

Quinto panorama anti desinformación de cara a las elecciones legislativas del 26 de octubre de 2025

El uso de la inteligencia artificial durante las elecciones legislativas

- Dentro de las desinformaciones electorales, la presencia de contenidos creados con inteligencia artificial tuvo un lugar central.
- Se produjeron principalmente vídeos falsos que anunciaban la baja de candidaturas, o apoyos de dirigentes a distintas fuerzas políticas. En algunos casos, este tipo de videos se difundieron cerca de la votación, con poco tiempo para contrarrestar la desinformación con información confiable.
- También, se detectaron videos creados con IA de spots de campaña con propuestas falsas, o de los candidatos dando supuestas entrevistas a medios de comunicación.
- A nivel regional, las elecciones en otros países, como Chile, Bolivia y Ecuador, muestran el crecimiento en el uso de IA para desinformar durante periodos electorales.

Supuestos cambios a último momento en las candidaturas

La inteligencia artificial se transformó en una herramienta frecuentemente utilizada para producir contenidos desinformantes. Durante el periodo electoral en Argentina, se detectaron una serie de contenidos falsos, principalmente vídeos con supuestas declaraciones, como propuestas de campaña o anuncios acerca de sus candidaturas.

Entre los contenidos que circularon, aparecieron [videos como el del ex presidente Mauricio Macri, llamando a votar a Provincias Unidas](#) “por diferencias con el presidente Javier Milei”. El video generado con IA surgió de un spot de campaña de Macri del año 2015 al cual se le modificó el audio para generar una declaración falsa.



Urgente 🚨

Macri llama a votar a PROVINCIAS UNIDAS por diferencias con el presidente Milei.



El video falso de Mauricio Macri en el que anunciaba el apoyo a la fuerza política Provincias Unidas antes de las elecciones legislativas,

Lo mismo ocurrió en los días previos a la elección con [el video de Jorge Taiana](#), en ese momento candidato a diputado nacional por la provincia de Buenos Aires, en el que anunciaba la baja de su candidatura. En este caso, el video no surgió como modificación de una pieza anterior, y la calidad es menor, es más visible la manipulación (por ejemplo en el aspecto de su dentadura que va cambiando entre fotogramas).



El video de Jorge Taiana anunciando la baja de su candidatura con algunos errores en la figura humana, como los cambios en su dentadura.

Un caso similar ya había ocurrido en mayo, antes de las elecciones legislativas en la Ciudad de Buenos Aires, cuando circuló un video creado con IA en donde se veía a [Mauricio Macri anunciando la baja de la candidatura de Silvia Lospenatto](#).

En este sentido, los videos falsos que se difundieron tuvieron como principal característica los anuncios falsos de modificaciones en las candidaturas, o en los apoyos de cada fuerza política. Además, se difundieron horas antes de la jornada electoral, con poco tiempo para



contrarrestar la información falsa acerca de las candidaturas y con la posibilidad de generar confusión en el electorado sobre quiénes se presentaban finalmente.

Declaraciones y propuestas falsas de campaña

Otro de los tipos frecuentes de desinformación creados con IA fueron las declaraciones de candidatos o líderes de fuerzas políticas que nunca existieron, específicamente haciendo propuestas falsas, ya sea en spots de campaña o en entrevistas.

Entre los casos que aparecieron, se difundió un video del presidente Javier Milei a dos días de las elecciones como un [presunto spot de campaña de La Libertad Avanza](#) donde hablaba de dejar de “tirar plata” para jubilaciones y asistencias para discapacitados. En la misma línea, se identificó un [video del gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Axel Kicillof](#), en donde supuestamente confesaba que no había podido solucionar problemas asociados a la inseguridad, al narcotráfico, a la salud y la educación.



Video de Axel Kicillof con declaraciones falsas.

Ambos videos partieron de videos anteriores y fueron modificados con herramientas de inteligencia artificial para modificar su audio y su gestualidad para hacerla coincidir con el sonido modificado. En el caso del video de Kicillof, se difundió en un primer momento como un contenido humorístico, en una cuenta de TikTok que aclaraba que había sido creado con IA, pero los usuarios lo replicaron en redes sociales como si se tratara de una declaración legítima.

Además, unos días después de las elecciones legislativas nacionales, circuló un [audio creado con IA de Kicillof](#) en donde culpabilizaba de la derrota de Fuerza Patria en las elecciones a Cristina Fernández de Kirchner. En este caso, el audio se difundió como si hubiese sido parte de una comunicación telefónica del gobernador en un programa de radio.



La desinformación con IA a nivel regional

Más allá de los casos nacionales, la tendencia del uso de IA para desinformar en periodos electorales se consolidó a nivel regional. Un [estudio elaborado por Lupa Media](#) en Ecuador concluyó que la inteligencia artificial tuvo un lugar fundamental en la difusión de contenidos visuales manipulados, con patrones de difusión coordinados y campañas a gran escala. Los contenidos generados con inteligencia artificial en las elecciones de Ecuador iban desde [supuestas declaraciones de la candidata Luisa González presentando una medida de ayuda social](#), a videos de falsos noticieros con imágenes de periodistas difundiendo información sobre las propuestas electorales.

