

Operación Desinformación

El impacto de los bots, las noticias falsas y la propaganda estatal en las elecciones en Honduras



**TOMO I: DESINFORMACIÓN Y SU IMPACTO
EN LA DEMOCRACIA**



INSTITUTO DE
LA JUSTICIA



© 2025. Instituto de la Justicia
Tegucigalpa M.D.C.; Honduras
Teléfono: (504) 2257-3287
www.institutodelajusticia.com

Coordinador de la investigación: Andreas Daugaard

Autor: Delia Ferreira

Edición: Andreas Daugaard, Ángel Rodríguez, Claudia Gómez

Revisión por externos: Dany Díaz Mejía

Diagramación: Jorge Coello

Se permite la reproducción total o parcial de este informe,
citando la respectiva fuente.

CONTENIDO



05 RESUMEN EJECUTIVO

07 INTRODUCCIÓN

08 DESINFORMACIÓN: ¿DE QUÉ
HABLAMOS?

10 LOS MEDIOS UTILIZADOS PARA
DESINFORMAR

12 LOS ACTORES

14 IMPACTO DE LA
DESINFORMACIÓN EN LA
CALIDAD DE LA DEMOCRACIA Y
LA INTEGRIDAD DE LOS
PROCESOS ELECTORALES

17 DESINFORMACIÓN Y
ELECCIONES: ALGUNOS CASOS

21 ¿CÓMO REDUCIR LOS RIESGOS?

26 A MODO DE CIERRE

27 BIBLIOGRAFÍA

SOBRE ESTA PUBLICACIÓN

Este documento es el primero de tres tomos que resultan del proceso investigativo titulado **“Operación Desinformación: El impacto de los bots, las noticias falsas y la propaganda estatal en las elecciones en Honduras”**, liderado por el Instituto de la Justicia.

La pregunta central que guio la investigación fue: **¿Cómo se está utilizando la desinformación para influir de manera indebida en elecciones democráticas en Honduras?** De manera complementaria, también se exploró: **¿Qué lecciones podemos aprender de ello —y de experiencias en otros países— para mitigar el efecto negativo de la desinformación en la democracia?**

El proceso culminó en tres tomos que, aunque pueden leerse de manera independiente, se complementan entre sí. Al abordarlos en conjunto, ofrecen una visión integral del fenómeno de la desinformación en Honduras.



TOMO I

Desinformación y su impacto en la democracia: presenta la conceptualización de la desinformación, analiza casos de impacto alrededor del mundo y propone una ruta para reducir sus riesgos.

TOMO II

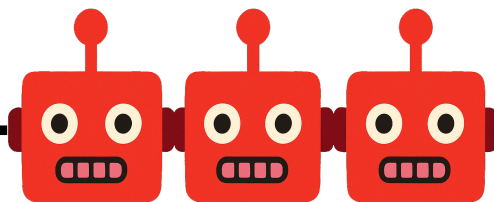
Tropas digitales de desinformación en Honduras: resultado de un trabajo periodístico investigativo, con entrevistas a empleados actuales y pasados de secretarías del gobierno. Este tomo expone desde adentro el funcionamiento de las redes de desinformación y propaganda estatal.

TOMO III

La red digital de desinformación gubernamental, sus características, funcionamiento e impacto. Ofrece un análisis de las redes digitales de desinformación en Honduras, describe sus dinámicas y evidencia cómo se crean y difunden contenidos manipulados en redes sociales.

Nuestra esperanza es que estas investigaciones contribuyan a una mejor comprensión de la desinformación y su impacto en la democracia, particularmente en el contexto electoral hondureño actual. Deseamos que estas obras puedan encender una conversación informada y que motiven tanto a tomadores de decisión como a la sociedad civil a actuar frente a este desafío. Creemos firmemente que para combatir la desinformación se necesita conocimiento, valentía y acción ciudadana.

I. RESUMEN EJECUTIVO



La desinformación se ha convertido en uno de los principales desafíos para la integridad de los procesos electorales, utilizando estrategias sofisticadas como la inteligencia artificial para manipular la opinión pública y socavar la confianza en las instituciones. Este informe, el primero de tres tomos de una investigación realizada por el Instituto de la Justicia, tiene como objetivo principal comprender cómo se utiliza la desinformación para influir indebidamente en las elecciones y qué lecciones se pueden aprender para mitigar sus efectos negativos.

El ecosistema de la desinformación y su amenaza alrededor del mundo

El fenómeno de la desinformación no es nuevo, pero las tecnologías modernas lo han transformado y acelerado, convirtiéndolo en una amenaza global. El informe ilustra este alcance con varios casos emblemáticos. En Eslovaquia (2023), un deepfake de audio de un candidato se viralizó un día antes de las elecciones, sospechándose de una intervención extranjera. En la India (2024), el uso de deepfakes y llamadas automáticas fueron un gasto significativo de las campañas. En Bangladés (2024), se emplearon deepfakes de candidatas que presuntamente incitaban la violencia política de género. Incluso, en Rumania (2024), una elección presidencial fue anulada por la Corte Suprema por una campaña de desinformación híbrida coordinada.

Esta nueva dinámica se basa en la rápida viralización a través de redes sociales, donde se

forman "cámaras de eco" que polarizan el debate. Los videos ultra y la voz generada por IA han hecho que la imagen y el sonido ya no sean evidencia de la verdad. El ecosistema digital es habitado no solo por humanos, sino también por bots, cuentas falsas automatizadas que simulan personas reales y troles de cuentas falsas manejadas por humanos que buscan generar reacción con contenidos agresivos o insultantes. Adicionalmente, los servicios de mensajería instantánea como WhatsApp son canales efectivos para la desinformación, al difundir mensajes a través de contactos de confianza.

Impacto en la democracia

Las campañas de desinformación son ejecutadas por diversos actores, incluyendo gobiernos, partidos políticos y los "mercaderes de la desinformación" que se benefician del modelo de negocio de las plataformas digitales. El impacto en la democracia es profundo: erosiona la confianza en las instituciones, polariza a la

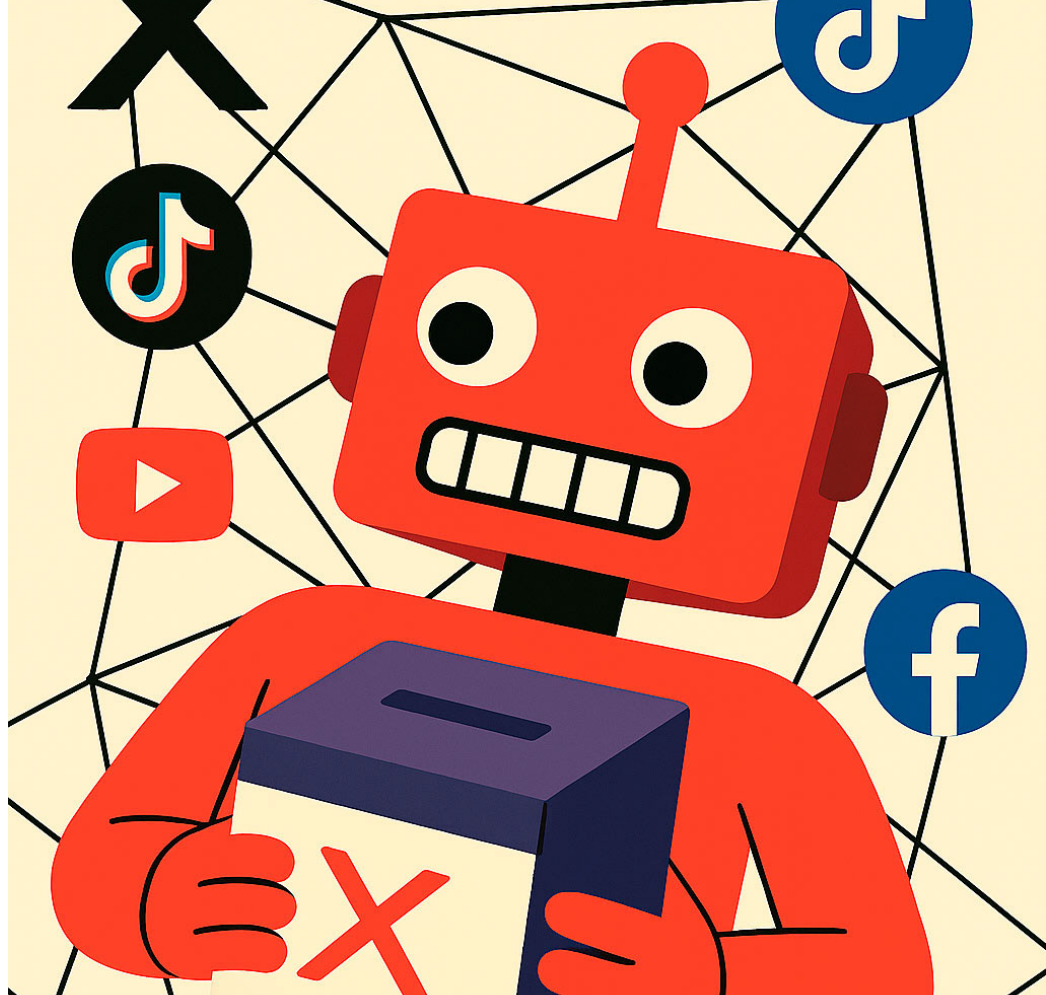
sociedad y convierte el diálogo en un "diálogo de sordos". A pesar de sus efectos evidentes, el informe señala que es difícil cuantificar el impacto de la desinformación en procesos electorales concretos. No se puede determinar con precisión cuántos votantes cambiaron su voto, cuántos votos perdió un candidato o cuántos electores no participaron en la elección debido a campañas de desinformación.



Respuestas y barreras para la acción

El documento identifica los tres tipos de respuestas para abordar el problema: la autorregulación, donde las plataformas establecen sus propias normas; la regulación estatal, con gobiernos implementando leyes; y la alfabetización digital, que busca capacitar a la ciudadanía para identificar la información falsa

Sin embargo, estas respuestas enfrentan barreras significativas. La intervención estatal puede entrar en conflicto con la libertad de expresión y de prensa, que son derechos fundamentales. Si las autoridades electorales intervienen, podría cuestionarse su imparcialidad. Además, existe una limitada capacidad técnica para detectar deepfakes y la lentitud de los procesos judiciales no puede seguir el ritmo de la viralización de la desinformación. La jurisdicción territorial es limitada, ya que las autoridades nacionales no controlan plataformas globales. El modelo de negocio de las plataformas, basado en la "economía de la atención", dificulta la autorregulación. Por último, la velocidad de viralización en las redes hace que las correcciones rara vez logren la misma difusión que la desinformación original y la complejidad normativa requiere la coordinación de múltiples leyes.



