviar información personal, fotos o videos	Facebook	52.5	WhatsApp	44.2	Instagram	15.3	Messenger	13.3	Llamadas de teléfono celular	6.9
Rastreo de cuentas o sitios web	Facebook	52.2	WhatsApp	30.5	Instagram	13.7	Llamadas de teléfono celular	12.3	Messenger	12.0
Publicar o vender imágenes o videos de contenido sexual	Facebook	50.9	WhatsApp	39.4	Messenger	17.0	Instagram	8.9	Llamadas de teléfono celular	6.8
Amenazar con publicar información personal, audios o videos para extorsionar	WhatsApp	49.7	Facebook	29.9	Llamadas de teléfono celular	19.3	Messenger	16.1	Instagram	11.0
Críticas por apariencia o clase social	Facebook	49.1	WhatsApp	29.1	Instagram	16.4	Messenger	10.8	Llamadas de teléfono celular	8.6
Suplantación de identidad	Facebook	47.0	WhatsApp	26.2	Llamadas de teléfono celular	13.4	Instagram	12.0	Messenger	11.1
Mensajes ofensivos	WhatsApp	46.8	Facebook	30.5	Llamadas de teléfono celular	16.1	Messenger	14.2	Instagram	8.3
Insinuaciones o propuestas sexuales	Facebook	41.6	WhatsApp	29.9	Messenger	23.9	Instagram	16.6	Llamadas de teléfono celular	5.6
Provocaciones para reaccionar de forma negativa	Facebook	41.6	WhatsApp	33.7	Llamadas de teléfono celular	16.5	Messenger	11.9	Instagram	10.8
Recibir contenido sexual	Facebook	40.2	WhatsApp	32.8	Messenger	26.4	Instagram	13.5	Llamadas de teléfono celular	3.2
Contacto mediante identidades falsas	WhatsApp	32.8	Llamadas de teléfono celular	29.9	Facebook	28.7	Messenger	11.4	Instagram	8.1
Otra situación	Llamadas de teléfono celular	70.2	WhatsApp	18.4	Llamadas de teléfono fijo	12.6	SMS	5.4	Facebook	3.7

 Llamadas de teléfono celular
  WhatsApp
  Facebook
  Messenger
  Instagram
  Llamadas de teléfono fijo
  SMS

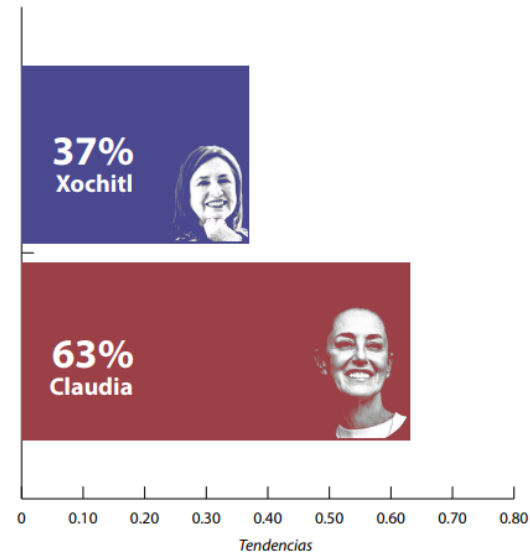
PLN es un aliado en le lenguaje de odio

- De ocho estrategias utilizadas sólo dos se reflejaron en la conversación: **Minimización y Mortificación.**
- La estrategia de diferenciación surgió de manera orgánica, ¿por qué no la utilizó la candidata?