En Chile, se difundieron contenidos similares como [audios modificados de la candidata Jeannette Jara](#) que supuestamente pertenecían a conversaciones privadas entre ella y su equipo de trabajo, o hasta una [imagen de Jara con el cantante Ricky Martin](#), quién habría demostrado su apoyo. Además, circularon también [videos falsos como el de un supuesto piloto de la fuerza aérea con un cartel en apoyo al candidato Johannes Kaiser](#).

En Bolivia, predominaron los supuestos videos de candidatos anunciando falsas propuestas de campaña, como el de [Jorge Quiroga anunciando que privaría a los indígenas de sus derechos políticos](#), o que [eliminaría la salud y la educación pública](#).

Usos oficiales de la IA en campañas

El uso de inteligencia artificial también comenzó a identificarse como herramienta para la creación de spots de propaganda electoral en el marco de las campañas políticas. Por fuera de la producción de contenidos desinformantes, comenzaron a aparecer publicaciones legítimas de distintos partidos políticos creados con inteligencia artificial, como novedad dentro de sus comunicaciones oficiales.

En este caso, [el spot de la fuerza Nuevos Aires](#) muestra declaraciones de personas como si fuesen vecinos de Buenos Aires, aunque fueron creados con IA. Unos meses atrás, Manuel Adorni, vocero presidencial, había publicado una publicidad durante su campaña como legislador de la Ciudad de Buenos Aires de una mujer cantando una canción en su apoyo que [también fue creado con IA](#).





Video publicado en X por Adorni como parte de la campaña electoral en las elecciones legislativas de la Ciudad de Buenos Aires.

Todo esto puede contribuir a la confusión a la hora de identificar qué contenido fue creado para desinformar y cuál se corresponde con una comunicación oficial dentro de la campaña.

La acusación del uso de IA

Por otro lado, hay actores que aprovechan la confusión que puede generar la IA para desinformar. En esta clave, una [publicación realizada por La Libertad Avanza tras un acto en la provincia de Entre Ríos generó una serie de acusaciones en redes sociales por el supuesto uso de inteligencia artificial](#) para producir imágenes falsas como registros del acto que mostrarían una convocatoria mayor a la real.

En este caso, distintos posteos mostraban capturas de pantalla de una supuesta publicación realizada por la cuenta oficial de @llaentrerios, asegurando que habían utilizado IA para modificar las imágenes del acto. Las publicaciones en redes sociales aseguraban que “no pudieron llenar un salón de 40 personas” y que por ese motivo habían utilizado la IA para modificar las imágenes. Sin embargo, las imágenes del encuentro eran reales y no presentaban ninguna modificación con inteligencia artificial. Estos antecedentes podrían generar desconfianza a la hora de consumir este tipo de contenidos, en un ecosistema en donde conviven publicaciones oficiales y desinformaciones realizadas con IA.





A la izquierda las imágenes originales de la cuenta de La Libertad Avanza, a la derecha las imágenes modificadas que parecen generadas por IA

Conclusiones

La experiencia del último periodo electoral en Argentina, y otros países de la región, dejó en evidencia una fuerte presencia de videos creados con inteligencia artificial. A diferencia de años anteriores, en los que su uso no se había extendido tanto y las dificultades para verificar se concentraban sobre todo en los audios, dado que los videos todavía presentaban mayores inconsistencias, en 2025 el uso de videos generados con IA para desinformar ya está muy extendido.

Las herramientas para crear contenidos con IA cada vez resultan más accesibles, lo que genera un ecosistema digital en donde proliferan este tipo de contenidos. No siempre son videos creados para desinformar, en algunos casos se trata de videos humorísticos, que luego son sacados de contexto o de videos generados por los propios candidatos para hacer campaña, que suman a la confusión de la legitimidad de los contenidos.

En ese contexto, la alfabetización mediática se vuelve aún más importante, para que la ciudadanía pueda distinguir cuándo se trata de contenido real y legítimo. Para esto se puede promover el uso de herramientas tecnológicas que ayudan a identificar contenido generado por IA, aunque esto debe ser tomado como un primer paso, dado que están lejos de ser infalibles. Lo mismo ocurre con las técnicas de identificación como analizar las sombras, las figuras fuera de encuadre o el análisis de detalles del video.

Más importante aún, se debe promover el pensamiento crítico, el análisis del contenido en sí, la fuente desde la cuál llegó esa información y la búsqueda para complementarla con otras fuentes de información.

Ante un ecosistema informativo cada vez más caótico, será necesaria una ciudadanía más atenta y con las herramientas necesarias para identificar los intentos de manipulación para poder tener una discusión pública constructiva.