Una hoja de ruta para la sociedad civil

Ante este panorama, el informe sugiere un programa de trabajo para las organizaciones de la sociedad civil. Estas iniciativas incluyen la apertura de un canal de denuncia sobre información falsa, la colaboración con verificadores para examinar casos y la creación de un banco de datos de desinformación. También se propone generar una plataforma para evaluar la confiabilidad de los medios (inspirada en NewsGuard) y una plataforma para difundir datos oficiales verificados (como USAfacts). Finalmente, se recomienda organizar campañas de concientización y talleres de cultura digital para la ciudadanía, e incluir el

monitoreo de desinformación y su financiamiento en los ejercicios de monitoreo electoral.

El informe no solo revela la complejidad de la desinformación en las elecciones, sino que también invita a la población a ser guardianes de la democracia. Cada una de las iniciativas propuestas para la sociedad civil representa un paso concreto para no solo contrarrestar el engaño, sino para construir una ciudadanía más crítica, resiliente e informada. El camino hacia una sociedad más justa y transparente comienza con la determinación de actuar, asegurando que la verdad no solo sea un ideal, sino el cimiento sobre el que construimos nuestro futuro.

II. INTRODUCCIÓN



Los desórdenes informativos no son un fenómeno nuevo en la política. Asumen múltiples formatos incluyendo tradicionalmente a la campaña sucia, propaganda engañosa, teorías conspirativas, difusión de mentiras, entre otras. En los últimos años, la preocupación por el tema ha aumentado a raíz de la utilización de nuevas tecnologías de comunicación e información que magnifican, multiplican y aceleran la circulación de información falsa.

La desinformación durante el proceso electoral puede enrarecer el clima social, afectar la integridad del proceso a través de la manipulación de los votantes, fomentar una mayor polarización, acrecentar la desconfianza, y deslegitimar el resultado de las elecciones

complicando incluso la gobernabilidad y la paz social. ¿Cuáles son los remedios al problema? ¿Corresponde a las autoridades electorales el control de la información? ¿Es responsabilidad de las plataformas tecnológicas? Estas y otras preguntas han inquietado a gobiernos y ciudadanos marcadamente desde 2016, cuando en la elección presidencial de los Estados Unidos y en el referéndum por el Brexit en el Reino Unido quedó claro el potencial impacto de la desinformación en la política y los procesos electorales.

Los desórdenes informativos han marcado las elecciones desde 2016 y particularmente el superciclo electoral de 2024. América Latina no ha sido la excepción y, precisamente, la experiencia de Brasil resulta

uno de los ejemplos más interesantes en cuanto a las respuestas institucionales frente al fenómeno (bloqueo a X).

La sociedad civil -como parte de sus actividades de seguimiento y observación de los procesos electorales- debe poner foco en este problema, con dos objetivos centrales: contribuir a la transparencia y equidad del proceso electoral y preparar a la ciudadanía para no dejarse manipular.

Honduras se apresta a vivir un importante proceso electoral, lo que hace más que oportuno dedicar una reflexión al tema. A lo largo del capítulo nos ocuparemos de la desinformación y otros desórdenes informativos; los canales de información utilizados y su diverso impacto; los actores que intervienen en el proceso; el impacto de la desinformación en la democracia y en especial en la integridad del proceso electoral. Revisaremos qué ha sucedido en algunos países y cuál ha sido la reacción frente a estos desórdenes y formularemos algunas recomendaciones para reducir los riesgos y el impacto de la desinformación en las elecciones.

III. DESINFORMACIÓN: ¿DE QUÉ HABLAMOS?

La información es central en los procesos democráticos porque es la base del debate y la toma de decisiones. La información como insumo y como derecho refiere a la veracidad del contenido. La verificación de la información es una tarea central del periodismo y la labor que realizan actualmente los fact-checkers.

La veracidad de la información es la fidelidad a los hechos sobre los que se informa. En la actualidad el ecosistema informativo -en especial en lo que se refiere a la política- se caracteriza por fenómenos como la “posverdad”, los “hechos alternativos”, el “relato” político, la “narrativa adversarial” y los contenidos “sintéticos”. Cuando la verdad, la veracidad, los hechos desaparecen, también desaparecen las certezas o los acuerdos básicos sobre la facticidad (Han 2022) (Arias Maldonado 2024). El resultado es la destrucción de la confianza. Ya no es fácil discernir lo que es cierto y lo que es falso. En ese contexto prolifera la desinformación. A efecto de estas reflexiones utilizaremos el término desinformación de manera genérica, para referirnos a la

información errónea o engañosa, la manipulación de la información, la información deliberadamente falsa, la información descontextualizada, las noticias inventadas. Cualquiera de estos llamados “desórdenes informativos” produce como resultado la desinformación del público.

Académicos como Rafael Rubio Núñez (Rubio Núñez, Los efectos de la posverdad en la democracia 2018) prefieren hablar de “trastornos informativos” como categoría genérica. Rubio incluye entre los desórdenes informativos: la información falsa, la información descontextualizada, los errores informativos, la manipulación de la información, la utilización de la información para producir alarma social y también el humor, incluidos los memes en redes sociales.

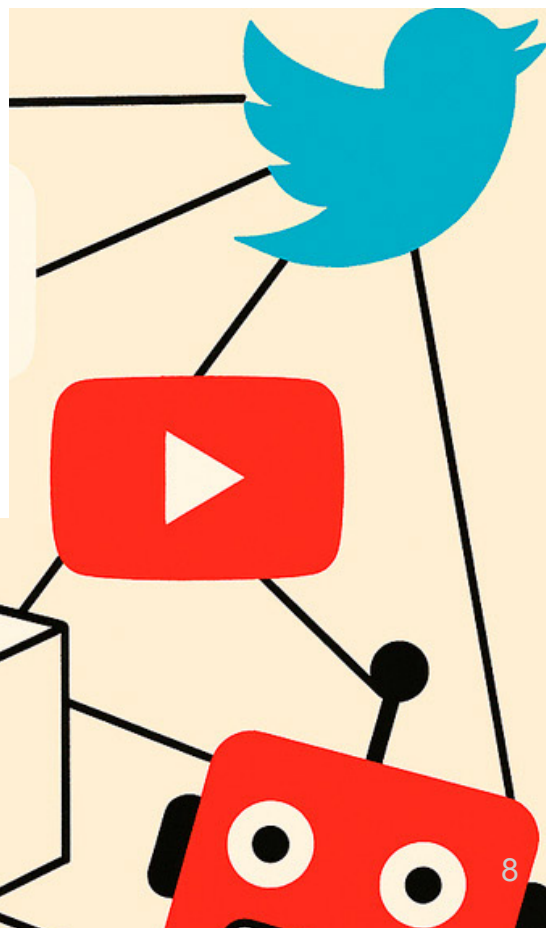
A nuestro juicio, la sátira, el humor, la caricatura no son formas de desinformación, sino de opinión; una distinción importante al momento de regular la cuestión.

Claire Wardle (Wardle 2017) elabora una tipología de los desórdenes informativos a

partir de la intencionalidad de quien crea, lanza o circula la información. La primera categoría es la información falsa o errónea que se produce sin intención de causar daño (en inglés, se usa el término misinformation); la segunda categoría es la información falsa circulada con la intención de causar daño (en inglés, disinformation) y la tercera categoría es la información veraz que se hace circular para causar daño, generalmente afectando la privacidad de la persona (en inglés, malinformation). A mi juicio, este último tipo no constituye en sí mismo un desorden informativo, un ataque a la veracidad o a la facticidad. Puede configurar lo que en términos de estrategia electoral se conoce como campaña sucia, pero la información es veraz.

FALSO

VOTE



La incorporación del elemento subjetivo (la intención, el propósito, el dolo) del autor en la definición de la desinformación complica la aplicación de los estándares de moderación de contenido, así como la determinación de la responsabilidad jurídica, en caso de corresponder la aplicación de sanciones.

El denominador común de estos desórdenes informativos es su apartamiento de la veracidad, la precisión y objetividad de la información, lo que a su vez afecta directamente la credibilidad, la integridad y la calidad de la información. Las diferencias entre los diversos desórdenes tienen que ver con el contenido, la herramienta generadora y la intención de los autores. Desde el punto de vista de la regulación legal, estos elementos formarán parte de la definición de la situación o conducta a regular y de esa definición dependerá el alcance de la regulación y su eficacia para garantizar la integridad de la información. Una definición clara resultará indispensable sobre todo para determinar los límites de acción de los órganos del Estado y, en particular, de los organismos electorales.

El elemento objetivo de la desinformación es la tergiversación de la realidad, de los hechos. El elemento subjetivo puede variar, desde el simple ocultamiento de los datos para generar una impresión equivocada -como cuando un gobierno manipula las estadísticas económicas, de

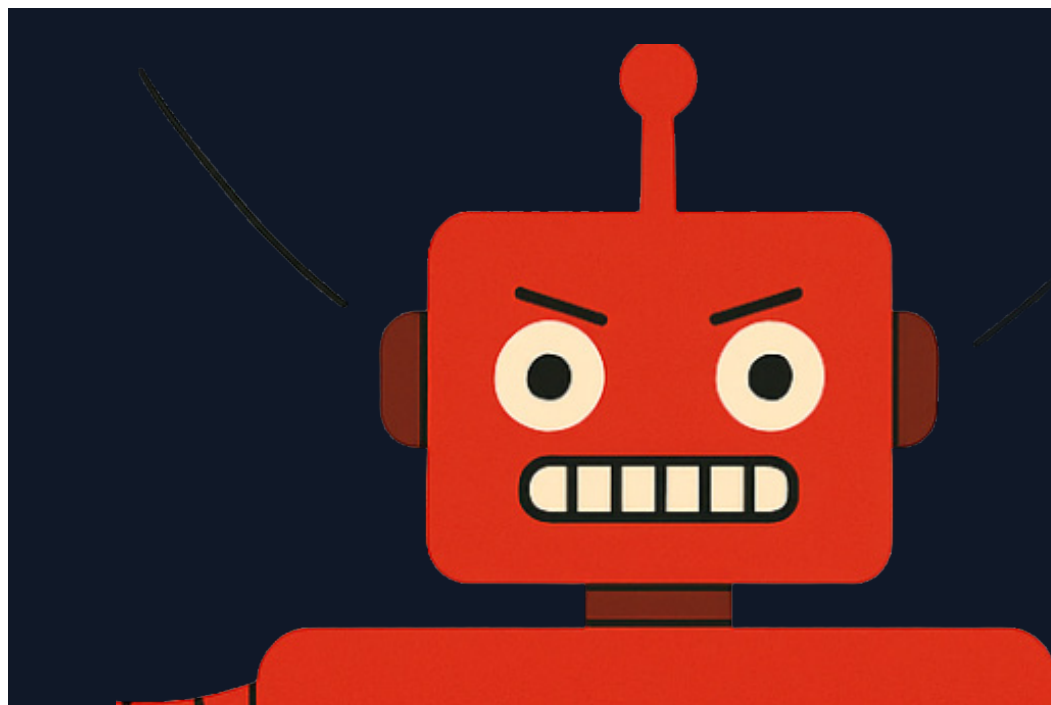
pobreza o de empleo- hasta la elaboración de contenidos para atacar a contrincantes políticos o críticos, horadando su reputación o haciendo anuncios falsos para afectar sus chances electorales, como sucedió en 2023 en la campaña presidencial en Argentina (Chequeado 2023)¹, donde un anuncio publicado en estaciones de tren pretendía hacer creer a la gente que los precios de los tickets subirían de ganar ciertos candidatos las elecciones, y en las elecciones en Slovakia (WIRED 2023), donde días antes de las elecciones se divulgó un audio falso entre una reconocida periodista y el director de uno de los partidos políticos más importantes hablando sobre un fraude electoral.

