

**REPORTE**

2024 | Diciembre

# Desinformación electoral: qué narrativas circulan en América Latina y cómo contrarrestarla

Con el apoyo de



Embajada  
de la República Federal de Alemania  
Buenos Aires

# Índice

• <b>Resumen ejecutivo</b> .....	3	<a href="#">Ir a página</a>
• <b>Las dinámicas de la desinformación</b> .....	5	<a href="#">Ir a página</a>
• ¿Qué es la desinformación? .....	5	<a href="#">Ir a página</a>
• ¿Cuál es la particularidad de las desinformaciones en las elecciones? .....	6	<a href="#">Ir a página</a>
• Los 10 casos comunes de desinformación en época electoral .....	7	<a href="#">Ir a página</a>
• <b>Qué pasó en las elecciones presidenciales y regionales de 2023 y 2024 en América Latina?</b> .....	10	<a href="#">Ir a página</a>
• Fraude electoral, un tema recurrente en las elecciones de distintos países .....	10	<a href="#">Ir a página</a>
• Falsas encuestas con resultados electorales .....	11	<a href="#">Ir a página</a>
• Falsas declaraciones de los candidatos .....	12	<a href="#">Ir a página</a>
• Nuevos temas que circularon en varios países .....	12	<a href="#">Ir a página</a>
• Desinformación y género durante las elecciones .....	13	<a href="#">Ir a página</a>
• Estrategias de difusión de los contenidos desinformantes .....	14	<a href="#">Ir a página</a>
• El uso de la Inteligencia Artificial para desinformar .....	16	<a href="#">Ir a página</a>
• El posible impacto de la Inteligencia Artificial .....	17	<a href="#">Ir a página</a>
• <b>Cómo contrarrestar la desinformación electoral</b> .....	18	<a href="#">Ir a página</a>
• Algunas herramientas para identificar contenidos generados por IA .....	21	<a href="#">Ir a página</a>

Autoría: Paula Martinetti, Martín Slipczuk y Olivia Sohr

Diseño: Matías Severo

## Resumen ejecutivo

---

La desinformación es hoy parte de nuestro ecosistema informativo. Se trata de contenidos que en algunos casos son absolutamente falsos, en otros están manipulados o tergiversados para hacerlos parecer algo que no son o simplemente están fuera de contexto.

Su formato actual, en el que se expande rápidamente a través de las redes sociales, ya lleva varios años. Aunque las redes no son el único lugar por el cual circulan, y la desinformación existía desde mucho antes (la propaganda y la campaña sucia no son nada nuevo), el espacio digital sí le ha dado algunas características diferentes a la desinformación, como poder traspasar fronteras muy fácilmente y expandirse a velocidades mucho mayores.

Los procesos electorales son momentos especialmente álgidos para la desinformación, como suelen serlo todos los momentos en los que hay mucho interés de la ciudadanía en la información y las noticias. Los desinformantes aprovechan el volumen de contenidos que circula, y la atención de las personas, para colar la desinformación.

Las técnicas que utilizan los desinformantes suelen ser muy parecidas de país en país. Esto se observa claramente en algunos tipos de desinformación global, como cuestiones de salud o cambio climático. Pero cuando se trata de elecciones, si bien los contenidos específicos dependen del contexto local, los tipos de desinformación suelen ser similares.

En esta guía, se revisarán esos tipos de desinformación electoral común, que fueron categorizados originalmente en 2022 en un proyecto conjunto de Chequeado, LatamChequea y UNESCO. Esta tipología incluye desinformaciones que buscan presentar irregularidades de un proceso electoral como prueba de un fraude sistemático, poniendo en riesgo la legitimidad del proceso, falsos contenidos que sostienen que personas no habilitadas para votar lo harán o que personas fallecidas participarán de las elecciones, falsas encuestas y declaraciones de candidatos, así como

mensajes engañosos sobre la documentación necesaria para votar, que puede poner en jaque el ejercicio del derecho a voto, entre otros tipos comunes.

Esta tipología se actualizó con lo observado por los chequeadores en las elecciones de 2023 y 2024, en Paraguay, Guatemala, Ecuador, Argentina, Colombia, El Salvador y México. En muchas de estas ya se empezaron a observar algunos de los efectos que el uso de la nueva Inteligencia Artificial generativa podría tener sobre la credibilidad de los procesos electorales, que se discuten en esta guía.

Por último, se presentan diferentes estrategias para contrarrestar la desinformación, que incluyen cómo prepararse y entender sus dinámicas, el trabajo preventivo que se puede realizar (conocido como prebeking), herramientas para desmentir rápidamente la desinformación una vez que está circulando y otras consideraciones para implementar las estrategias más eficaces.

Esta guía se basa en el conocimiento del trabajo que realiza desde 2010 Chequeado en la Argentina y de los chequeadores de la región, aliados en la red LatamChequea que incluye a 47 organizaciones de 21 países. El análisis se hizo en base al trabajo de organizaciones de 7 países: Argentina, Colombia, El Salvador, Guatemala, México y Paraguay.

# Las dinámicas de la desinformación

En el siguiente apartado se analizará qué es la desinformación en general, cuál es su particularidad en época electoral, qué novedades trae el uso de la Inteligencia Artificial y cuáles son las tendencias generales de desinformación que se repiten en los distintos países de Latinoamérica.

## ¿Qué es la desinformación?

La desinformación son contenidos falsos o engañosos que suelen presentar cuestiones que no ocurrieron o sacan de contexto la información. Pueden ir desde cuestiones completamente inventadas hasta imágenes reales, pero fuera de contexto que hacen parecer algo que no es. Imágenes de un hecho pasado que se presentan como actuales o videos manipulados o editados de tal forma que tengan un sentido diferente al original. Aunque circulan en muchos ámbitos, no solo en las redes sociales, es ahí donde han logrado un ritmo de expansión mucho más veloz y dinámicas de difusión propias.



Quienes generan la desinformación pueden tener distintas motivaciones.

Algunas de ellas pueden ser:

- **Monetaria:** la desinformación es más fácil de viralizar y ese alcance puede ser transformado en dinero en algunas plataformas. También es posible generar comunidades muy intensas alrededor de la desinformación, a quienes luego se les venden productos o servicios, como seminarios o falsas curas para una enfermedad, entre otras cosas. En otros casos, quienes desinforman piden directamente donaciones de parte de sus seguidores. Son algunas de las maneras en las que la desinformación puede ser rentable.
- **Convicción o estrategia:** otra razón para desinformar puede ser dañar a un competidor político o porque la persona está convencida de esta desinformación. Por ejemplo, entre quienes se oponen a las vacunas, suele haber altos niveles de creencia en la desinformación, aunque haya amplia evidencia de que se trata de una falsedad.

- **Generar confusión:** hay actores que se pueden beneficiar simplemente por confundir a las personas y hacer que sea más difícil saber qué está ocurriendo realmente.
- **Falta de información:** es posible también que una persona genere desinformación sin darse cuenta. Por ejemplo, al asociar dos fenómenos que no están vinculados y presentar como si uno fuese resultado del otro.

