

Desinfodemia, noticias falsas y futuro electoral

Reseña del libro: ***Desinformación y democracia: retos para los organismos electorales***

MSc. Carolina Urcuyo Lara

El libro *Desinformación y democracia: retos para los organismos electorales* es una obra colectiva, la cual reúne artículos que retratan la realidad electoral y la desinformación en cinco países, lo que hace de este un texto único en la región. Mucho se ha escrito sobre desinformación en redes sociales y desde los desafíos para la comunicación y los procesos electorales. Empero, no existía, hasta ahora, un compendio reciente de estudios de casos de organismos electorales latinoamericanos.

Encontramos en estos textos retos compartidos que enfrentan las democracias, las cuales están cada vez más entrelazadas con los procesos de digitalización de los procesos electorales. Por tanto, este trabajo tiene el propósito de analizar la influencia de las redes sociales y de la inteligencia artificial sobre las democracias desde una perspectiva latinoamericana. En particular, los estudios de caso se enfocan en las acciones tomadas desde los organismos electorales en respuesta a desafíos tecnológicos actuales.

Desinformación y democracia: retos para los organismos electorales fue escrito en septiembre del 2024. En este participan las siguientes personas autoras:

1. Elaine Ford-Perú, quien nos brinda un encuadre regional
2. Frederico Franco Alvim-Brasil
3. Gustavo Román Jacobo-Costa Rica
4. Alfredo Juncá Wendehake-Panamá
5. Katuska Valencia Segovia-Perú
6. Román Andrés Jáquez Liranzo-República Dominicana

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) clasificó el año 2024 como "un super año electoral" a nivel global. Al menos en 72 países se

vivieron elecciones, lo cual se traduce a 3,7 mil millones de personas que estuvieron expuestas a un proceso electoral, participaron o no de este.

¿Qué representaron estos procesos para la mitad de la población mundial? En términos de hábitos y prácticas previos y durante estos periodos electorales, es imperativo reconocer que las personas parecen invertir más tiempo en consumir contenidos audiovisuales o en una plataforma de *streaming* que en realizar actividades de consumo que impliquen leer, ya sea en un soporte físico o digital (televisores inteligentes, celulares, computadoras y tabletas), señala el estudio del PROLEDI (Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información) y el CIEP (Centro de Investigación y Estudios Políticos) para el año 2023 en Costa Rica.

Según el reporte *2025 Digital Media Trends*, de la firma consultora estadounidense Deloitte, este parece ser un patrón también en otras latitudes, al ocurrir con una marcada frecuencia el consumo por medio de servicios de *streaming*, redes sociales, contenido creado por usuarios y usuarias, juegos, música y *podcasts*. Esta tendencia la podemos observar en grupos etarios y demográficos disímiles, quienes cada vez más han aumentado su consumo en varios países latinoamericanos (Adlatina, 2024). Es la nueva dinámica de consumir contenidos digitales en un mundo vertiginosamente digitalizado y disruptivo.

Dentro de esta economía, el panorama está marcado por los algoritmos y la industria publicitaria que, también, ha buscado generar más ganancias al adoptar herramientas de inteligencia artificial. Las personas escogen leer o escuchar noticias o videos en plataformas como Facebook, Netflix, WhatsApp o TikTok de manera intensiva y por encima de los medios tradicionales como la radio y la prensa escrita. De seguro, les dedican más tiempo a estos medios diversificados que a escuchar las noticias en vivo por televisión nacional o a comprar un periódico en su versión impresa.

A la hora de consumir medios, ¿cómo distinguimos, en estas informaciones, lo que es real y lo que es manipulado irresponsablemente para agravar escenarios y “convertirse en combustible para agitar la convulsión social”? (Ford, 2024), ¿cómo podemos reconocer, describir y combatir la desinformación? Estas son preguntas medulares para iniciar la conversación sobre desinformación y organismos electorales, temas que destaca esta obra.

¿Por qué algunas personas comparten o difunden información falsa sin verificarla o sin saber que lo están haciendo? Todas las personas pueden ser víctimas de la desinformación, sin necesariamente buscar explotar vulnerabilidades, sino por puro desconocimiento. En el libro, se subraya el aporte de Sinan Aral (2022), profesor del MIT Sloan School of Management, quien ha descubierto que “la falsedad se difunde significativamente más lejos, más rápido, más profunda y ampliamente que la verdad, en todas las categorías de información y, en muchos casos, en un orden de magnitud” (Aral, citado en Ford *et al.*, 2024, p. 175).