En materia de elecciones, la desinformación no sólo se ha utilizado como estrategia de campaña -a favor o en contra de los candidatos-, sino también para confundir al electorado sobre el proceso en sí, los derechos de los votantes,

los lugares de votación o para atacar la credibilidad y legitimidad de las autoridades electorales (Chequeado 2023). La integridad del proceso electoral es otra de las víctimas de la desinformación y el impacto de estos ataques no sólo puede afectar el resultado de la elección sino también la gobernabilidad del sistema político en general (UNESCO 2024).

Los desórdenes informativos complican la distinción entre información de calidad e información falsa, errónea y tergiversada. En esa calificación reside el mayor problema que enfrentan las democracias cuando tratan de garantizar la calidad de la información. ¿Quién determina la falsedad o el error de la información? ¿Con qué criterio? ¿Cómo evitar que en el afán de poner freno a la desinformación se termine afectando el derecho a la libertad de prensa, de expresión y al derecho mismo de acceso a la información?

¹ Ver, por ejemplo, los hechos ocurridos en la Segunda Vuelta de la elección presidencial argentina en 2023.



IV. LOS MEDIOS UTILIZADOS PARA DESINFORMAR

Hay un abismo entre la desinformación de los fotomontajes rusos y las campañas de propaganda de los regímenes fascistas del período entre guerras en el siglo XX, y la desinformación en tiempos de Internet, redes sociales e inteligencia artificial.

Los medios tradicionales, la prensa, la radio y la televisión han sido también vehículos para difundir desinformación. Sin embargo, las reglas del periodismo, y sobre todo la exigencia de verificar la información antes de publicar, actúan como barrera de protección para garantizar la calidad de la información. La función del periodista y los editores como intermediarios resulta fundamental.

Los “infomerciales”, el periodismo militante y la idea de la información como entretenimiento -especialmente en la televisión- son fenómenos de fines del siglo XX y alteraron las reglas sobre la calidad de la información. De todas formas, la exposición a la desinformación en estos medios es menos orgánica y ocasional que la exposición en las redes sociales y además carece de la capacidad de amplificación que las redes incorporaron.

La tecnología simplifica y abarata la producción de la

información falsa; hace posible la manipulación informativa personalizada; permite una mayor y más rápida amplificación de esa información; elimina a los intermediarios que tradicionalmente pueden actuar como guardianes de la calidad de la información y dificulta la detección de la información falsa propiciando la confusión y aumentando la desconfianza y la falta de credibilidad.

La información puede ser parcial o absolutamente falsa, los hechos inexistentes, las declaraciones inventadas, las imágenes y voces creadas artificialmente; los que

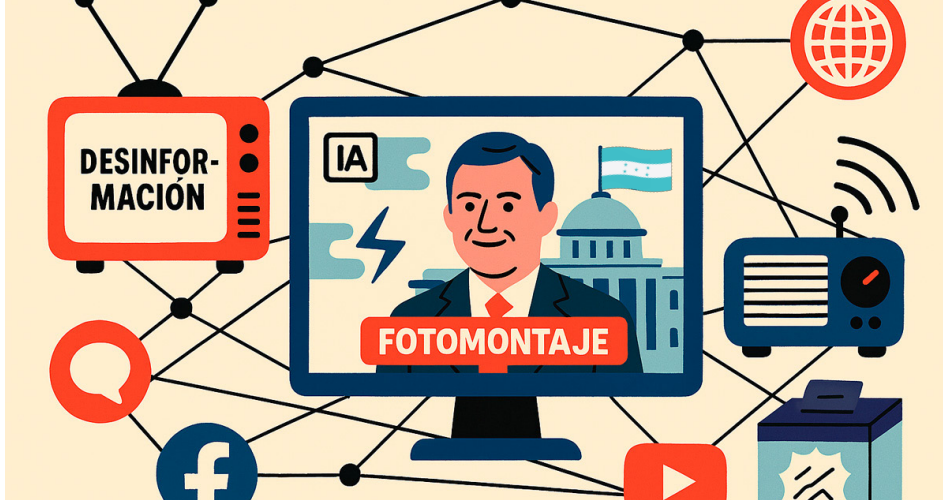
siempre son ciertos, concretos y reales son sus efectos en la sociedad.

El uso de redes sociales potencia el alcance y la velocidad de circulación y, por ende, la potencial repercusión de la desinformación. La capacidad de viralización del mensaje, la facilidad para compartirlo y el alcance global de las redes sociales implican un cambio profundo en las reglas del juego. Por otro lado, las redes sociales favorecen la formación de cámaras de eco que incentivan la fragmentación y aumentan la polarización y el discurso agresivo.



La tecnología simplifica y abarata la producción de la información falsa; hace posible la manipulación informativa personalizada; permite una mayor y más rápida amplificación de esa información; elimina a los intermediarios que tradicionalmente pueden actuar como guardianes de la calidad de la información y dificulta la detección de la información falsa, propiciando la confusión y aumentando la desconfianza y la falta de credibilidad”.

¹ Ver, por ejemplo, los hechos ocurridos en la Segunda Vuelta de la elección presidencial argentina en 2023.



Las herramientas de inteligencia artificial generativa, como ChatGPT, Copilot, Gemini y Claude -entre otras- han potenciado el problema, especialmente porque permiten elaborar mensajes más “creíbles” y sobre todo porque facilitan la creación de imágenes, videos y mensajes de voz que impostan de manera muy efectiva a personas en situaciones inexistentes, son los llamados “deepfakes”.

Con la inteligencia artificial generativa, la imagen y la voz dejan de ser evidencia de veracidad; ya no tienen aptitud para verificar hechos. El orden digital -dice Han- destruye la firmeza de lo fáctico (Han 2022).

Los servicios de mensajería instantánea -como WhatsApp y Telegram- ofrecen otro canal muy utilizado para sembrar, viralizar y amplificar desinformación. En estos casos los mensajes llegan a través de números registrados, lo que los reviste de un grado importante de confiabilidad, y circulan fácilmente por esas redes de contactos personales, llegando a un público amplísimo

(Reuters Institute 2022) ². WhatsApp jugó un rol importante en las elecciones brasileñas de 2018, que ganó Jair Bolsonaro (Canavilhas 2022) (Solano, y otros 2019) (The New York Times 2019). Al tratarse de canales encriptados, se complica cualquier intento de frenar la circulación de desinformación.

Las nuevas tecnologías han permitido también la generación de nuevos medios de comunicación, los llamados “medios sintéticos” (News Guard 2025) (PARTNERSHIP ON AI 2025). Estos medios simulan el formato y dinámica de los medios tradicionales, incorporando un nuevo factor de ruido en la comunicación. Los medios sintéticos invaden las redes con productos noticiosos de televisión inexistentes, conducidos por presentadores también falsos que replican el estilo de los verdaderos medios tradicionales en las redes (businessinsider.com 2016)

Los influencers son un canal utilizado intensamente en los últimos años por candidatos y sus estrategias de campaña. A su audiencia cautiva, suman su

capacidad para transmitir mensajes sencillos y atrapantes, sin necesidad de someterse a los protocolos y estándares de integridad de la información; además -en general- no están sujetos a las reglas de transparencia sobre el financiamiento de campañas (Techglobal Institute 2024). Por estas mismas razones, los influencers son uno de los medios utilizados para circular desinformación. El recurso a los influencers fue utilizado aparentemente por el gobierno chino en las elecciones en Taiwán en 2024 (The Washington Post 2024) (Techglobal Institute 2024). Para complicar el panorama las herramientas de inteligencia artificial generativa para la producción de videos y audios han dado lugar a la creación de influencers íntegramente sintéticos.

La efectividad y el impacto de la desinformación en los distintos medios tiene que ver con la conectividad disponible, el grado de penetración y alcance en cada país y con la exposición y preferencias de los diversos segmentos poblacionales. En algunos países Facebook es la red de información política; en otros, prevalece X. El contenido en video en Youtube le gana al contenido escrito. Para los jóvenes, TikTok es la mensajería instantánea predominante; aunque en algunos países Instagram es la más utilizada (Reuters Institute s.f.) (IAB Argentina 2023) (DW 2024).

²En algunos casos, la razón de la popularidad de estos canales está relacionada simplemente con una estrategia de marketing. Según el REUTERS INSTITUTE, el predominio que alcanzó WhatsApp en Brasil se vincula al hecho de que las compañías telefónicas ofrecían en sus contratos un paquete de minutos libres en WhatsApp.

V. LOS ACTORES

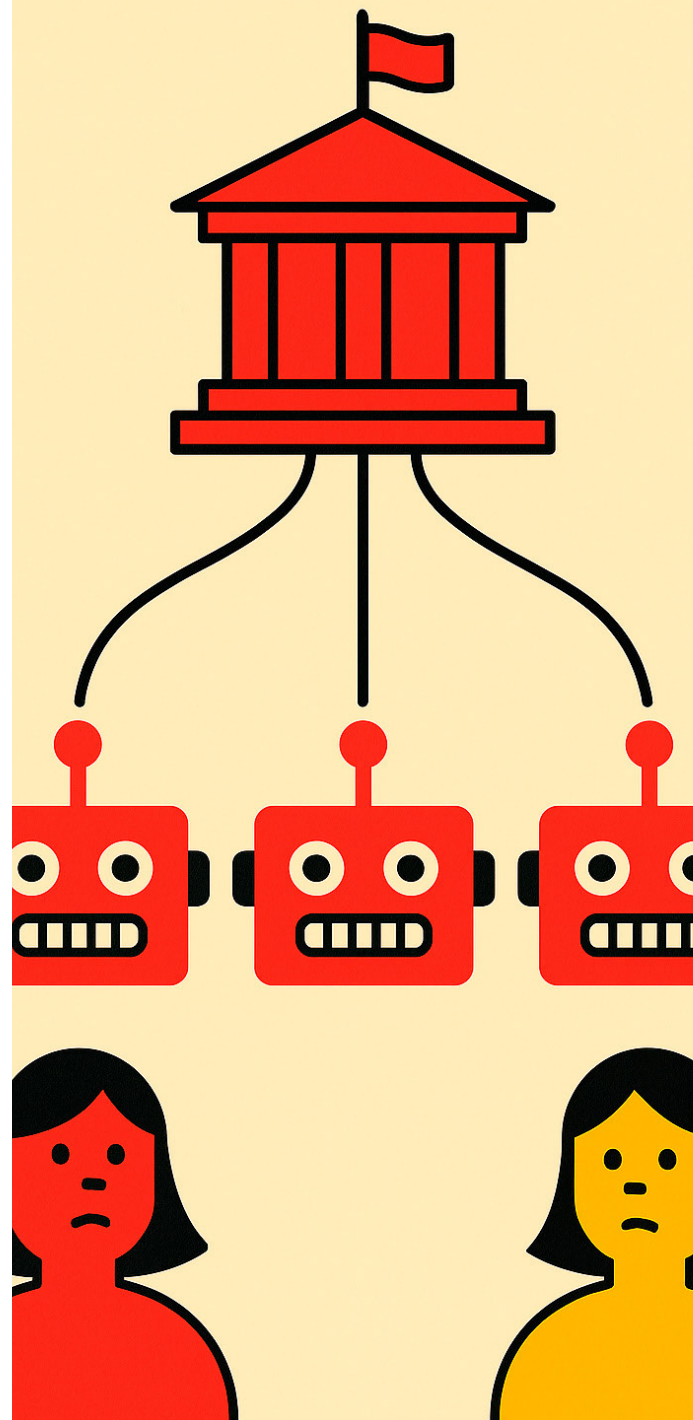
La utilización de campañas de desinformación incluye múltiples actores, cada uno de los cuales plantea desafíos específicos en materia de regulación y aplicación de responsabilidad.