Si bien cualquier persona puede compartir una desinformación, no todos tienen la misma responsabilidad ni el mismo impacto. Un ciudadano que comparte en sus redes privadas una desinformación no tiene la misma llegada que un presidente o un conductor televisivo. Quienes tienen una llegada mucho más amplia y comparten desinformación se transforman en amplificadores, que pueden llevar estos contenidos de pequeños núcleos cerrados a una audiencia mucho mayor, y, además, darle a esas falsedades mayor credibilidad.

Estos falsos contenidos circulan por las diferentes redes sociales, y tienen dinámicas propias en cada una de ellas. Muchas veces los desinformantes **utilizan** las redes más grandes -como X, YouTube, TikTok o Facebook- para mostrar una parte más cuidada de su contenido, dado que tienen ciertos niveles de moderación, mientras que en redes más cerradas -como Telegram o WhatsApp- difunden desinformaciones más extremas. Cada red social tiene sus propias dinámicas y tipos de desinformación más frecuente.

## ¿Cuál es la particularidad de las desinformaciones en las elecciones?

En época electoral la desinformación, como buena parte de la agenda informativa, está focalizada en los candidatos y los procesos electorales. La cantidad de información que circula en las semanas previas a las elecciones, sobre las declaraciones y propuestas de los candidatos, la forma y lugar de votación, la documentación necesaria y todo lo demás, hace que la desinformación se cuele fácilmente, pudiendo confundir a los ciudadanos, y dificulta el acceso a información de calidad, poniendo en riesgo sus derechos.

Hay tres etapas durante el proceso electoral, donde las temáticas desinformantes más comunes varían: antes, durante y después de la votación.

- **Preelectoral.** Durante la campaña electoral, que incluye momentos álgidos como los debates presidenciales, los temas más comunes suelen estar vinculados a supuestas frases o medidas que candidatos implementarán si ganan las elecciones, así como sus biografías y recorridos profesionales. También circulan falsas encuestas.
- **El día de la votación.** Las desinformaciones más comunes el día de la elección son las referidas a lo que es propiamente cómo y dónde ir a votar, o lo que sucede en los centros de votación, así como el conteo rápido. Muchas veces circulan desinformaciones que ponen en duda la legitimidad del proceso.
- **Postelectoral.** Luego de la votación las informaciones falsas o engañosas que más circulan tienen que ver con el recuento de los votos, los resultados y falsas denuncias de fraude.

## Los 10 casos comunes de desinformación en época electoral

Si se analizan las desinformaciones que se repiten elección tras elección en distintos países de Latinoamérica, existen distintas temáticas que están presentes y donde sólo cambian detalles del contexto local. Muchas pueden ser consideradas como “desinformaciones zombies”, ya que año a año resurgen en cada época electoral sin importar que hayan sido desmentidas previamente.

En 2022 desde [LatamChequea](#), la red latinoamericana de chequeadores que coordina Chequeado, junto con UNESCO y la IIDH, se desarrolló **Portal Check Elecciones**, un [sitio web](#) donde se plasmó una tipología de las **10 desinformaciones más comunes** que se viralizan en la región en los periodos electorales.

A continuación se describen y explican estos 10 casos recurrentes de desinformación electoral utilizando ejemplos de contenidos que circularon en las elecciones de 2023 y 2024 en Latinoamérica.

### 1. Irregularidades en el proceso electoral presentadas como prueba de fraude.

Es habitual que aparezcan ciertos errores en los procesos electorales, incluso algunas irregularidades, aunque estas no son suficientes para probar que existe un fraude.

Un ejemplo de esto, son las desinformaciones que circularon en la Argentina, que hacen parecer los errores e inconsistencias de [los telegramas del escrutinio provisorio](#) como si fueran prueba de un fraude (Chequeado, Argentina).

### 2. Supuestos fraudes organizados por las autoridades.

Son aquellas desinformaciones destinadas a desacreditar órganos e instituciones que se encargan de llevar a cabo el recuento de votos y velar por la seguridad y transparencia de la votación.

Por ejemplo, esta desinformación viral sobre el Instituto Nacional Electoral (INE) en México [que supuestamente estaba entregando boletas ya marcadas por el partido político MORENA](#) (Animal Político, México).

### 3. Falsa votación en nombre de personas fallecidas.

Cuando aparecen en el padrón los nombres de personas fallecidas, algo que suele ocurrir dados los tiempos entre el cierre de los padrones y la votación, se lo señala como prueba de un fraude.

Un ejemplo, este contenido viral de que [alguien votó en nombre de Cecilia Strzyzowski, una víctima de femicidio](#) (Chequeado, Argentina).

### 4. Que podrían votar personas no habilitadas, como migrantes sin residencia.

Estos contenidos señalan que personas que no cumplen con los requisitos para votar (como los años de residencia en el caso de migrantes) van a participar de las elecciones. Por ejemplo, [que el Instituto Nacional Electoral \(INE\), en México repartió masivamente credenciales para votar a migrantes](#), algo falso (Animal Político, México).

### 5. Manipulación para evitar votación o invalidación de votos.

Cada país tiene distintas normas de cuándo un voto debe ser anulado o impugnado (es decir, no contabilizado como válido) y muchas desinformaciones buscan engañar a la ciudadanía y llevarla a anular su voto o no poder emitirlo. Un ejemplo de esto es este [contenido viral falso](#) que afirmaba en México que si se elegía más de un partido aliado, algo permitido en la regula-



ción, se anularía el voto (EFE Verifica, México) .

#### 6. Desinformaciones sobre la documentación necesaria para votar.

Son contenidos sobre los tipos de documentación habilitados por los organismos electorales para votar. Este tipo de contenidos fueron mucho más comunes durante la pandemia y ha bajado su circulación luego, aunque aún hay casos de desinformaciones que buscan confundir. En Colombia, por ejemplo, fue viral que [cualquier persona del país podría votar en Corferias, así no haya inscrito su cédula pero era falso](#) (La Silla Vacía, Colombia).

#### 7. Desinformación sobre votos de ciudadanos en el exterior.

Otro tipo de contenido que suele circular en períodos electorales, es sobre el voto de los ciudadanos que residen en el exterior. Por ejemplo, en Argentina [circulaban falsos resultados](#) de las urnas en el exterior durante el día de las elecciones (Chequeado, Argentina).

#### 8. Caos el día de las elecciones.

Contenidos falsos que buscan desorientar o generar miedo en los ciudadanos sobre el momento de la elección. Por ejemplo, difundiendo que se puede votar en días u horarios que no se encuentran realmente habilitados. En Venezuela, por ejemplo, [circuló](#) que no se podría ingresar a los locales de votación con el teléfono celular (Efecto Cocuyo, Venezuela)

#### 9. Falsas encuestas.

Contenidos falsos que imitan los formatos de encuestas verdaderas para anunciar resultados o tendencias. Muchas veces copian los logos de las encuestadoras oficiales. Por ejemplo estas [supuestas encuestas que favorecían a una candidata en Guatemala](#) (La Linterna, Guatemala).