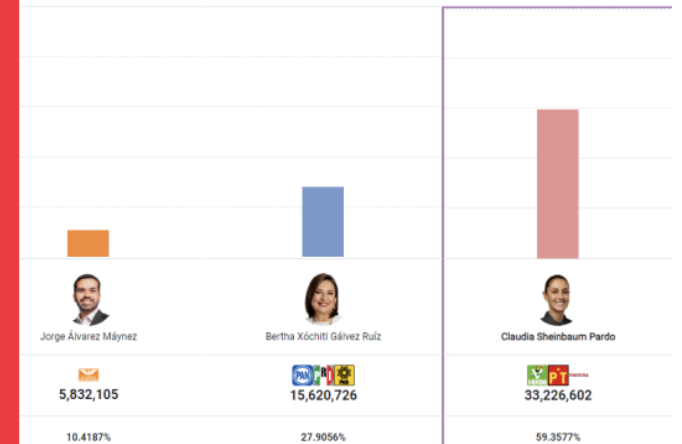
- Predecir preferencia electoral a partir del Lenguaje Natural de las personas usuarias

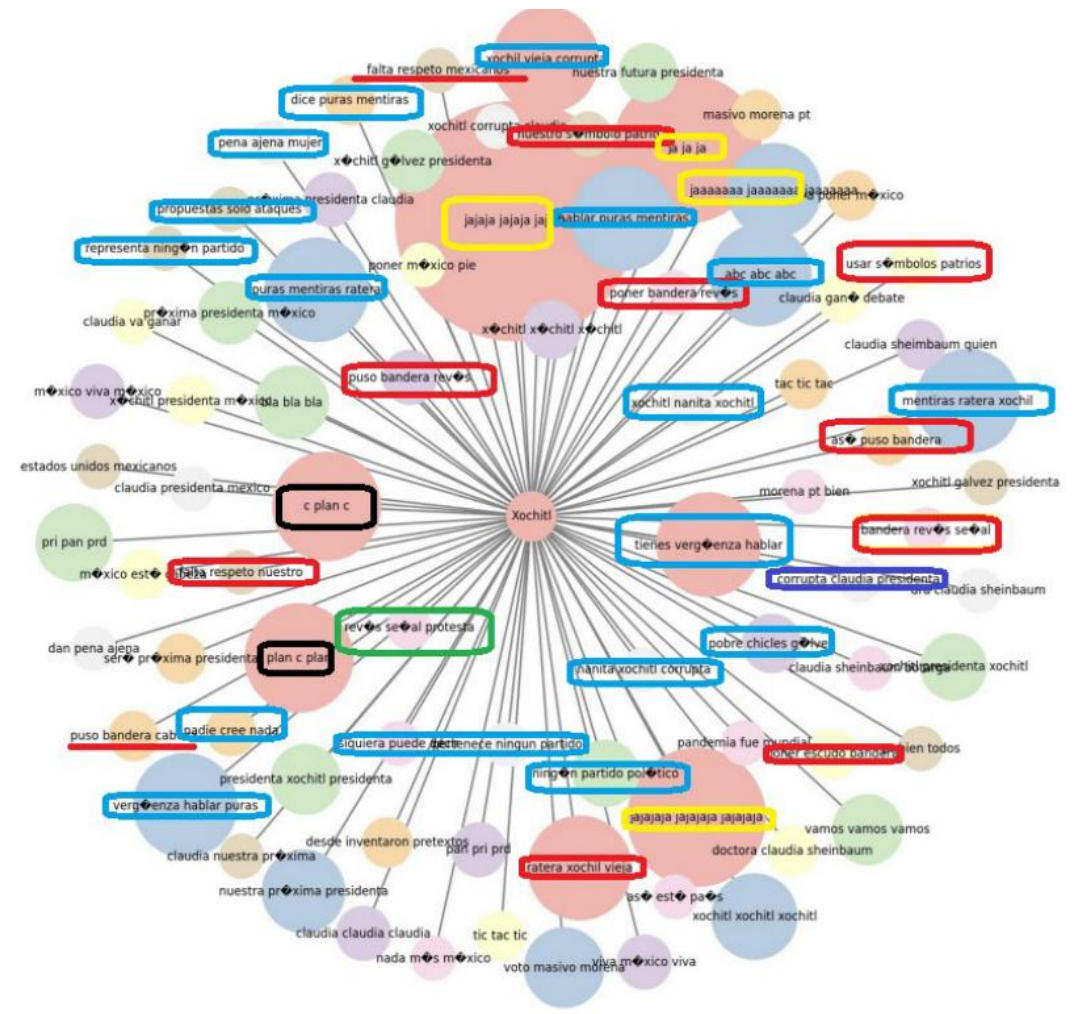


PREDICCIÓN DE VOTO

Algoritmo reportó una diferencia de 26 puntos del primer lugar respecto del segundo.