En algunos países, son los gobiernos los que utilizan la desinformación como forma de manipular la opinión pública y presentar de forma aceptable los resultados de la gestión. Estas campañas incluyen no solo la propaganda, sino también la manipulación y distorsión de las estadísticas oficiales, tal como sucedió en Argentina entre 2008 y 2015.

En épocas de elección, el gobierno de turno puede utilizar estas prácticas como instrumento de campaña política en una clara posición de ventaja respecto al resto de los contrincantes. La generación y distribución de desinformación puede hacerse por los canales oficiales o a través de otros medios de desinformación que actúan como pantalla. El caso de las elecciones de 2022 en Filipinas, donde el presidente de turno se abstuvo de participar públicamente en debates o entrevistas y en cambio contrató consultores para circular videos en distintas redes sociales, es ilustrativo al respecto (Techglobal Institute 2024).

Las campañas de desinformación orquestadas o apañadas por gobiernos pueden estar orientadas al público local o apuntar a influir en procesos electorales en el extranjero. En Europa y Estados Unidos se ha investigado la influencia de campañas rusas de desinformación durante los procesos electorales (European Union External Action - EEAS 2024). China ha sido acusada de utilizar campañas de desinformación para torcer el resultado de las elecciones en Taiwán y otros países de Asia-Pacífico.

El recurso a la desinformación como estrategia de campaña no es exclusiva de los gobiernos; los partidos políticos, candidatos y grupos afines han recurrido también al uso de desinformación, especialmente con el



objetivo de perjudicar a sus competidores. Nada nuevo. En este sentido, el recurso se asemeja a lo que tradicionalmente se llamaba campaña sucia, solo que ahora está potenciada por el alcance e impacto de las nuevas tecnologías y la capacidad de segmentar las audiencias.

Existen también los “mercaderes de desinformación” (Zuboff 2019). Una suma de factores confluye para propagar la desinformación en las plataformas digitales. El modelo de mercado digital de la información monetiza la permanencia y actividad del consumidor en la red. Los creadores de contenido compiten por un bien escaso: la atención. Los contenidos extremos, agresivos, polarizados son más atractivos y generan más reacciones: “me gusta”, comentarios y circulación. Esto genera incentivos para que los creadores de contenido no respondan a estándares de integridad de la información. Como sostiene Díaz Ruiz, el modelo no fue creado para la información, sino para el entrenamiento. Su aplicación a la información en plataformas termina incentivando la desinformación (Díaz Ruíz 2023).

Las plataformas tecnológicas y las redes sociales son también actores relevantes en materia de desinformación, especialmente por su responsabilidad en materia de moderación de contenido y por su capacidad de impactar en la amplificación de la desinformación a través de sus algoritmos de recomendación y su política de integración y priorización del contenido del “news feed” de los usuarios (Arthur 2021).

Los humanos no son los únicos “personajes” activos en las

redes sociales, sino que comparten el ecosistema con los bots (cuentas falsas automatizadas simulando personas reales) y los troles (cuentas falsas simulando personas reales, manejadas por operadores humanos y buscan generar reacción especialmente a través de contenidos agresivos o

inteligencia artificial generativa como ChatGPT y similares, que permiten automatizar el contenido y mejorar su factura haciéndolo más convincente (OPEN-AI 2024). Además de la creación de contenido sintético, estas herramientas permiten la operación sintética o artificial completa desde la creación de



Los humanos no son los únicos ‘personajes’ activos en las redes sociales, sino que comparten el ecosistema con los bots (cuentas falsas automatizadas simulando personas reales) y los troles (cuentas falsas simulando personas reales, manejadas por operadores humanos y buscan generar reacción, especialmente a través de contenidos agresivos o insultantes)”.

insultantes) (Mazza 2023). Tanto bots como trolls han sido empleados en campañas de desinformación, como no podía ser de otra forma.

La capacidad de amplificación de la desinformación de bots y troles se ha visto potenciada por las herramientas de

cuentas hasta la circulación del contenido y la generación de atención a través de mecanismos de reposteo, “me gusta” y cliqueo en los enlaces.

VI. IMPACTO DE LA DESINFORMACIÓN EN LA CALIDAD DE LA DEMOCRACIA Y LA INTEGRIDAD DE LOS PROCESOS ELECTORALES

El derecho a la información es clave en la democracia para facilitar el debate, la participación y el control. La desinformación debilita los cimientos de la democracia. Sin información confiable, el debate se transforma en diálogo sin sentido; los diversos sectores o grupos no pueden acordar o consensuar sobre la naturaleza de los hechos; el conflicto y el agravio reemplazan el diálogo; se acentúa la polarización; y todo ello socava la confianza en las instituciones y en la sociedad, confianza que es esencial para la construcción de un proyecto común y para la salud de la democracia. La desconfianza termina generalizándose. Ya nada es creíble. La sospecha de falsedad invade todo el ecosistema comunicacional. No hay certezas. Se genera una “sociedad de la desconfianza” (Han 2022).

Las redes sociales y las herramientas de inteligencia artificial no han provocado el fenómeno de la manipulación de la información ni la desinformación, pero sí lo han potenciado por la simplicidad y sofisticación para la generación de noticias, imágenes, videos y audios



Sin información confiable, el debate se transforma en diálogo sin sentido; los diversos sectores o grupos no pueden acordar o consensuar sobre la naturaleza de los hechos; el conflicto y el agravio reemplazan el diálogo; se acentúa la polarización; y todo ello socava la confianza en las instituciones y en la sociedad, confianza que es esencial para la construcción de un proyecto común y para la salud de la democracia”.

falsos y la facilidad de amplificación y circulación que facilitan. El Reporte Global de Riesgos 2025 del Foro Económico Mundial identifica por segundo año consecutivo a la desinformación y la mala información como el riesgo más relevante en los próximos dos años y como el quinto riesgo global en la próxima década (World Economic Forum 2025).

El sistema democrático necesita compromiso. Las campañas de desinformación dificultan ese compromiso al acentuar el tono agresivo y confrontativo, el ataque al otro, la política de

amigo-enemigo. Una democracia robusta requiere diálogo y participación. La polarización, las cámaras de eco y la fragmentación aumentada por la desinformación dificultan el diálogo entre sectores diversos. La pérdida de la facticidad -que mencionábamos al comienzo-, la elevación a la categoría de evidencia de la posverdad, los hechos alternativos y el relato complica no sólo la gobernabilidad, sino también el buen gobierno y la calidad de las decisiones de política pública.

Asistimos en la última década a un pico en la polarización y la política “anti” (sin importar si es antiinmigración, antiminorías, antienergías fósiles, etc.). Esta configuración de las democracias coincide con el desarrollo de las redes sociales y la digitalización de la política. No se puede atribuir a la digitalización ser la causa única de la polarización, pero sin duda ha sido un factor coadyuvante para esa política de confrontación.

El modelo de comunicación política en el que se desenvuelven las democracias en la actualidad es diverso del que imperaba en el siglo XX. Los medios tradicionales como guardianes de la veracidad de la información han perdido influencia a manos de los creadores de contenido que no se sujetan a los estándares y protocolos del periodismo. Las nuevas tecnologías, las plataformas digitales, las redes sociales, las mensajerías instantáneas y las herramientas de inteligencia

artificial generativa están aquí para quedarse y representan un desafío para los gobiernos y para la sociedad toda. La integridad de la información a la que acceden los ciudadanos está seriamente cuestionada.

En su libro *Nexus*, Harari destaca un hecho significativo. Estamos operando como sociedad en un modelo de información en el que no solo pueden participar del debate público los seres humanos. Por primera vez, la democracia se enfrenta a una cacofonía de voces no-humanas -sintéticas- que participan, dan forma, orientan, influyen y manipulan el debate político y social (Harari 2024).

En los procesos electorales, la información de calidad es central para garantizar la integridad de las elecciones. La desinformación puede incidir negativamente en la equidad, la justicia, la competitividad y la transparencia del proceso

electoral; puede afectar participación manipulando la voluntad del electorado; puede poner en tela de juicio la legitimidad e imparcialidad de las autoridades electorales y sus decisiones. Todo ello generará desconfianza en los resultados de la elección y en las condiciones de gobernabilidad después de la elección, incluso reacciones violentas como sucedió después de las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2020 y de Brasil en 2022.

El problema de la desinformación y su impacto en los procesos electorales adquiere una magnitud mayor con la utilización intensiva de las redes sociales y las aplicaciones de mensajería instantánea y con el uso de las herramientas de inteligencia artificial para generar contenido sintético (Konrad Adenauer Stiftung 2024). Sin embargo, es difícil cuantificar el impacto de la desinformación en los procesos electorales



“Es difícil cuantificar el impacto de la desinformación en los procesos electorales concretos. ¿Cuántos votantes cambiaron su voto? ¿Cuántos votos perdió un candidato por efecto de la desinformación? ¿Cuántos electores no fueron a votar por una campaña que aseguraba que había fraude?”

concretos. ¿Cuántos votantes cambiaron su voto? ¿Cuántos votos perdió un candidato por efecto de la desinformación? ¿Cuántos electores no fueron a votar por una campaña que aseguraba que había fraude? Un estudio patrocinado por Meta concluye que el efecto de la desinformación a través de la plataforma no es significativo (Guess 2023) (Tech Policy Press 2024) (Tech Policy Press 2024). Por su parte, OpenAI, sostiene que la utilización de sus modelos para crear o mejorar el contenido de la información o para simular generación de atención no son significativos en materia de desinformación (OPEN-AI 2024).