#### 10. Falsas declaraciones de candidatos.

Son aquellas supuestas frases que declaran los candidatos de las que no hay ningún registro. Como por ejemplo, este [video sacado de contexto en el que Daniel Noboa, entonces candidato en Ecuador, declara apoyar el trabajo infantil](#) (Efe Verifica, Ecuador).

# ¿Qué pasó en las elecciones presidenciales y regionales de 2023 y 2024 en América Latina?

En muchos casos, las desinformaciones observadas en años previos se repitieron durante 2023 y 2024, como el hecho de tomar pequeñas irregularidades y presentarlas como prueba de un fraude masivo. Y hubo otras desinformaciones que no solían ser tan comunes y se volvieron más frecuentes, como el falso apoyo de personas famosas a un candidato. Esta información surge de un relevamiento realizado a los chequeadores de los siguientes países que tuvieron elecciones:

- **El Surti** de Paraguay (30 de abril de 2023)
- **Agencia Ocote** de Guatemala (25 de junio de 2023)
- **Ecuador Chequea** de Ecuador (20 de agosto de 2023 y 21 de abril de 2024)
- **Chequeado** de Argentina (22 de octubre de 2023)
- **La Silla Vacía** y **Colombiacheck** de Colombia (29 de octubre de 2023)
- **Infodemia** y **Voz Pública** de El Salvador (4 de febrero de 2024)
- **Animal Político** y **Verificado** de México (2 de junio de 2024)

## Fraude electoral, un tema recurrente en las elecciones de distintos países

Uno de los temas más recurrentes en la región fue el del fraude electoral organizado por las autoridades o por algún partido político. Esta desinformación apareció en la gran mayoría de los países de Latinoamérica, en cada caso adaptada al contexto local. La narrativa común es que una pequeña irregularidad -una máquina de votación que funciona mal, una tachadura en un documento oficial- es prueba de que se está realizando un fraude masivo. Algunos ejemplos de esto fueron:

- **Ecuador:** fue viral un video descontextualizado que aseguraba que hubo fraude electoral ya que hubo una falsificación de las actas de escrutinio y votos. Ecuador Chequea **verificó** que el video es viejo, corresponde a otra vuelta electoral en las que tampoco se pudo comprobar inconsistencias y para el período en el que circuló la desinformación, el Consejo Nacional

Electoral (CNE) confirmó que no se registraron denuncias al respecto.

- **México:** se hizo viral un video que denuncia fraude electoral por unas actas duplicadas. Animal Político [desmintió](#) el video ya que lo que se muestra es un conteo preliminar para dar información rápida a la población, en el que común que ocurran errores, y no el resultado oficial.
- **Colombia:** se viralizaron imágenes que supuestamente mostraban irregularidades en las actas de votación. Según las fotos virales los números habían sido diligenciados con errores o tachones, pero Colombiacheck [comprobó](#) que era falso.
- **Guatemala:** la cuenta oficial del partido que llevaba a Sandra Torres como candidata denunció fraude y compartió una imagen de un acta electoral que supuestamente lo demostraba, pero la alianza La Linterna coordinada por Ocote buscó el documento original y [pudo demostrar](#) que la imagen fue alterada.
- **Argentina:** también circuló la desinformación del fraude, por ejemplo denunciando que había boletas rotas del candidato a presidente, Javier Milei, lo que supuestamente haría que fueran inválidas al momento del conteo. Sin embargo, es falso que por esas roturas se invalidara el voto, como se explica [en esta nota](#) de Chequeado.
- **Paraguay:** el candidato a presidente Efraín Alegre anunció que no confiaba en el resultado oficial y que iba a realizar su propio conteo, desacreditando y acusando a la Justicia Electoral de Paraguay de manipular los resultados. Sin embargo, no hay evidencia que demuestre la existencia de fraude y como se explica [en esta nota](#) de El Surti, es una narrativa desinformante que fue difundida por distintas cuentas de redes sociales y hasta políticos.

## Falsas encuestas con resultados electorales

Otro tema muy recurrente fueron supuestos resultados o falsas encuestas. Una estrategia común es que suplanten fuentes genuinas para viralizar resultados falsos, así aprovechan la legitimidad de una fuente reconocida.

Este tipo de desinformación se observó en [México](#), [Guatemala](#) y [Argentina](#), con supuestas encuestas que se difundían con el logo de alguna encuestadora o medio de comunicación.

## Falsas declaraciones de los candidatos

También se hicieron virales muchos contenidos con declaraciones falsas de los candidatos. Por ejemplo, en Argentina, se hizo viral la captura de [un supuesto tuit](#) de Victoria Villarruel, la candidata a vicepresidente de Javier Milei, que decía: “Lo lamento por los diabéticos, pero con mi plata no”. Sin embargo fue falso, no había posteado eso. También fue viral una [supuesta captura de una nota del diario Clarín](#) en la que Sergio Massa, candidato a la presidencia, declaraba su propuesta de poner aranceles a la universidad pública. Esto era un recorte falso que ya había circulado en el 2013.

En México se vio otro ejemplo: [este video manipulado](#) de un candidato presidencial en el que afirmaba que el narco iba a tenerlo de aliado si ganaba las elecciones. El audio había sido editado, [explicó](#) Animal Político.

También en Ecuador fue viral [un video sacado de contexto](#) en el que supuestamente Daniel Noboa, candidato a presidente, propuso legalizar el trabajo infantil. Sus palabras fueron sacadas de contexto, como [demostró](#) Efe Verifica, ya que Noboa habló en realidad de emplear a egresados universitarios.