Cómputo final arrojó 31 puntos porcentuales de diferencia. 5% de diferencia respecto de nuestra medición.

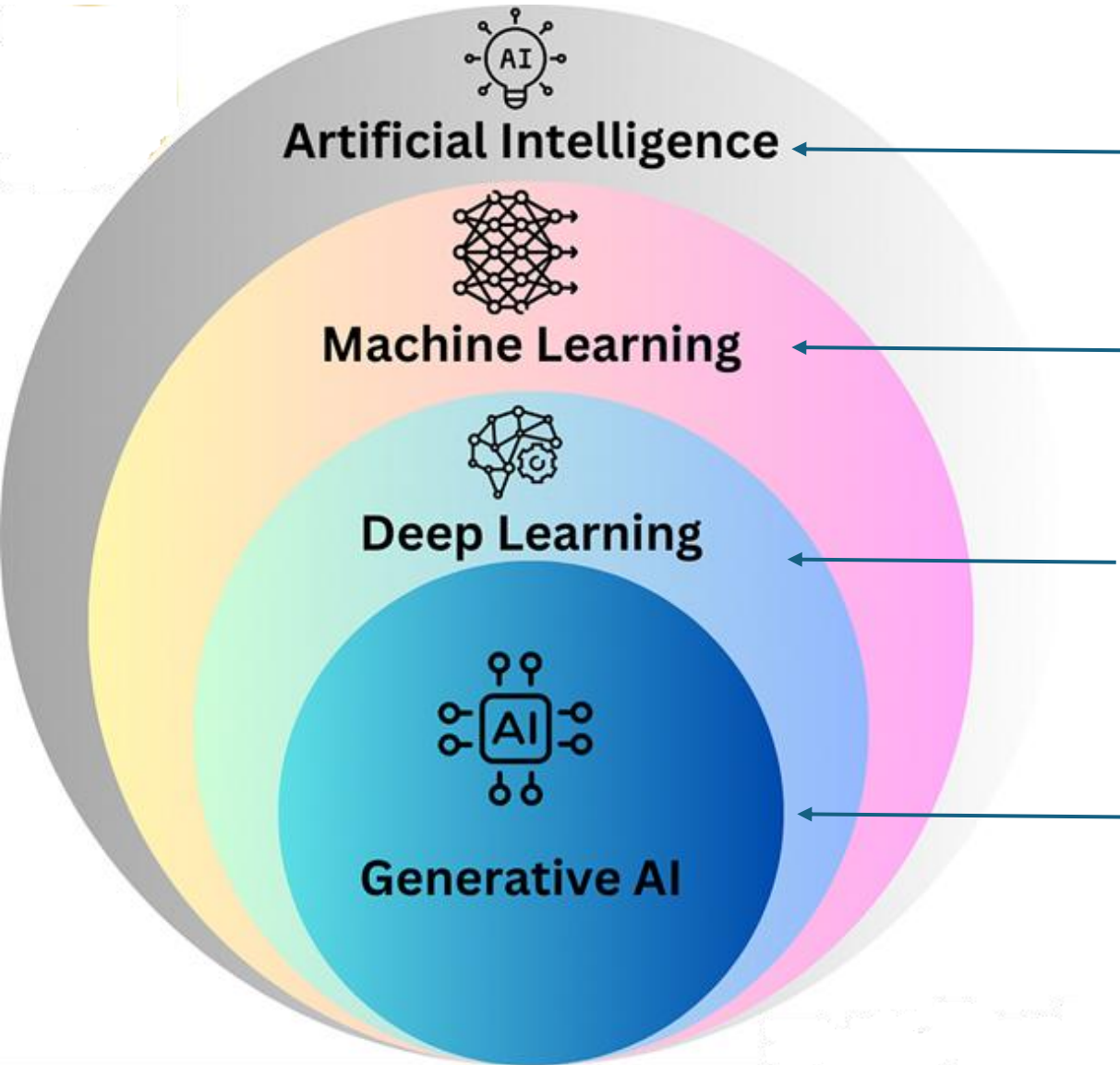




Conocer las razones de esa preferencia

Lección 5. Con la llegada de la IA
difundir odio, tristemente, se
volvió más sencillo.