Un problema adicional referido a las campañas de desinformación es el relacionado con su financiamiento. El gasto de las campañas electorales en comunicación fue aumentando desde la década de los sesenta del siglo XX. La utilización de la televisión fue un factor determinante. Cuando a principios de siglo comenzaron a usarse las redes sociales pareció que ese gasto disminuiría; en efecto, publicar en las redes era gratis -o por lo menos infinitamente más barato que comprar espacio en los medios tradicionales-. Hoy sabemos que, por el contrario, los gastos en comunicación siguen siendo muy altos.

La profesionalización en la instrumentación de campañas en redes, así como las herramientas tecnológicas para viralizar contenido, detectar audiencias-objetivo y segmentar los mensajes y la generación de medios y contenidos sintéticos insumen cuantiosas sumas (Chequeado 2021) (Tchintian 2022). No siempre se reporta el origen de los fondos que financian

esta parte de las campañas y el anonimato de las redes hace difícil su detección. Por otra parte, hay que tener en cuenta que no se trata del gasto en publicidad en redes, sino del costo de producción y distribución de las campañas en sí mismas. Los avisos políticos pagos en las redes pueden ser identificados a través de las librerías de avisos de las plataformas (Chequeado 2021) (Tchintian 2022).

Cuando el gobierno de turno es quien utiliza las redes para su campaña, se suma el problema del abuso de

recursos públicos con fines partidistas. La falta de transparencia en el financiamiento de la política es en sí misma una forma de desinformación. Muchos de estos mecanismos de desinformación se implementaron en la administración anterior (Honduras Verifica 2022). En el panorama actual, el problema se hace más agudo. Las autoridades electorales y los monitores de gasto en campaña deben poner más atención en el tema (Red por la Defensa de la Democracia (RDD) 2025).



“Cuando el gobierno de turno es quien utiliza las redes para su campaña, se suma el problema del abuso de recursos públicos con fines partidistas”.

VII. DESINFORMACIÓN Y ELECCIONES: ALGUNOS CASOS

La desinformación se ha consolidado en los últimos años como uno de los principales desafíos para la integridad de los procesos electorales. A través de estrategias cada vez más sofisticadas, que incluyen el uso de inteligencia artificial y plataformas digitales, se han desarrollado campañas capaces de influir en la opinión pública, erosionar la confianza en las instituciones y alterar el comportamiento del electorado. En esta sección se presentan ejemplos recientes que ilustran el alcance e impacto de la desinformación en distintos contextos electorales.

Desde el escándalo de Cambridge Analytica, por el uso no consensuado de datos personales de 50 millones de usuarios de Facebook en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016, se ha puesto más atención a las campañas de desinformación o intentos de manipulación de las elecciones, especialmente a través del uso de herramientas tecnológicas y plataformas digitales. (Center for Countering Digital Hate 2024). En la última década el fenómeno se ha hecho más recurrente, se han activado los intentos para detectar y desactivar las campañas de desinformación, pero la preocupación es creciente.

Por ejemplo, en Eslovaquia, en 2023, se utilizó un audio deepfake para simular a uno de los candidatos denunciando fraude un día antes de la elección. El supuesto reportaje de una conocida periodista a la líder de uno de los partidos era completamente falso. Se trataba de un audio generado con inteligencia artificial emulando la voz de ambas mujeres. El reportaje nunca existió, pero se viralizó a través de las redes sociales.

Algunos suponen que habría sido parte de una campaña de Rusia para interferir en el resultado de la elección (International Press Institute 2023).

Impactos globales de la desinformación electoral

Eslovaquia (2023): Audio deepfake de candidata denunciando fraude se viraliza días antes de la elección. Posible intervención extranjera.

India (2024): Uso intensivo de deepfakes para personalizar mensajes en más de 22 idiomas; robocalls sintéticos dirigidos a votantes.

Bangladesh (2024): Deepfakes de candidatas mujeres en situaciones inapropiadas, aumentando la violencia política de género.

Taiwán (2024): Campañas de desinformación provenientes de China, dirigidas a influir en la opinión pública.

Estados Unidos, New Hampshire (2024): Clonación de la voz del presidente Biden para desincentivar la participación electoral; intervención de la FCC.

Rumania (2024): Se anula la primera vuelta presidencial por campañas híbridas de desinformación coordinadas, siguiendo modelos de Rusia en Ucrania y Moldova.

América Latina:

- **Ecuador (2023):** Desinformación tras el asesinato de un candidato, con acusaciones falsas sobre responsables políticos y dudas sobre voto en el extranjero.
- **México (2024):** Deepfakes y audios falsos de candidatos para reducir participación y difundir rumores de fraude.
- **Venezuela (2024):** Desinformación promovida por el gobierno para desacreditar la oposición y falsear resultados.

El año con más elecciones en la historia -2024- ofreció un catálogo completo de ejemplos. En India el uso de deepfakes fue la novedad y uno de los gastos más altos del financiamiento de las campañas. Las herramientas de inteligencia artificial fueron usadas no sólo para circular desinformación, sino también para crear clones sintéticos de los candidatos para personalizar sus mensajes simulando el uso de los más de 22 idiomas oficiales y llegar a los votantes a través de robocalls sintéticos individualizados (WIRED 2024). La utilización intensiva de deepfakes también se registró en los

procesos electorales de Indonesia y Bangladés (CONTEX 2024). En el caso de Bangladesh se utilizaron deepfakes de candidatas mujeres “mostrándolas” en situaciones inapropiadas para la tradición local. El ataque a las candidatas mujeres con fotos o imágenes falsas no es nuevo, pero la violencia política se facilita notablemente con las herramientas de inteligencia artificial (Tchitian y Bertazzo 2023). En Taiwán se detectaron campañas de desinformación provenientes de China (Politico EU 2024).

En las elecciones primarias en New Hampshire, el mismo año, se utilizó inteligencia artificial para difundir un mensaje falsificando la voz del presidente Joseph Biden para desalentar la participación de los votantes (BBC News 2024). La Comisión Federal de Comunicaciones reaccionó con rapidez y aprobó una resolución que declara ilegales las llamadas automáticas -robocalls- que incluyan voces clonadas a través de inteligencia artificial (Federal Communications Commission 2024) (FCC News 2024). A pocos días de la elección presidencial en Estados Unidos, Microsoft denunció el incremento de campañas de desinformación provenientes del extranjero (Microsoft Analysis Center 2024) (WIRED 2024).

Tipos clave de desinformación electoral

Deepfakes: Videos, audios o imágenes generados con IA que suplantán la voz o la imagen de candidatos para difundir mensajes falsos o ataques.

Robocalls y audios clonados: Llamadas automáticas y creación de voces sintéticas de candidatos o autoridades para desincentivar el voto o difundir rumores.

Noticias falsas y reportajes inventados: Contenidos totalmente fabricados que simulan medios de comunicación legítimos para engañar al electorado.

Bocas de urna falsas y encuestas manipuladas: Difusión de resultados falsos para generar confusión o desconfianza en el proceso electoral

Difamación de candidatos y ataques de género: Circulación de imágenes o contenidos falsos, especialmente contra candidatas mujeres, para afectar su reputación y legitimidad.

Campañas externas o coordinadas internacionalmente: Estrategias híbridas de desinformación provenientes de actores extranjeros, con el objetivo de influir en elecciones.

Rumores sobre fraude y manipulación institucional: Acusaciones falsas dirigidas a partidos, autoridades

La reacción de las autoridades frente a las campañas de desinformación tuvo uno de los puntos más fuertes en Rumania, en diciembre de 2024, cuando la Corte Constitucional declaró nula la primera vuelta de la elección presidencial que había dado por ganador a un candidato de extrema derecha. La resolución se basó en un informe de los servicios de inteligencia que fue desclasificado en el que se reportaba una campaña híbrida de desinformación, especialmente en TikTok, que seguía los lineamientos de campañas orquestadas por Rusia en Ucrania y Moldavia (Político EU 2024).

América Latina no ha sido ajena a esta tendencia. El Observatorio de Desinformación de la Universidad Complutense de Madrid ha monitoreado los casos de desinformación en las elecciones de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela (Observatorio Complutense Desinformación 2024).

En el caso de Ecuador, el asesinato de uno de los candidatos presidenciales dio lugar a gran cantidad de desinformación y acusaciones falsas sobre la responsabilidad de diversas facciones políticas en el hecho, lo que generó confusión en el electorado. La campaña de desinformación luego se orientó a desacreditar al Consejo Nacional Electoral y

a generar dudas sobre el voto telemático de los ecuatorianos en el extranjero (Observatorio Complutense Desinformación 2023).

También en las elecciones mexicanas se detectaron campañas de desinformación que no sólo tenían como objetivos a los candidatos presidenciales, sino que difundían información errónea sobre el día de la elección para reducir la asistencia de los votantes del partido contrincante (WIRED 2024). Entre los deepfakes se viralizó uno que presentaba a la actual presidenta Claudia Sheinbaum promoviendo un esquema de fraude piramidal (WIRED 2025). En un audio creado sintéticamente se escuchaba al presidente del partido oficialista comentando una supuesta propuesta para modificar la Constitución y derogar la propiedad privada. En las redes, también circuló una declaración atribuida a Sheinbaum en un falso reportaje en el que afirmaba que cerraría la Basílica de Guadalupe en caso de ser elegida (Chequeado 2024). Entre los audios falsos uno clonaba la voz de una candidata invitando a votar por la contrincante (WIRED 2024).

En el caso de Venezuela, dadas las características del régimen chavista no es de extrañar que la desinformación haya sido protagonista destacada del proceso electoral impulsada por el gobierno (ES PAJA 2024). El candidato opositor fue blanco predominante de la desinformación que, después de la elección, se centró en falsear los resultados electorales, circular encuestas a boca de urna falsas y vincular a la oposición con gobiernos extranjeros (Chequeado 2024).

En la región, el caso más estudiado es sobre las elecciones presidenciales de Brasil en 2022. El de Brasil es un caso particularmente interesante porque en las elecciones de 2018 se había detectado el papel de la desinformación y sobre todo se había identificado a las redes de mensajería instantánea -en especial WhatsApp- como uno de los canales más activos en la circulación de desinformación (Fisher 2022).

Tipos clave de desinformación electoral

1. Disminuir la confianza en el sistema electoral
2. Atacar las instituciones democráticas
3. Desacreditar y disminuir la influencia de los candidatos opositores
4. Incentivar a los militantes a tomar acción



El informe del Observatorio de Desinformación para la elección de 2022 señala -con base en información del Tribunal Superior Electoral de Brasil-: “La desinformación se ha normalizado como instrumento de propaganda política en esta elección. Las campañas de desinformación son más complejas que nunca, con múltiples actores y bots lanzando mensajes coordinados de mentiras a través de diferentes plataformas al mismo tiempo, en auténticos ecosistemas de desinformación. Según datos del presidente del TSE en las elecciones de este año, el volumen de denuncias de desinformación enviadas a las plataformas digitales ha aumentado un 1,671 % en comparación con las Elecciones de 2020. Lo mismo sucedió con la violencia política a través de las redes sociales, que aumentó un 436 % con respecto a 2018. A esto habría que añadir las 130 nuevas aclaraciones y desmentidos sobre casos de desinformación respecto a la tranquilidad del proceso

electoral realizadas durante la campaña electoral, que alcanzan las 189 en 2022” (Observatorio Complutense Desinformación 2022).