## Nuevos temas que circularon en varios países

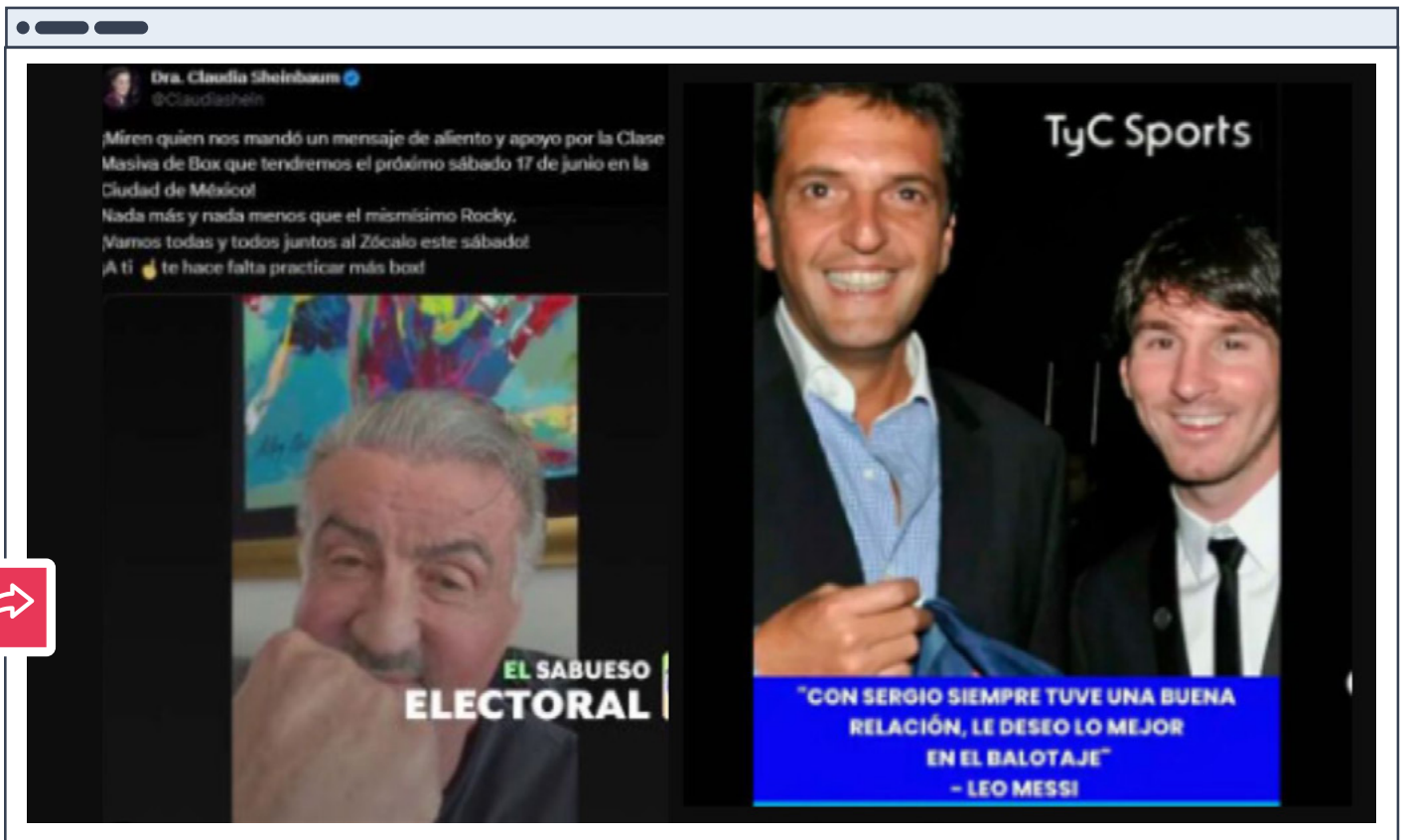
Por otra parte, en estas últimas elecciones del periodo 2023-2024, crecieron nuevos tipos de desinformación viral, que no eran tan comunes antes. El primero, se trata de **falsos apoyos a candidatos** de figuras famosas o públicas, como futbolistas, artistas u otros funcionarios públicos.

Por ejemplo, en Argentina el futbolista Lionel Messi supuestamente apoyó a varios candidatos. Circuló falsamente [una foto](#) en la que declaraba su apoyo al candidato Sergio Massa y [otro posteo](#) en el que apoyaba al otro candidato que llegó al balotaje, Javier Milei.

En México fue viral un [video](#) en el que el actor Sylvester Stallone supuestamente apoyaba la can-

didatura de Claudia Sheinbaum, cuando en realidad se trataba de un mensaje a Sheinbaum pero no en apoyo a su candidatura.

También en Colombia se hizo viral una imagen del candidato a la alcaldía de Cali, Alejandro Éder, junto con el actual alcalde y un zócalo de texto en el que confirmaba su apoyo. Sin embargo, la imagen era vieja y estaba sacada de contexto.



## Desinformación y género durante las elecciones

Quienes desinforman suelen utilizar los temas sensibles y los prejuicios para lograr un mayor impacto con sus contenidos. Uno de los ejes de la desinformación electoral suelen ser cuestiones de género.

Por un lado, circulan desinformaciones que refuerzan los estereotipos de género, como que las mujeres no están preparadas para gobernar, sus credenciales no son reales y otras cuestiones en esta línea. Esto es algo que se observó con bastante claridad en las elecciones mexicanas, donde

las principales candidatas fueron mujeres. Por ejemplo, cuestionaban de la candidata Xóchitl Gálvez su título de ingeniera, como verifica Animal Político en [esta nota](#). La desinformación muchas veces se mezcla con otras estrategias, como la ridiculización, algo que se observó en el caso de la candidata Claudia Sheinbaum: tras caerse mientras bailaba en un acto de campaña, se hizo tendencia el hashtag #ClaudiaSeCae en el que millones de personas se burlaron y la ridiculizaron criticando el cuerpo de la candidata, como puede leerse en [esta nota](#) de Verificado.

Por otro lado, circulan desinformaciones sobre temáticas de género. En Guatemala, por ejemplo, circuló desinformación sobre uno de los candidatos a la presidencia que [habría dicho](#) que si asumía el cargo iba a legalizar el matrimonio igualitario, una supuesta medida que quiere imponer la Agenda 2030.

En relación a esto, en Argentina también [se observó](#) el uso de desinformación como una herramienta para atacar a quienes hicieron propuestas vinculadas a cuestiones de género. También se identificó desinformación sobre temas de género, como el funcionamiento y presupuesto del Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad.

Se puede ver más información sobre la desinformación de género en las elecciones argentinas en el informe [“Desinformación de género durante el período electoral argentino 2023”](#).

## Estrategias de difusión de los contenidos desinformantes

Las estrategias de difusión de la desinformación cambian todo el tiempo para aprovechar mejor los intereses de las personas y las características de las diferentes redes sociales.

Una estrategia ya conocida es el uso de bots en X, una táctica que busca amplificar mensajes de apoyo, crear falsamente una tendencia o exagerar el número de impacto que tiene la conversación sobre un tópico, como se explica en este [artículo](#) del Centro Latinoamericano de Investigación Periodística (CLIP).

Otra estrategia para lograr mayor impacto a la hora de difundir propaganda política y desinformaciones es a través de anuncios en las plataformas. En el caso de las elecciones regionales de Colombia, hubo una campaña de desinformación contra un candidato en la que se pautaron distintos tipos de contenidos falsos y creados con IA para calumniarlo. Por ejemplo, pagaron anuncios de **portadas virales** que desinforman sobre su candidatura, la cual supuestamente había sido revocada por el Consejo Nacional Electoral (CNE) ya que no era colombiano ni vivía en el país. También pautaron para viralizar un audio generado con IA haciéndose pasar por el candidato, mencionando su pasado como guerrillero de las FARC, como se demuestra **en esta nota**.

Una red que creció fuertemente en los últimos años, y donde se vieron nuevas dinámicas en las últimas elecciones es TikTok. Sobre el uso de TikTok, varias organizaciones de fact checking observaron una gran cantidad de desinformación electoral. El formato de video muy breve hace que sea relativamente sencillo desinformar editando un video y sacándolo de contexto, entre otras técnicas.