¿Qué es y que lugar ocupa?



La **Inteligencia Artificial (Artificial Intelligence)** es un conjunto de tecnologías que permiten a las máquinas **aprender, razonar y tomar decisiones** de manera parecida a los humanos.

Aprendizaje Automático (Machine Learning)

Permite que los sistemas **aprendan de los datos** sin ser programados para cada tarea. Los algoritmos detectan **patrones** para **predecir o decidir de manera supervisada o no supervisada**.

Aprendizaje Profundo (Deep Learning)

Usa **redes neuronales con muchas capas** para analizar grandes volúmenes de información. Imita el cerebro humano y **aprende por sí mismo** a reconocer imágenes, voces o textos.

IA Generativa (Generative AI)

Es un tipo de Inteligencia Artificial que crea un nuevo contenido basado en lo que ha aprendido del contenido existente de múltiples fuentes de información disponibles en Internet.

¿Cómo se ve un algoritmo?

Decidir si otorgar o no un préstamo

```
python

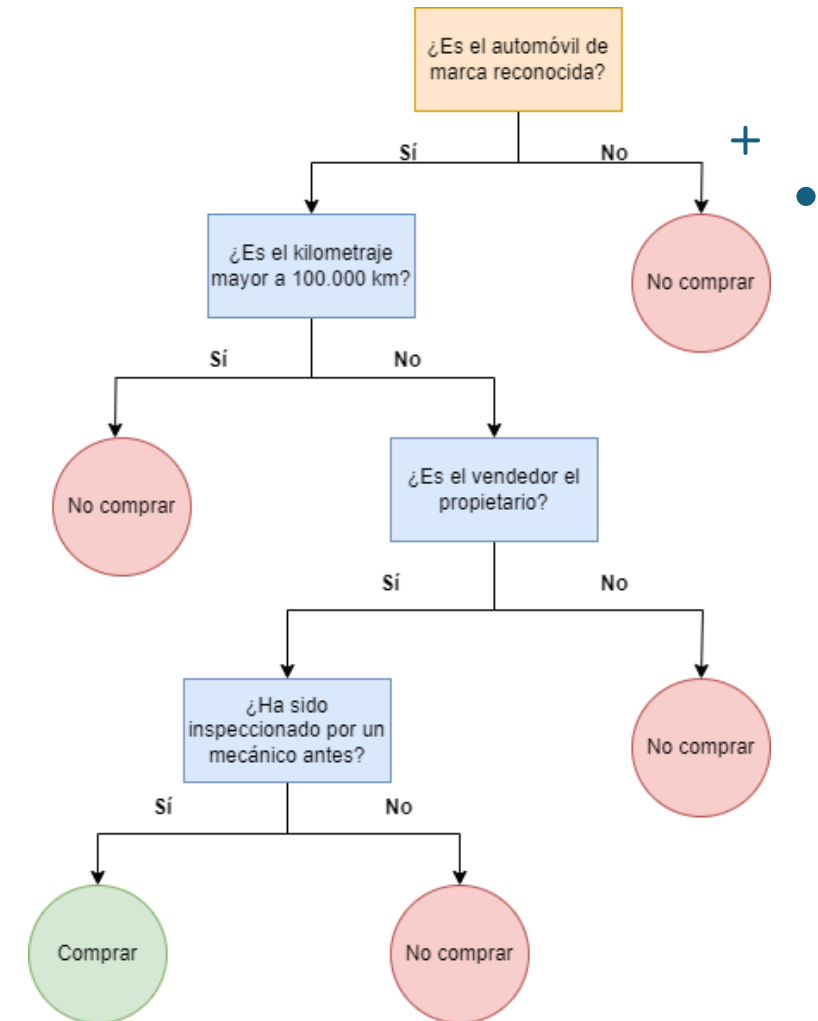
historial = "bueno"
ingresos = 15000
monto_solicitado = 10000

if historial == "bueno":
    if ingresos >= monto_solicitado:
        print("Crédito aprobado ✅")
    else:
        print("Crédito rechazado ❌ por ingresos insuficientes")
else:
    print("Crédito rechazado ❌ por mal historial")
```