Después de la experiencia de 2018, la elección de 2022 significó la “normalización” de la desinformación como estrategia de campaña. Las cuatro narrativas predominantes de desinformación apuntaron a: disminuir la confianza en el sistema electoral; atacar las instituciones democráticas -especialmente al Tribunal Superior Electoral-; desacreditar y disminuir la influencia de los candidatos opositores, e incentivar a los militantes a tomar acción (Taboada 2023).

La experiencia de la elección 2018 fue uno de los factores que motivaron el activismo judicial -del Tribunal Supremo y del Tribunal Superior Electoral- para hacer frente a la desinformación en la campaña de 2022. Ese activismo judicial que ha continuado en los años siguientes a la elección y ha llegado incluso a bloquear el

acceso a la plataforma X, por negarse a dar de baja algunas cuentas (BBC News 2024).

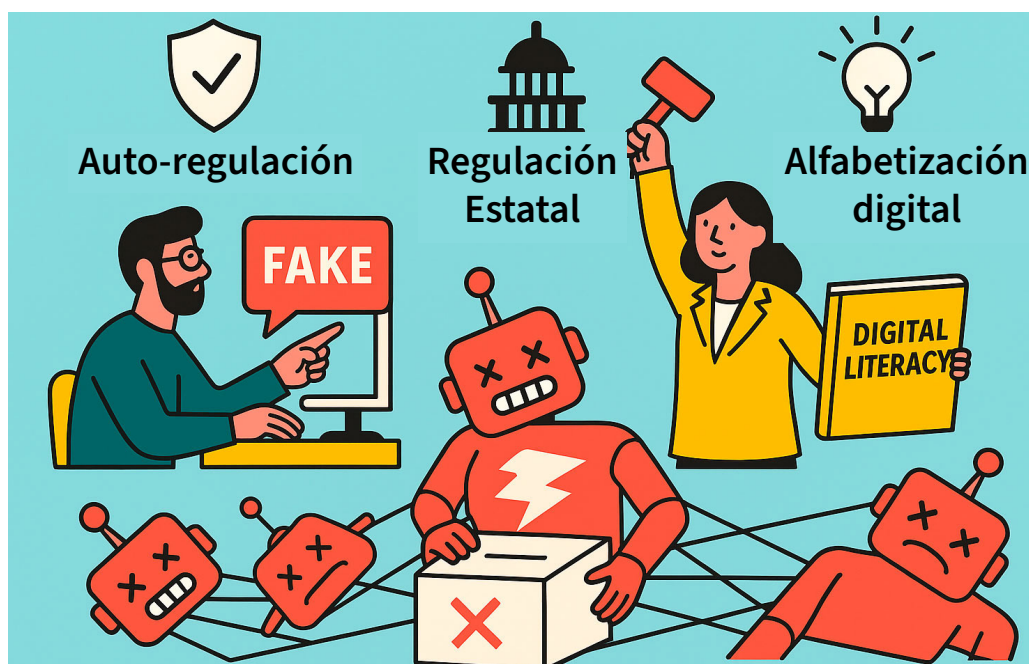
Entre otras decisiones y en ejercicios de jurisprudencia creativa, el TSE anuló el mandato ganado por un candidato a diputado nacional, por haber difundido noticias falsas sobre el sistema electoral. En otro caso, el TSE ordenó remover un posteo en la cuenta de una empresa privada en la plataforma X, con el argumento de que difundía desinformación sobre presuntos actos de corrupción del candidato Lula da Silva. Además, ordenó la remoción de posteos realizados por la campaña de Lula en los que se difundían informaciones falsas sobre Jair Bolsonaro, así como la suspensión de un canal de Youtube que contenía videos con información falsa sobre Lula y llegó incluso a ordenar a Youtube que suspendiera la monetización de dos canales hasta el día de la elección por entender que difundían información falsa sobre Lula (Rubio Nuñez, Preserving trust in democracy: The Brazilian Superior Electoral Court's quest to tackle disinformation in elections 2023). Las decisiones del TSE han generado comentarios críticos por la posible afectación de la libertad de expresión y el margen de discrecionalidad ejercido (El País 2022).

VIII. ¿CÓMO REDUCIR LOS RIESGOS?

El derecho a la información es central para la democracia, para la participación y para la gobernanza. Y uno de los procesos democráticos más afectados por la desinformación son las elecciones. La desinformación puede confundir a los electores, generar una falsa imagen de los candidatos y distorsionar sus propuestas, puede utilizarse para complicar la participación el día de la elección y puede generar dudas sobre la legitimidad del proceso y los resultados. En suma, la desinformación pone en jaque la integridad de las elecciones. Eso explica la preocupación y el debate actual en el mundo (Sikora y Levine 2024).

En la mayoría de los países, la autoridad electoral tiene facultades muy limitadas para intervenir en el contenido de las campañas. Esto es razonable en virtud de la imparcialidad política que deben mantener y también porque están en juego la libertad de expresión y de publicación. Por otra parte, aunque se ampliara el poder de intervención de la autoridad electoral, nos enfrentaríamos a problemas prácticos, entre ellos la falta de capacidad técnica para detectar los deepfakes; la falta de jurisdicción sobre las plataformas que diseñan y despliegan estas herramientas y sobre los puntos de origen de los mensajes y la lentitud de los procesos judiciales frente a la velocidad de circulación de estos mensajes sobre todo a través de la viralización en redes sociales. Y todo ello con el riesgo mayor de que la búsqueda de control termine afectando aún más la integridad del proceso electoral y en última instancia a la democracia misma.

Los remedios pensados para contrarrestar la desinformación cuando circulaba a través de los



medios tradicionales no son efectivos en la era de las redes y la inteligencia artificial. Las publicaciones desmentidas y el derecho a réplica ya no son eficaces. Cuando la desinformación circula en redes, la corrección llega tarde y difícilmente se viraliza de la misma forma; además, probablemente no alcance al mismo público. Aunque llegara a idéntica audiencia, nada garantiza que el mensaje con la corrección/ aclaración/ contexto se reproduzca y comparta de la misma manera. Por el momento hay tres tipos de respuesta al problema de la desinformación: a) la

autorregulación, b) la regulación estatal y c) la alfabetización digital.

“

Por el momento hay tres tipos de respuesta al problema de la desinformación:

1. La autorregulación,
2. La regulación estatal
3. La alfabetización digital”.

La autorregulación de las redes sociales se vincula con lo que se conoce como “moderación de contenido”. En cuanto a las corporaciones que diseñan herramientas de generación de contenidos a través de inteligencia artificial generativa, la autorregulación apunta a la “ética en el diseño”, que incluye la eliminación de sesgos, la transparencia en cuanto al origen del producto, la introducción de barreras para ciertas conductas o contenidos y el establecimiento de mecanismos de auditoría.

¿Es razonable delegar en las plataformas la decisión sobre lo que podemos decir, sobre la forma en que lo decimos, sobre lo que podemos leer y ver? Resulta problemático poner en manos de privados semejante poder. Otra discusión, es si realmente pueden ejercer razonablemente ese poder y cómo lo harán, especialmente porque estos estándares sugeridos colisionan con el modelo de negocios de la “economía de la atención” (Zuboff 2019). En efecto, el negocio de las plataformas es mantener el más alto nivel de conexión por parte de los usuarios y está comprobado que los mensajes “fuertes” -violencia, lenguaje de odio, agresividad, contenido extremo, conflicto, teorías conspirativas, entre otros, atraen más la atención de los usuarios e impulsan mayor interacción en la plataforma (“me gusta”, compartir, comentarios) (Arthur 2021) (Rose-Stockwell 2023).

Las plataformas digitales han avanzado en la fijación de algunos estándares básicos para la moderación de contenido y el diseño de herramientas de inteligencia artificial. En febrero de 2024 en la Conferencia de Seguridad de Munich, Meta, OpenAI, Google, Microsoft y otras plataformas firmaron un compromiso para combatir el uso engañoso de la inteligencia artificial en las elecciones (AIELECTIONS 2024).

Entre los compromisos asumidos figuran: el desarrollo de tecnología para detectar la

información maliciosa y en especial los deepfakes; la incorporación de información de contexto a los posteos, indicando si han sido originados con herramientas de inteligencia artificial (por ejemplo, la inclusión de “marcas de agua” digitales); la colaboración con los gobiernos y la sociedad civil para la alfabetización digital de la ciudadanía y la formación de una cultura cívica digital (chequeo de fuentes, responsabilidad al compartir y circular información, entre otros recaudos).

Barreras que dificultan la regularización y control de la desinformación

Libertad de expresión y de prensa: la intervención estatal puede entrar en conflicto con derechos fundamentales protegidos constitucional e internacionalmente.

Imparcialidad de las autoridades electorales: intervenir en contenidos podría cuestionar la neutralidad en el proceso electoral.

Limitada capacidad técnica: la detección de deepfakes y contenidos manipulados es compleja y requiere tecnología avanzada.

Lentitud de los procesos judiciales: la rapidez con la que circula la desinformación supera los tiempos de resolución legal.

Jurisdicción territorial limitada: las autoridades nacionales no pueden ejercer control efectivo sobre plataformas globales.

Modelo de negocio de las plataformas: la “economía de la atención” incentiva contenidos virales, conflictivos o extremos, lo que dificulta la autorregulación.

Velocidad de viralización en redes: las correcciones o refutaciones rara vez alcanzan la misma difusión que la desinformación original.

Complejidad normativa: la regulación

La autorregulación tiene el problema de la falta de certeza. Los criterios y estándares cambian por la sola voluntad de las plataformas. En este sentido, Meta anunció en enero de 2025 que dejaba de lado sus políticas de moderación de contenido en los Estados Unidos y Europa, aduciendo que esa moderación implica una forma de censura y ataca la libertad de expresión. Los cambios incluyen la terminación de los contratos con fact checkers externos y su reemplazo por los comentarios de los usuarios y la modificación de los algoritmos de moderación de contenido (La Nación 2025).

Más allá de iniciativas individuales de algunas de las plataformas, en algunos países las plataformas han realizado acuerdos con las autoridades electorales para colaborar en la detección y prevención de la desinformación durante las elecciones. Meta, por ejemplo, colaboró con el Instituto Nacional Electoral (INE) en México, a través de su programa de formación ciudadana “Soy Digital” (META 2024). Asimismo, estableció un centro de verificación de información para que los ciudadanos denunciaran noticias sospechosas a través del chatbot de WhatsApp del INE (META 2024).