En el caso de Paraguay, uno de los candidatos, el candidato Paraguayo Cubas usó las redes que construyó durante la campaña para circular desinformación sobre un supuesto fraude electoral. En consecuencia, cientos de personas salieron a las calles en diferentes ciudades del país y realizaron cortes de ruta como medida de protesta, y llegaron incluso a **bloquear** la circulación de ambulancias.

En México, por otra parte, una **investigación de Lado B** sobre las elecciones locales, descubrió redes de desinformación que se presentan como “medio de comunicación” o “sitio web de noticias”, una táctica muy común.

Otro factor común son los consultores, que llevan las mismas estrategias de un país a otro para confundir y desinformar durante los procesos electorales, como muestra la investigación del Centro Latinoamericano de Investigación Periodística (CLIP), **Mercenarios Digitales**.

Por otro lado, también se identificó el uso de influencers para propagar contenidos desinformantes en las campañas políticas. Un ejemplo es el caso de El Salvador, en el que Infodemia **descubrió** una red de influencers que hicieron campaña para la reelección de Nayib Bukele a través de videos en YouTube basándose en desinformaciones. Descubrieron que mediante sus videos desinformantes se financian y ganan millones a través de distintos mecanismos como la colocación de publicidad externa, la venta de mercancía con la imagen de Bukele o donaciones a través de billeteras digitales.

## El uso de la Inteligencia Artificial para desinformar

En el último tiempo se identificó también el uso de la IA generativa para la creación de desinformaciones en general y específicamente en época electoral.

Según las experiencias electorales del 2023 y 2024 en Latinoamérica, las organizaciones de fact checking identificaron imágenes y videos generados por IA, los cuales fueron sencillos de verificar ya que no eran muy sofisticados. En cambio, los audios representaron un mayor desafío.

En varios países circularon audios virales en los que es muy difícil determinar si fueron generados con IA, dado que no se puede recurrir a las mismas estrategias que en las imágenes o videos, como observar los detalles u objetos en segundo plano que suelen delatar el origen artificial.

Por ejemplo, en México fueron virales audios generados por IA, **como este** que imitaba al candidato Martí Batres difamando al partido oficialista Morena o **este otro** que imitaba a la candidata Clara Brugada indicando que traicionará a su partido. En Colombia, circularon audios y videos creados con IA de dos candidatos a alcaldías, Carlos Fernando Galán y Alejandro Éder, como se demuestra en **esta nota**.



Con respecto al uso de los **deepfakes** -es decir, videos manipulados o generados sintéticamente con tecnología basada en IA-, se detectó su uso en algunos países, aunque principalmente como contenidos satíricos y los resultados no eran verosímiles.

## El posible impacto de la Inteligencia Artificial

Si bien por el momento los chequeadores de la región no identificaron un aluvión de desinformación generado con IA, esta puede tener efectos muy profundos en el ecosistema informativo en al menos tres formas:

- **Uso por parte de malos actores.** Este es el uso de las herramientas de IA para generar imágenes, videos y audios falsos para desinformar. Si esta utilización se masifica podría inundar a las redes sociales con falsos contenidos muy realistas.
- **Menor calidad de la información que circula.** Parte de los problemas que tiene la IA generativa es que puede generar contenidos falsos. Si los ciudadanos consultan a una IA, es posible que esta conteste con una desinformación. Y si la persona no está preparada o no sabe que esto puede ocurrir, le crea sin dudar y se expanda la desinformación. Este riesgo se puede ver incrementado por el hecho de que varios sitios prestigiosos de información están restringiendo el acceso de las IA a sus contenidos, por lo que es posible que esta comience a nutrirse de fuentes de peor calidad, aumentando la posibilidad de producir desinformación.
- **Una desconfianza generalizada.** A medida que se expanden los contenidos generados con IA, puede volverse muy difícil saber cuándo un contenido es real. Esto puede llevar a los ciudadanos a desconfiar de todo y volver aún más complejo el acceso a buena información.

# Cómo contrarrestar la desinformación electoral

La desinformación desgraciadamente vino para quedarse, y lo más probable es que sea parte de nuestro ecosistema informativo durante mucho tiempo. Las soluciones que buscan eliminar por completo la desinformación, por ejemplo con leyes que penan las falsedades, tienden a ser tan restrictivas para la libertad de expresión que pueden resultar peores que el problema original. Por ende, tenemos que adaptarnos y buscar formas de mitigar el impacto que las falsedades pueden tener en nuestros procesos democráticos.



Acá hay algunas recomendaciones, basadas en la práctica cotidiana de años de lucha contra la desinformación:

## 1. Prepararse: entender las dinámicas de la desinformación

La desinformación no es nueva y hoy tenemos mucha más información que en el pasado sobre cómo circula, por dónde y quiénes están detrás. Cuando se aproxima una elección, es muy útil buscar información sobre qué desinformaciones circularon en otros países con comicios recientes o en las elecciones pasadas del país. Como sabemos, muchas de estas se volverán a repetir adaptadas al nuevo contexto, y saber esto nos permitirá desarrollar mejores estrategias para contrarrestarla.

## 2. Tener sistemas para identificar qué desinformación circula

Para poder contrarrestar los falsos contenidos necesitamos saber cuáles son. Para esto es importante definir de antemano cómo saber qué está circulando. Se pueden identificar las redes sociales donde circula una mayor cantidad de desinformación y de teorías conspirativas, o enfocarse en aquellas que tienen un alcance más masivo. También se puede hacer foco sobre los discursos de los candidatos u otros referentes, lo que publican ciertos sitios web o cualquier otro actor relevante. El primer paso es identificar contenidos problemáticos, aunque no se pueda determinar su veracidad hasta no haberlo chequeado.

### 3. Establecer mecanismos de acción adaptados a las situaciones

Una vez que se identifica el contenido potencialmente falso es importante definir cómo se actuará. El momento de crisis o la intensidad de los últimos días electorales no suelen ser el mejor contexto para evaluarlo fríamente. Puede resultar mejor tener diferentes planes de acción establecidos. Por ejemplo, si un contenido es muy viral se desmentirá y se difundirá la desmentida en todas las redes sociales y espacios posibles. Si el contenido no es altamente viral se publicará una desmentida que quedará disponible para quien busque información pero no se difundirá activamente para no darle mayor visibilidad a la temática. Todo dependerá del objetivo y del nivel de riesgo que presente la desinformación. Más allá de las estrategias puntuales, es importante definir de antemano estas posibilidades para acelerar el trabajo en los momentos críticos.

### 4. Llenar vacíos informativos

Existen temas sobre los cuales no hay buena información disponible fácilmente, un vacío informativo. Es posible, por ejemplo, que sobre el sistema de votación existan muy buenos instructivos publicados en el sitio de las autoridades electorales, pero que estos no sean fáciles de encontrar cuando se busca en Google o en TikTok. Puede ocurrir que los ciudadanos, buscando información sobre un tema, encuentren desinformación porque hay un vacío informativo que fue rápidamente llenado con desinformación. Saber qué preguntas se hacen las personas y cómo realizan sus búsquedas nos puede ayudar a saber cómo deberíamos producir estos contenidos para que lleguen a quienes los necesitan.