La IA lo haría de la siguiente forma:

Usaría **datos históricos de miles de clientes** (edad, ingresos, empleo, deudas, pagos previos, etc.) para **predecir la probabilidad de que alguien pague o no su crédito**. Con esos patrones, la IA **aprenderá a decidir** si aprueba o rechaza la solicitud.

- Agencias de autos usados utilizan ML para decidir si comprar o no un auto.



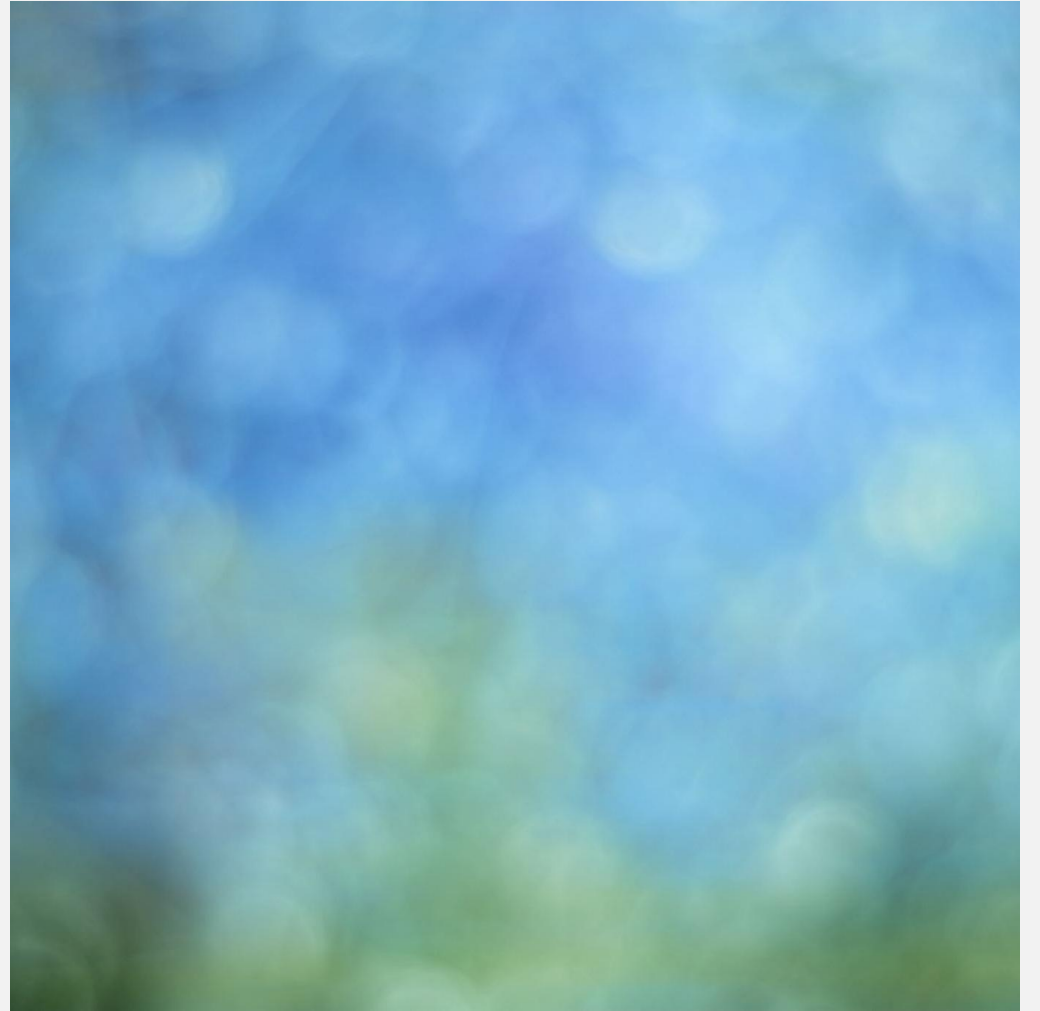


IA Generativa

Hoy la clave es el ***prompt***

Es una instrucción o mensaje que se le da a una IA para que genere una respuesta.

Respuesta está en función de la habilidad para generarla.







ChatGPT



Sora

text-to-video model





Opción A — Poética y emocional (en español)

Voz femenina suave, tono cálido, ritmo pausado; ideal para conectar con el corazón del espectador.

text

 Copiar código

En esta tierra donde el agua escasea, ellas no se rinden.
Sus manos levantan esperanza, gota a gota.
Por cada niño. Por cada comunidad.
Porque el agua no es un lujo – es vida.
El agua es vida. Protégela.

 *Tono:* emotivo, íntimo, esperanzador.

 *Uso:* Campañas humanitarias, ONG, spots para redes o televisión.