En algunos países como Brasil, las autoridades electorales han avanzado en la elaboración de normas para frenar la desinformación, especialmente en los procesos electorales. En muchos casos, se trata de principios y estándares que no revisten fuerza de ley, pero representan un primer paso hacia la regulación. El campo de competencia es problemático. En primer lugar, los límites surgen de la protección internacional y constitucional de derechos fundamentales (libertad de expresión, de prensa y de información) y, en segundo lugar, porque la jurisdicción de estos órganos está atada al territorio nacional y las plataformas son un poder global, lo cual complica la posibilidad de aplicar efectivamente las decisiones. Por otra parte, la acción de las autoridades electorales puede poner en tela de juicio su imparcialidad en el proceso al incidir en la difusión de contenidos. Desde el punto de vista práctico, además, la velocidad de circulación de la desinformación contrasta con los tiempos procesales de la respuesta por parte de la autoridad.

En el caso de Brasil, más allá de las decisiones jurisdiccionales a las que nos hemos referido en la sección anterior, el Tribunal Superior Electoral encaró un programa integral para luchar contra la desinformación que incluyó 10 iniciativas centrales (Tribunal Superior Electoral - Brasil s.f.). Una de ellas fue la creación de una página especial -FatoouBoato- donde se recopilaban los casos detectados de desinformación, para alertar a la ciudadanía (Tribunal Superior Electoral - Brasil s.f.).

La Unión Europea está a la avanzada en legislación sobre

inteligencia artificial con la aprobación en abril de 2024 de la Ley de Inteligencia Artificial (Instituto del Futuro de la Vida 2024). Además, el Consejo de Europa aprobó el primer tratado internacional sobre inteligencia artificial: el Convenio marco sobre inteligencia artificial, derechos humanos, democracia y Estado de Derecho (Council of Europe 2024). Reflejando la preocupación por la desinformación y el riesgo que representa para la integridad de las elecciones al parlamento europeo, la Comisión Europea elaboró en cooperación con IDEA International un Código de conducta para la elección 2024 (International IDEA 2024) que, aunque no tiene valor de ley, contiene una serie de compromisos y estándares para prevenir y enfrentar el problema de la desinformación.



En tiempos de lo que llamo ‘algocracia’ (el gobierno de los algoritmos), lo que está en juego es nuestra autonomía”.

En materia de legislación el desafío es complejo. No solo en lo que hace a las discusiones de fondo sobre hasta dónde es posible avanzar sin perder el balance con otros derechos esenciales para la democracia, sino porque será indispensable la coordinación de cuerpos normativos muy variados: las leyes electorales, la regulación del financiamiento de las campañas, las normas sobre privacidad y protección de datos, la regulación de las comunicaciones, entre otros. Enfrentamos y enfrentaremos múltiples conflictos de derechos y de intereses.

Las organizaciones de la sociedad civil y grupos especializados de periodistas han jugado un papel importante en la detección y denuncia de las campañas de desinformación. Los grupos de fact checkers se han multiplicado en la última década. Estos grupos respetan los protocolos de integridad de la información y usan las herramientas tecnológicas para detectar la falsedad en los contenidos, demostrando si son imágenes, audios o videos trucados, así como señalando cuando el contenido ha sido descontextualizado. En América Latina (Stiftung 2014) hay varios grupos de verificadores de información que han realizado importantes campañas no sólo en ocasión de las elecciones, sino también -por ejemplo- durante la pandemia de COVID.

Los ciudadanos también tenemos una responsabilidad en la era de la IA. La prudencia en el uso de estas herramientas, la concientización sobre su potencial de daño, el criterio para discernir y chequear la información antes de circularla son algunas de las habilidades que debemos adquirir. Debemos asumir conciencia de que estas herramientas no amplían nuestra autonomía, sino que ejercen un control sobre lo que vemos, leemos, escuchamos, compartimos y -muy importante- sobre lo que decidimos. En tiempos de lo que llamo “algorocracia” (el gobierno de los algoritmos), lo que está en juego es nuestra autonomía.

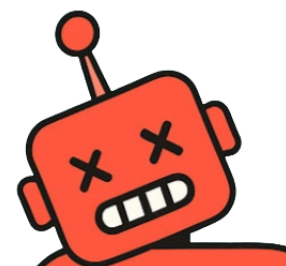
La generación de cultura cívica digital debería ser una

prioridad en la actualidad y no sólo con relación a los procesos electorales. Una recomendación puede ser la alfabetización digital como remedio para la desinformación, ya que esta fomenta una actitud crítica de los ciudadanos frente a un proceso informativo en que los intermediarios (periodismo tradicional) han perdido poder y en el que prevalece la comunicación directa en la que ya no pesa la “autoridad” de la fuente. Sería ideal que la gente tomara conciencia y entendiera el poder de las redes y asumiera una posición crítica y reflexiva frente a la información que recibe, generando lo que podríamos llamar “higiene informativa digital”. Por ejemplo, antes de compartir una información chequear la

fuentes. Si la información le genera dudas, controlar si hay otros medios dando la misma información, recurrir a los sitios de fact checking. Con esto se podría moderar la viralización de la desinformación.

Las plataformas digitales han tratado de incentivar esta conducta. Por ejemplo, haciendo que el “me gusta” o “compartir” no sean inmediatos, sino que haya un panel de diálogo para proceder. En algún momento, Twitter incluía una sugerencia cuando alguien quería compartir una nota periodística (“No sería mejor que leyera el artículo antes de compartirlo”). Suecia incluye la educación cívica en su programa global para enfrentar la desinformación y la influencia extranjera y publicó un manual con recomendaciones y consejos útiles y sencillos para que los ciudadanos no sean engañados ni se conviertan en agentes de la circulación de la desinformación (Psychological Defence Agency 2023). También la guía estratégica del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) contiene recomendaciones para facilitar la resiliencia cívica frente a la desinformación (UNDP 2022).

Un programa de trabajo para organizaciones de la sociedad civil preocupadas por el problema de la desinformación podría incluir, entre otras iniciativas: **1)** Apertura de canal de denuncia sobre información falsa, errónea, manipulada o descontextualizada. **2)** Trabajo en colaboración con fact checkers para revisar los casos denunciados y auditar su veracidad. **3)** Creación de un banco de datos sobre casos de desinformación detectados. **4)** Generar una plataforma con una evaluación de confiabilidad de los diversos medios de información, tradicionales y digitales (NewsGuard 2025). **5)** Creación de una plataforma para difundir datos verificados sobre información oficial (USAFacts 2025). **6)** Organizar campañas de concientización a la ciudadanía sobre la estrategia que se esconde detrás de las campañas de desinformación. **7)** Organizar talleres de entrenamiento sobre cultura digital para la ciudadanía. **8)** Incluir un monitoreo de desinformación y su financiamiento en los ejercicios de monitoreo de elecciones.



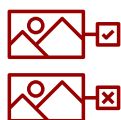
PROGRAMA DE TRABAJO PARA COMBATIR LA DESINFORMACIÓN



Apertura de canal de denuncia sobre información falsa, errónea, manipulada o descontextualizada.



Trabajo en colaboración con fact-checkers para revisar los casos denunciados y auditar su veracidad.



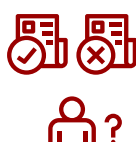
Creación de un banco de datos sobre casos de desinformación detectados.



Generar una plataforma con evaluación de confiabilidad de los diversos medios de información, tradicionales y digitales.



Creación de una plataforma para difundir datos verificados sobre información oficial.



Organizar campañas de concientización a la ciudadanía sobre la estrategia que se esconde detrás de las campañas de desinformación.



Incluir monitoreo de desinformación y su financiamiento en los ejercicios de monitoreo de elecciones.

IX. A MODO DE CIERRE

Las redes sociales y sobre todo la inteligencia artificial generativa están aquí para quedarse. Cambios tecnológicos de esta magnitud nos plantean nuevos dilemas y desafíos. Es necesario dar respuesta y prevenir los riesgos que estas nuevas herramientas representan desde el punto de vista social, político, cultural y económico (Harari 2024). Se impone una reflexión atenta y equilibrada. La tentación del control podría llevarnos por la peligrosa senda de enajenar nuestra propia autonomía personal y ciudadana. La pasividad conduce al mismo camino.



X. Bibliografía

AIELECTIONS. 2024. A Tech Accord to Combat Deceptive Use of AI in 2024 Elections. Munich.

Arias Maldonado, Manuel. 2024. (Pos)verdad y democracias. Barcelona: Página Indómita.

Arthur, Charles. 2021. Social Warming: How Social Media Polarises Us All. Londres: OneWorld.

BBC News. 2024, 30 de agosto. 5 preguntas para entender por qué un juez en Brasil ordenó el bloqueo de la red social X en todo el país.

BBC News. 2024, 22 de enero. Fake Biden robocall tells voters to skip New Hampshire primary election. Recuperado de: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-68064247>.

Canavilhas, Joao y Colussi, Juliana. 2022. Whatsapp como plataforma de desinformación: Estudio de caso de las elecciones presidenciales brasileñas. Revista Internacional de Cultura Visual.

Center for Countering Digital Hate. 2024. «Fake Image Factories: How AI image generators threaten election integrity and democracy.»

Chequeado. 2023, 15 de noviembre. Balotaje Elecciones 2023: cómo son utilizadas las redes sociales para difundir desinformación electoral. Recuperado de: <https://chequeado.com/el-explicador/balotaje-elecciones-2023-como-son-utilizadas-las-redes-sociales-para-difundir-desinformacion-electoral/>.

Chequeado. 2024, 08 de agosto. Cinco narrativas falsas tras las elecciones presidenciales en Venezuela. Recuperado de: <https://chequeado.com/el-explicador/cinco-narrativas-falsas-luego-de-la-eleccion-del-28-j-en-venezuela/>.

Chequeado. 2024, 03 de junio. Elecciones en México 2024: qué noticias falsas circularon. Recuperado de: <https://chequeado.com/ultimas-noticias/elecciones-en-mexico-2024-que-noticias-falsas-circularon/>.

Chequeado. 2023, 20 de octubre. Es verdadero que se realizó una campaña sobre el costo del boleto de tren a favor de Massa, pero este tipo de actividades están prohibidas por ley. Recuperado de: <https://chequeado.com/el-explicador/es-verdadero-que-se-realizo-una-campana-sobre-el-coste-del-boleto-de-tren-a-favor-de-massa-pero-este-tipo-de-actividades-estan-prohibidas-por-ley/>.

Chequeado. 2021, 21 de septiembre. Publicidad en redes sociales: cuánto gastan candidatos, dirigentes y gobiernos, y quién lo paga.

CONTEX. 2024, 02 de enero. Deepfakes deceive voters from India to Indonesia before elections. Recuperado de: <https://www.context.news/ai/deepfakes-deceive-voters-from-india-to-indonesia-before-elections>. Council of Europe. «Council of Europe Framework Convention on Artificial Intelligence and Human.» Vinius, 2024: 1-12.

Díaz Ruíz, Carlos. «Disinformation on digital media platforms: A market-shaping approach.» New Media & Society, 2023: 2188-2211.

DW. 2024. Cómo se informan los jóvenes en América Latina.