### 5. *Prebunking*: anticiparse a la desinformación

Desmentir una desinformación es por definición algo reactivo, que sólo puede ocurrir una vez que circula el falso contenido. Pero si sabemos qué tipos de falsedades es probable que circulen podemos anticiparnos. Por ejemplo, si sabemos cuáles son las debilidades o complejidades del sistema electoral (en algunos lugares puede ser el voto electrónico, en otros el voto por correo o el sistema de boletas) es probable que los desinformantes lo

aprovechen. Explicar cómo funciona el sistema y advertir de las potenciales desinformaciones puede ayudar a que los ciudadanos descarten rápidamente las falsedades si estas los alcanzan. También se pueden explicar las estrategias que suelen utilizar los desinformantes -como inferir conclusiones generales a partir de un caso o unir dos hechos no relacionados para hacerlos parecer otra cosa- para advertir a las personas.

## 6. Identificar audiencias especialmente vulnerables

No todos somos igual de proclives a caer en la desinformación, pero el nivel de vulnerabilidad puede depender de la temática. Por ejemplo, es posible que en cuanto a estafas bancarias, las personas mayores con menor familiaridad con la tecnología puedan caer más fácilmente, pero cuando se trata de desinformación electoral las personas que se encuentran más polarizadas tengan una mayor tendencia a caer en la desinformación, sin importar su edad. Hay muchos factores que pueden volvernos vulnerables a la desinformación. Identificar a estos grupos para poder desarrollar estrategias que los alcances con mayor efectividad puede ayudar mucho.

## 7. Desmentir la desinformación

Chequear un contenido y desmentirlo en caso de definir que sea falso es otra estrategia para mitigar el impacto que puede tener. El fact checking suele funcionar bien para corregir creencias erróneas sobre algo. Para hacerlo es importante tener algunas cosas en cuenta. Una de ellas es tener un método transparente para mostrar cómo se llegó a esa conclusión, esto evita que parezca una opinión o el resultado de una evaluación arbitraria. La forma en la que se presenta la evidencia debe ser transparente y en lo posible hacerlo de una manera empática con quien pudo haber creído la desinformación. También debe venir de una fuente creíble, que no tiene un interés particular en el tema, como un chequeador independiente, para que no sea interpretado simplemente como una acción de comunicación. Dado el volumen de desinformación que circula, no todos los contenidos pueden ser desmentidos. Por eso es importante tener criterios claros para definir cuándo se desmentirá. Dos que se suelen utilizar son la viralidad, a cuántas personas alcanzó el contenido, y la peligrosidad, cuánto daño podría causar en caso de ser creído.

## 8. Tener una estrategia para difundir los contenidos

Sea cual sea el camino elegido en cada caso particular, es importante diseñar una estrategia que permita alcanzar a quienes necesitan ver la información confiable. Esto puede ser a través de contenidos nativos para las redes sociales clave, a través de alianzas con medios de comunicación o con voceros clave para las diferentes comunidades. Lo importante es identificar quién es la población que potencialmente está siendo atacada por la desinformación y puede ser vulnerable a ella, para identificar cuál es la mejor forma de alcanzarla.

## Algunas herramientas para identificar contenidos generados por IA

En esta sección recomendaremos algunos consejos y herramientas tecnológicas para identificar imágenes, videos o *deepfakes* y audios generados por IA.

Una aclaración importante: todas estas herramientas y técnicas pueden fallar, y falsamente identificar un contenido como generado con IA o no identificar uno que sí fue creado con IA, por lo tanto ninguna es suficiente para creer o desmentir un contenido. Es necesario utilizar diferentes técnicas, como la búsqueda de otras fuentes que puedan ayudar a evaluar el contenido. Además, dada la rapidez de los avances, es posible que muchas de estas cuestiones cambien muy pronto. Dicho esto, hay algunas técnicas y herramientas que pueden ser útiles.

### Imágenes

Recomendamos revisar y centrarse en los detalles. Algunos detalles a tener en cuenta para detectar una imagen generada con IA pueden ser:

- **Patrones repetitivos o irregulares.** Las imágenes generadas por IA pueden contener patrones repetitivos o irregularidades que no se encuentran típicamente en fotografías reales. Esto puede deberse a las características de entrenamiento del modelo.
- **Errores de textura o detalle.** A veces, las imágenes generadas por IA pueden tener

errores en la textura o detalles, especialmente en áreas complejas como cabello, hierba o detalles finos.

- **Incoherencia global.** Observa si hay incoherencia en la imagen en términos de contexto global. Las imágenes generadas pueden tener objetos o escenarios que no tienen sentido juntos.
- **Iluminación inconsistente.** Busca en la consistencia de la iluminación en la imagen. Las imágenes generadas pueden tener problemas para mantener una iluminación coherente en todos los objetos.
- **Problemas de perspectiva.** Las imágenes generadas pueden mostrar problemas con la perspectiva, especialmente cuando se trata de objetos complejos en el espacio tridimensional.
- **Falta de detalles en áreas específicas.** Algunos modelos de generación de imágenes pueden tener dificultades para generar detalles finos en ciertas áreas, como caras o estructuras complejas.
- **Excesiva perfección.** Las imágenes generadas a veces pueden parecer excesivamente perfectas, sin los pequeños errores o imperfecciones que a menudo están presentes en fotografías reales.
- **Comparación con imágenes reales.** Comparar la imagen sospechosa con imágenes reales. Si hay una falta de variabilidad o características únicas presentes en imágenes reales, podría ser una señal. Se recomienda realizar una búsqueda inversa.