  ¡Tu video con voz en off integrada está en producción!

 [Ver “El Agua es Vida – Versión con Voz en Off \(9:16\)” ➤](#)

Una pieza cinematográfica íntima y poderosa, donde la voz femenina guía al espectador por la historia de esperanza y resistencia. Perfecta para campañas sociales, festivales y redes de impacto humano.



Pregúntale algo a Meta AI

para viajes largos por carretera



Haz una crítica

WhatsApp (META IA)

os



Debate sobre géneros cinematográficos



MidJourney

Home

1 Event

INFO

announcements

status

rules

faq

getting-started

micro-polls

welcome

SUPPORT

trial-support

member-support

NEWCOMER ROOMS

Maria Kor...
#0639

#newbies-44

5

Search

67+ new messages since 9:09 AM

Mark As Read

U1

U2

U3

U4

V1

V2

V3

V4

MidJourney Bot ✓ BOT

bio zombie human tank iron siber - @ผัวเจ้าสำนึกนี้

Today at 9:10 AM

<https://s.mj.run/PX2ILgx5Pi8> bio zombie human tank iron siber - @ผัวเจ้าสำนึกนี้

Message #newbies-44

GIF

TEAM — 6

danielrusssruss

DavidH

Red Listening to Spotify

Sam

Seb

twN

MIDJOURNEY BOT — 1

MidJourney Bot ✓ BOT

CHARON THE ALL KNOWING ON...