El País. 2022, 21 de octubre. El tribunal electoral brasileño amplía sus poderes para combatir el aluvión de noticias falsas. Recuperado de: <https://elpais.com/internacional/2022-10-21/el-tribunal-electoral-brasileño-amplia-sus-poderes-para-combatir-el-aluvion-de-noticias-falsas.html>.

ES PAJA. 2024, 02 de septiembre. Elecciones 2024: La desinformación mutó en opacidad. Recuperado de: <https://espaja.com/explain/elecciones-2024-la-desinformacion-alrededor-del-28-de-julio-muto-en-opacidad>.

European Union External Action - EEAS. 2024. 2nd EEAS Report on Foreign Information Manipulation and Interference Threats. A Framework for Networked Defence.

FCC News. 2024, 08 de febrero. FCC MAKES AI-GENERATED VOICES IN ROBOCALLS ILLEGAL. Washington.

Federal Communications Commission. 2024, 08 de febrero. «FCC makes AI-generated voices in robocalls illegal.» Recuperado de: <https://docs.fcc.gov/public/attachments/DOC-400393A1.pdf>.

Fisher, Max. 2022. The Chaos Machine. The inside story on how social media rewired our minds and our world. Little, Brown and Company.

Guess, Andrew y otros. 2023. «How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign?» Science.

Han, Byung-Chul. 2022. Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia. Buenos Aires: Penguin Random House Grupo Editorial, S.A.

Harari, Yuval Noah. 2024. Nexus. New York: Random House.

IAB Argentina. 2023. Un nuevo informe de Comscore revela que casi 9 de cada 10 latinoamericanos accede a redes sociales. Buenos Aires.

Instituto del Futuro de la Vida. 2024. EU Artificial Intelligence Act. <https://artificialintelligenceact.eu/es/el-acto/>.

International IDEA. 2024. CODE OF CONDUCT FOR THE 2024 EUROPEAN PARLIAMENT ELECTIONS. European Commission.

International Press Institute. 2023, 31 de octubre. Slovakia: Deepfake audio of Denník N journalist offers worrying example of AI abuse. Recuperado de: <https://ipi.media/slovakia-deepfake-audio-of-dennik-n-journalist-offers-worrying-example-of-ai-abuse/> (último acceso: agosto de 2025).

Konrad Adenauer Stiftung. 2024. The Influence of Deep Fakes on Elections. Berlin: Analysis and Consulting.

La Nación. 2025, 09 de enero. «Qué cambia con la nueva política de moderación de contenidos en Instagram y Facebook 2025.»

Mazza, Michele, Avvenuti, Marco, Cresci, Stefano y Tesconi, Maurizio. 2023. «Investigating the difference between trolls, social bots, and humans on Twitter.» Universidad de Pisa.

META. 2024, 16 de abril. Nuestro trabajo para las elecciones de México en 2024. Recuperado de: <https://about.fb.com/ltam/news/2024/04/nuestro-trabajo-para-las-elecciones-de-mexico-en-2024/>.

META. 2024, 07 de febrero. Presentamos programa contra la información falsa rumbo a las elecciones de 2024 en México. Recuperado de: <https://about.fb.com/ltam/news/2024/02/presentamos-programa-contr-la-informacion-falsa-rumbo-a-las-elecciones-de-2024-en-mexico/>.

Microsoft Analysis Center. 2024, 23 de octubre. As the U.S. election nears, Russia, Iran and China step up influence efforts. Recuperado de: <https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2024/10/23/as-the-u-s-election-nears-russia-iran-and-china-step-up-influence-efforts/>.

News Guard. 2025, 05 de mayo. Tracking AI-enabled Misinformation: 1,271 ‘Unreliable AI-Generated News’ Websites (and Counting), Plus the Top False Narratives Generated by Artificial Intelligence Tools.

NewsGuard. 2025. <https://www.newsguardtech.com/special-reports/ai-tracking-center/>.

Observatorio Complutense Desinformación. 2022. «Informe de observación electoral sobre la respuesta a la desinformación en el proceso electoral Brasileño (TSE).» Madrid.

Observatorio Complutense Desinformación. 2023. «Informe Ecuador 2023.» Madrid.

Observatorio Complutense Desinformación. 2024. Observación electoral. https://www.ucm.es/observatoriodesinformacion/observacion_electoral.

OPEN-AI. 2024. «AI and Covert Influence Operations: Latest Trends.»

PARTNERSHIP ON AI. 2025. PAI’s Responsible Practices for Synthetic Media A Framework for Collective Action. <https://syntheticmedia.partnershiponai.org/>.

Politico EU. 2024, 10 de enero. China bombards Taiwan with fake news ahead of election. Recuperado de: <https://www.politico.eu/article/china-bombards-taiwan-with-fake-news-ahead-of-election/>.

Politico EU. 2024, 06 de diciembre. Romanian court cancels presidential election amid Russian influence fears. Recuperado de: <https://www.politico.eu/article/romania-court-cancels-presidential-election-runoff-tiktok-russian-influence-calin-georgescu/>.

Psychological Defence Agency. 2023. «Don´t Be Fooled.» Estocolmo.

Red por la Defensa de la Democracia (RDD). 2025. «La Red por la Defensa de la Democracia exige transparencia y fiscalización en el uso de fondos de campaña política previo a elecciones primarias 2025.» Análisis y Monitoreo, Tegucigalpa.

Reuters Institute. Digital News Report 2024. s.f.

Reuters Institute. 2022. The Kaleidoscope. Young people´s relationships with news. Londres: Craft Human Intelligence.

Rose-Stockwell, Tobias. 2023. Outrage Machine. New York: Legacy.

Rubio Nuñez, Rafael. «Los efectos de la posverdad en la democracia.» Revista de Derecho Político, 2018: 191-228.

Rubio Núñez, Rafael. 2023. «Preserving trust in democracy: The Brazilian Superior Electoral Court's quest to tackle disinformation in elections.» South African Journal of International Affairs.

Sikora, Krystyna, y David y Diossy Nikoleta Levine. Building Resilience Against Election Influence Operations. Preparing for the European Elections in 2024 and Beyond. 23 de Abril de 2024.

Solano, Esther, Francisco Brito Cruz, Helena Martins, Joao Brant, y Mariana y Zanatta, Rafael Valente. 2019. Secretos y Mentiras. WhatsApp y las redes sociales en las elecciones presidenciales de Brasil en 2018. CELE. Universidad de Palermo.

Stiftung, Korand Adenauer. 2014. El boom del fact checking. Chequeado.

Taboada, Carolina, Assis, Maria, Alkimin, Marina y Godoy Camila. 2023. Disinformation pulse.

Reviewing the Impacts of Disinformation in Brazil´s 2022 Elections. Igarepé Institute a think and do tank.

Tchintian, Carolina. 2022. «CIPPEC.» Recuperado de:
<https://www.cippec.org/textual/hay-que-evitar-que-las-redes-sociales-se-conviertan-en-agujeros-negros-para-el-financiamiento-espurio-de-las-campanas/>

Tchitian, Carolia, y Manuel y Fernández Castex, Álvaro Bertazzo. «Violencia política de género digital.» Revista Elecciones, 2023: 54-90.

Tech Policy Press. 2024, 13 de diciembre. A Primer on the Meta 2020 US Election Research Studies.

Tech Policy Press. 2024, 01 de octubre. We Know a Little About Meta's "Break Glass" Measures. We Should Know More.

Techglobal Institute. 2024. «How Social Media Influencers are Scaling Surrogate Political Campaigns in Global Majority Elections.» Bangladesh.

The New York Times. 2018, 23 de octubre. Las noticias falsas inundan WhatsApp en Brasil. San Francisco.

The Washington Post. 2024, 11 de enero. 4 ways China is trying to interfere in Taiwan´s presidential election.

Tribunal Superior Electoral - Brasil. Disinformation - 10 Innovative Ideas. s.f.
<https://www.justicaeleitoral.jus.br/fato-ou-boato/#>.

UNDP. 2022. «Information Integrity. Forging a Pathway to Truth, Resilience, and Trust.»

UNESCO. 11 de octubre de 2024. Los 10 tipos de desinformación electoral más comunes. Tipos de desinformación en América Latina y el Caribe. Recuperado de:
<https://www.unesco.org/es/fieldoffice/montevideo/expertise/desinfo/tips>.

USAfacts. 2025. <https://usafacts.org/>.

Wardle, Claire y Derakhshan, Hossein. 2017. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report.

Wikipedia. 2025, 16 de agosto. List of fake news websites.

Wikipedia. 2025, 13 de agosto. List of political disinformation website campaigns.

WIRED. 2025, 25 de enero. Claudia Sheinbaum, víctima de deepfake: su imagen fue utilizada en un video fraudulento generado por IA. Recuperado de:
<https://es.wired.com/articulos/claudia-sheinbaum-victima-de-deepfake-su-imagen-fue-utilizada-en-un-video-fraudulento-generado-por-ia>.

WIRED. 2024, 29 de mayo. Deepfakes, clonación de voz y descontextualización: la desinformación enturbia las campañas electorales en México. Recuperado de:
<https://es.wired.com/articulos/elecciones-en-mexico-deepfakes-clonacion-de-voz-y-descontextualizacion-la-desinformacion-en-el-proceso-electoral>.

WIRED. 2024, 28 de agosto. Elecciones México 2024: Desinformación, IA y el reto de la democracia en un país polarizado. Recuperado de:
<https://es.wired.com/articulos/elecciones-mexico-2024-desinformacion-ia-y-el-reto-de-la-democracia-en-un-pais-polarizado>.

WIRED. 2024, 24 de mayo. Indian Voters Are Being Bombarded With Millions of Deepfakes. Political Candidates Approve. Recuperado de: <https://www.wired.com/story/indian-elections-ai-deepfakes/>.

WIRED. 2024, 24 de mayo. Indian Voters Are Being Bombarded With Millions of Deepfakes. Political Candidates Approve. Recuperado de: <https://www.wired.com/story/indian-elections-ai-deepfakes/>.

WIRED. 2024, 23 de octubre. Microsoft Warns Foreign Disinformation Is Hitting the US Election From All Directions. Recuperado de:
<https://www.wired.com/story/microsoft-russia-china-iran-election-disinformation/>.

WIRED. 2023, 03 de octubre. Slovakia's Election Deepfakes Show AI Is a Danger to Democracy. Recuperado de: <https://www.wired.com/story/slovakias-election-deepfakes-show-ai-is-a-danger-to-democracy/>.

World Economic Forum. 2025, 15 de enero. Global Risks Report 2025.

Zuboff, Shoshana. 2019. The Age of Surveillance Capitalism. New York: PublicAffairs.

Operación Desinformación

El impacto de los bots, las noticias falsas y la
propaganda estatal en las elecciones en Honduras



INSTITUTO DE
LA JUSTICIA



institutojhn



institutodelajusticia



@InstitutodelaJusticia



instituto-de-la-justicia-honduras



<https://institutodelajusticia.com>