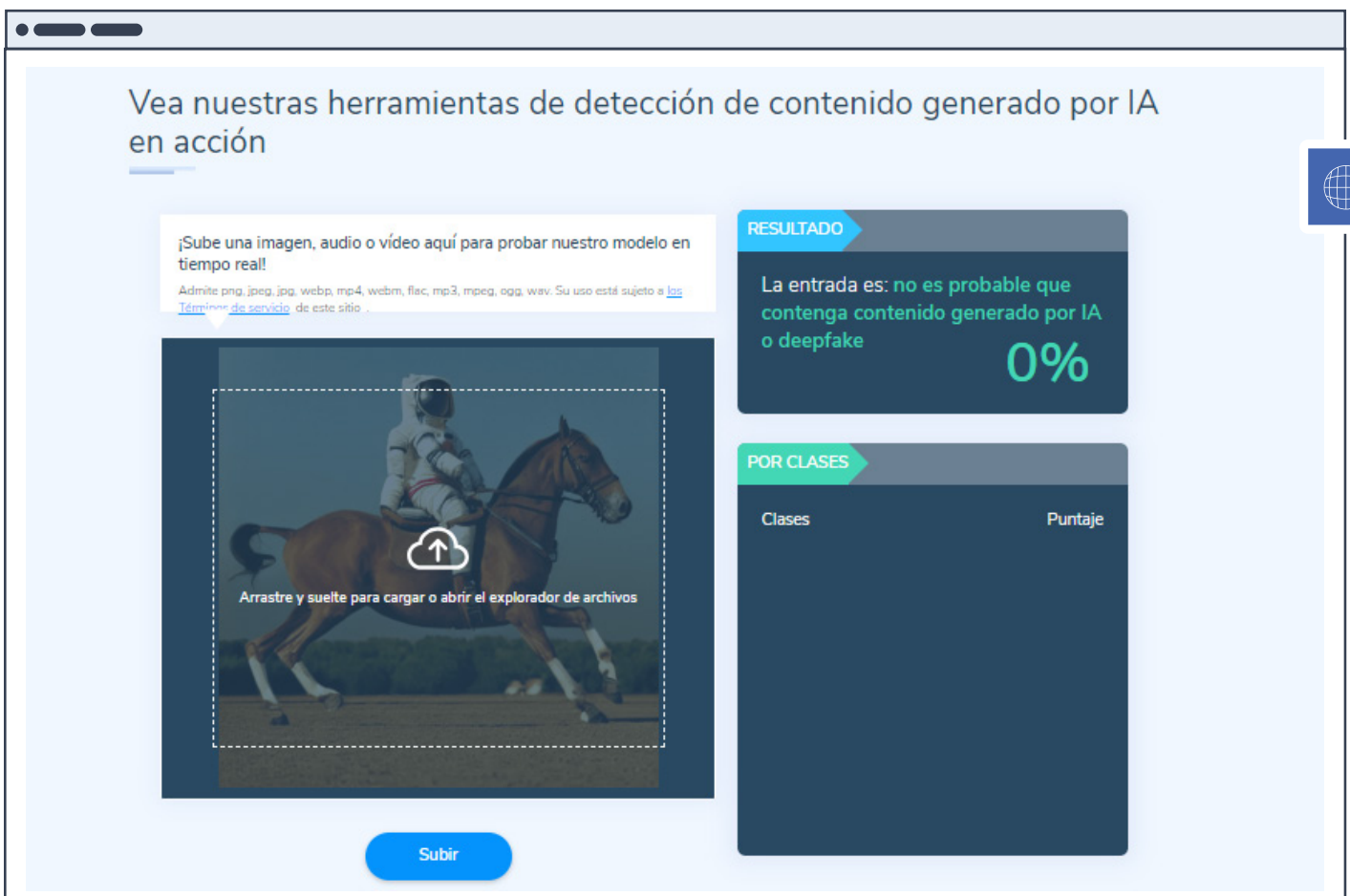
Luego de la observación en detalle, se puede buscar el origen de la imagen, con una búsqueda inversa de la imagen en Google o verificar si hay alguna noticia publicada o contexto del evento.

## Herramientas recomendadas

**[Hugging Face Space](#)** es una herramienta de código abierto para entrenar y detectar imágenes creadas con IA. El detector permite cargar o arrastrar y soltar imágenes dudosas; y luego del análisis expone dos números porcentuales. Uno refleja la probabilidad (en porcentaje) obtenida de que la imagen sea artificial; y otro, la probabilidad de que la imagen represente a un ser humano real. No ofrece resultados concluyentes, pero puede servir para realizar una primera evaluación.



**AI-Generated Content Detection | Hive** es una extensión para Google Chrome que permite detectar imágenes y textos realizados con IA. Es una herramienta abierta y gratuita, aunque tiene una versión paga más completa. Si bien no es 100% infalible, analiza las probabilidades de que una imagen haya sido creada con inteligencia artificial. Detecta imágenes producidas con plataformas que generan imágenes con IA, como Midjourney, DALL-e o Stable Diffusion. Se puede usar directamente en el sitio web o se puede descargar la extensión. Una vez descargada, aparecerá el ícono en el margen superior derecho.



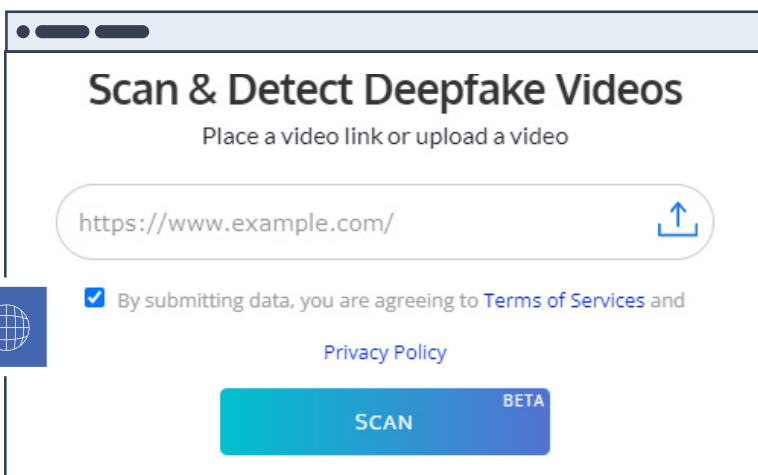
## Videos o deepfakes

Hacer una búsqueda inversa del contenido para encontrar si algún sitio legítimo publicó más información sobre ese video que pueda ayudar a encontrar su origen.

Además, recomendamos prestar atención a la cara de quien aparece en la grabación y hacerse preguntas como:

- ¿La piel parece demasiado suave o demasiado arrugada? ¿El envejecimiento de la piel es similar al del cabello y los ojos?
- Fijarse en los ojos, las cejas, objetos como anteojos y la iluminación, además de si las sombras están donde deben estar y si la persona parpadea demasiado o muy poco.
- Observar los movimientos de los labios y si están sincronizados con la voz.

## Herramientas recomendadas



**Deepware** es un motor que permite escanear y verificar videos y busca detectar los *deepfakes*. Dispone de un escáner al que se puede subir el material para averiguar si está manipulado sintéticamente. Al igual que otros detectores de *deepfakes*, los modelos de Deepware buscan signos de manipulación en el

rostro humano. La principal limitación de la herramienta es su incapacidad para detectar técnicas de sustitución de voz.

## Audios

Este es el contenido más desafiante para chequear ya que no existen herramientas que comprueben con un 100% de precisión el resultado de la verificación.