Charon the FAQ Bot BOT

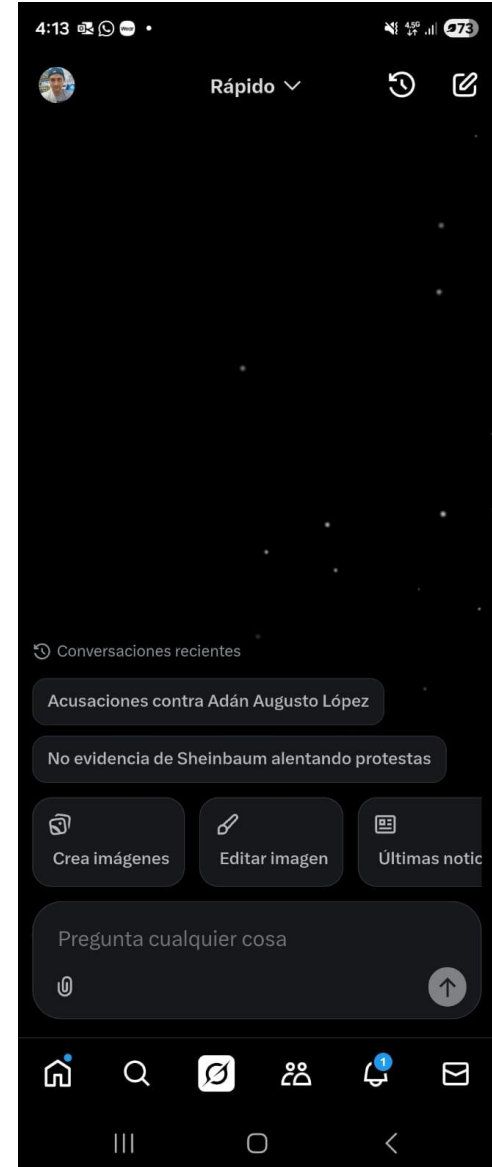
MODERATOR — 7

Ancient Chaos

arnicas

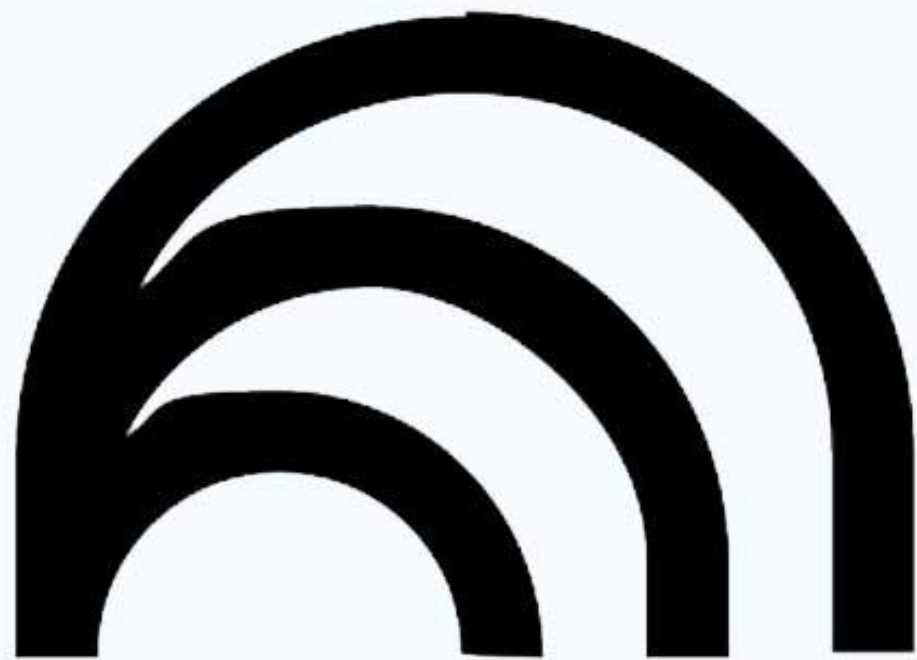
fractl

isaacq





- Generador de video con IA



NotebookLM

IA es de mucha utilidad, pero nos pone a prueba



REPRODUCE Y
AMPLIFICA SESGOS



DESAFÍA NUESTRA
NOCIÓN DE VERDAD Y DE
CONFIANZA
(DESINFORMACIÓN)



RECONFIGURA EL
TRABAJO Y NUESTROS
PROPÓSITOS



CUESTIONA LA
PROPIEDAD DE LA
INFORMACIÓN(PÚBLICA
O PRIVADA)



PERDEMOS EL SENTIDO
DE LO HUMANO (¿IA
ESCRIBE, CREA Y PINTA
MEJOR QUE YO?)



PONE A PRUEBA
NUESTRA MORAL Y ÉTICA

La IA potencia nuestras
+ capacidades, pero como nosotros +
• quienes decidimos para qué la •
◦ queremos y cómo la utilizamos.