Algunos detalles que podemos observar y analizar:

1. Calidad del audio: si tiene mala calidad o no se puede escuchar claramente lo que la persona

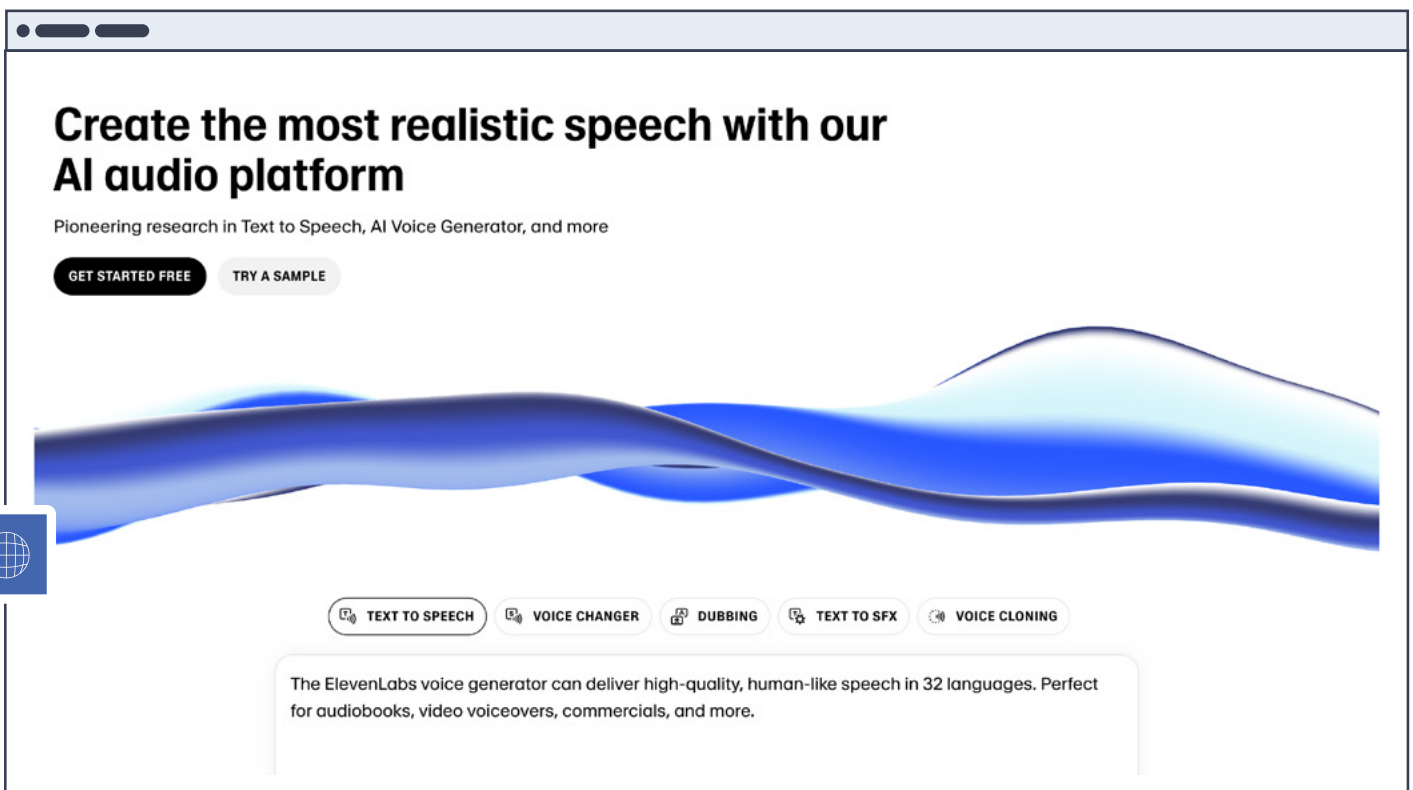


dice, esto podría ser una señal de que es falso o fue manipulado.

2. Naturalidad de la voz: la IA tiene problemas generando detalles naturales, como respiraciones en frases largas o entonaciones distintas entre palabras. Es difícil que repliquen acentos o agreguen muletillas.
3. Observa las características: puedes buscar una grabación pública de la misma persona, que tengas certeza que es real y comparar detalles como la duración de sus vocales o la fuerza con la que pronuncian las consonantes como la letra “D.”
4. Pausas extrañas. Entonación. Dicción. Palabras repetidas. Contexto.

## Herramientas recomendadas

Eleven Labs ofrece [esta herramienta gratuita](#) para verificar audios generados con IA. Busca colaborar con los usuarios en la identificación de audios creados con IA. En realidad, ha sido creada en especial para detectar los audios generados con la tecnología de esa empresa. Sin embargo, al subir un audio a la página si el resultado es negativo y fue creado con voz humana real, señala que es poco probable que haya sido creado con la tecnología de EvenLabs o con otra de creación de voz artificial.



**Create the most realistic speech with our AI audio platform**

Pioneering research in Text to Speech, AI Voice Generator, and more

GET STARTED FREE TRY A SAMPLE

TEXT TO SPEECH VOICE CHANGER DUBBING TEXT TO SFX VOICE CLONING

The ElevenLabs voice generator can deliver high-quality, human-like speech in 32 languages. Perfect for audiobooks, video voiceovers, commercials, and more.

**Al or not** es una plataforma integral de detección de IA diseñada para identificar imágenes y audios generados por IA. El sistema proporciona informes de detección detallados y puntajes de riesgo sobre la autenticidad del contenido. Para acceder a la herramienta se solicita un registro inicial que activa un crédito de 10 verificaciones gratuitas por mes.



## Ver más herramientas

Recomendamos esta caja de herramientas creada por Chequeado para periodistas y comunicadores donde encontrarán más herramientas y aplicaciones de utilidad para verificar contenidos.

The screenshot shows the website interface for 'HERRAMIENTAS PARA PERIODISTAS Y COMUNICADORES'. At the top left is the 'chequeado' logo. On the top right, there are social media icons for Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, and LinkedIn, along with the text 'Si te gustó, compártelo'. The main heading is 'HERRAMIENTAS PARA PERIODISTAS Y COMUNICADORES' with a subtitle: 'Una guía de páginas, apps y programas para ayudar a estudiantes y profesionales del periodismo y la comunicación.' Below this is a search bar labeled 'Buscador' with the placeholder text 'Ingresá los términos a buscar'. Underneath the search bar are 'Categorías' with buttons for: Imagen, Audio, Video, Diseño, IA, Otras, Chequeado, Datos, Fact checking, Producto, and Sitios útiles. A red button labeled 'Restablecer filtros' is positioned below the categories. The main content area displays a grid of tool cards:

- Answer The Public** (Sitios útiles): Permite ver preguntas relacionadas a un término específico. Includes a blue star icon.
- Journalist Studio** (Audio): Permite desgrabar audios. Includes the Google logo.
- Namechk** (Producto): Permite chequear si un nombre está registrado como dominio y en redes sociales. Includes the Namechk logo.
- Desgrabador** (Chequeado): Permite ver el texto desgrabado de cualquier video de Youtube. Includes a yellow star icon.
- Temp Mail** (Sitios útiles): Genera un mail temporal para probar servicios.
- Photopea** (Imagen): Herramienta similar a Photoshop, pero para usar on line.
- Radiocut** (Audio): Catálogo de radios on line.
- Mapchecking** (Sitios útiles): Calculador de gente en un espacio físico determinado.

**Desinformación electoral:**  
qué narrativas circulan en América  
Latina y cómo contrarrestarla

**REPORTE** 2024 | Diciembre

Con el apoyo de



Embajada  
de la República Federal de Alemania  
Buenos Aires