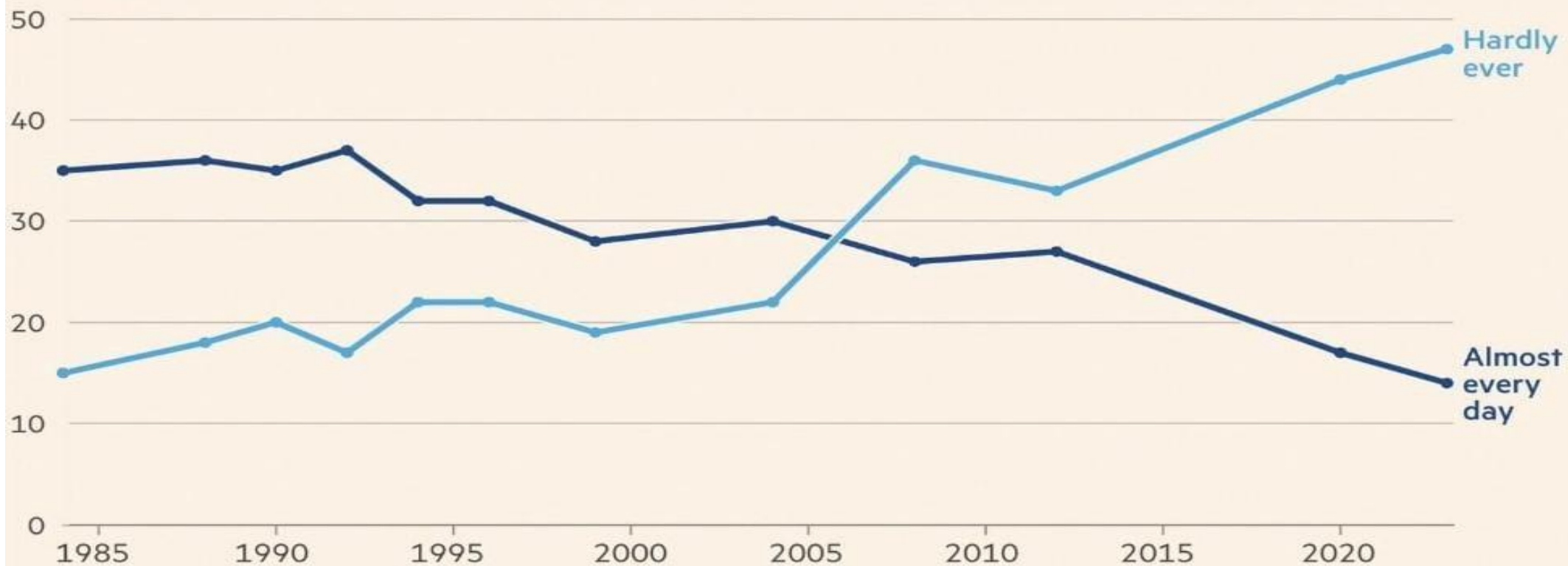
**Alfabetizar mediáticamente nunca
había sido tan importante para
procurar y mantener la armonía
pública.**

Prueba PISA 2022 reportó que 1% de los estudiantes entre 12 y 17 años
en México pueden distinguir un hecho de una opinión.

The Financial Times

The decline of reading

% of US teenagers who read in their leisure time...



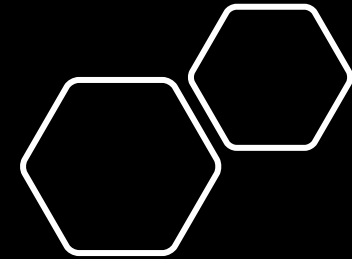
Source: US National Assessment of Educational Progress Long-Term Trend Reading Assessments

FT graphic: John Burn-Murdoch / @jburnmurdoch

©FT

Esto es el verdadero caldo de cultivo del discurso de odio y la polarización social:

- Individuos que **carecen de conocimientos, habilidades y del interés de distinguir qué es mentira y qué es verdad.**
- Que **adolecen de la voluntad para lograr un entendimiento mutuo.**
- Y que **desconocen que la democracia es consenso en el disenso** (Sartori, 1987); y también que, al hacerlo, **encuentran en la descalificación una salida fácil a los argumentos de quienes piensan distinto.**



Dr. Ulises Cruz Valencia
ulises.cruz@correo.buap.mx

ICGDE



BUAP

Instituto de Ciencias
de Gobierno y Desarrollo
Estratégico