Ante este panorama, Hugo Picado, director del IFED y Julia Sandner de la Konrad Adenauer en la presentación y preámbulo del libro mencionan:

Cómo la desinformación y manipulación de mensajes y datos apela a las emociones, al temor, a la duda legal; y, por ende, generan desconfianza y confusión en personas votantes. La importancia de resaltar la credibilidad en el sistema electoral, en el “árbitro” de la contienda y en los resultados electorales como fruto del ejercicio democrático. (p. 7)

Es importante tomar en cuenta que hoy en día, en nuestra región latinoamericana existe una gran desafección y desconfianza hacia los partidos políticos tradicionales y las instituciones públicas. El reciente Informe 2024 de Latinobarómetro ha señalado, también, el desapego hacia la democracia como sistema de gobierno, así como el deterioro continuo y sistemático de la democracia. La insatisfacción con la democracia ha aumentado hasta alcanzar el 65% en América Latina, mientras que solo 33% de las personas se manifiestan satisfechas. Esta cifra es inquietante.

El doctor Hugo Picado, también, en el prólogo del libro, destaca cómo han resurgido algunas “prácticas autoritarias del pasado y los populismos de derechas y de izquierdas, la colonización del Estado de derecho, la violencia política en sus diferentes formas, el fraude electoral y la represión han vuelto a aparecer a lo largo y ancho de la región” (p. 18).

Por tanto, esta obra impostergable, que hace eco de nuestros tiempos actuales, nos permite identificar coincidencias, retos y buenas prácticas. En el primer capítulo del libro, Elaine Ford señala el aumento y sofisticación de la desinformación *online* y los episodios de violencia que pueden generarse cuando estas narrativas se repiten y se viralizan. Esto fragmenta la cohesión social no solo en el interior de los Estados, sino en el plano regional, de esta

forma traspasa las fronteras del debate y la deliberación (p. 34). Una desinfodemia puede llegar a desestabilizar los sistemas democráticos y generar temor y pánico, lo que lleva a la falta de razón y juicio crítico, apunta la autora.

La desinformación *online* no viene sola, nos señalan las personas autoras. Se presenta en “combo o en pack”, usualmente acompañada de *fake news*, de maquinarias de *trolls*, de bots automatizados, cuentas falsas y uso de *hashtags*, que comparten y viralizan el contenido con gran inmediatez y propagación. Pero ¿qué distingue estas informaciones de otras? Su alta capacidad de difusión o viralización, su rapidez, su largo alcance para llegar a miles de personas de manera simultánea, su posibilidad de llegar a audiencias segmentadas en tiempo real a cero o bajos costos financieros las hacen sobresalir entre el vasto universo ecosistema mediático.

¿Cuáles son los costos y peligros éticos detrás de esta fórmula de distribución instantánea?

Hoy se ven con más fuerza noticias falsas y difamatorias a través de inteligencia artificial que produce *deepkfakes*, *cheapfakes* y *audiofakes*; prácticas que apuntan a engañar a la población por medio del uso de imágenes, videos o audios sin el consentimiento y la autonomía de la persona en cuestión. El riesgo de superponer rostros y voces de las personas no solo representa una violación a derechos de propiedad intelectual, sino que nos recalca la importancia de contar con portales y recursos para identificar estas identidades falsas.

Entonces, ¿cómo atenta la desinformación contra nuestros sistemas electorales y, por ende, al ejercicio de la democracia?

En este compendio, se enumeran múltiples embates a la imparcialidad de los órganos electorales, ataques al padrón electoral el día de las elecciones, desinformación sobre el documento utilizado para ejercer el voto, desinformación sobre desorganización durante la jornada electoral y desinformación sobre boletas y urnas. En varios países como Perú, ha sido común escuchar frases como: “los muertos votan”, “copamiento de las mesas de sufragio”, “manipulación de material electoral” y “no entrega de padrón de electores”, entre otros.

Por consiguiente, la protección del entorno informativo es una medida necesaria para preservar la integridad y normalidad de los procesos de renovación de los órganos representativos, destaca Frederico Franco de Brasil. Franco subraya cómo las condiciones de acceso a una información adecuada y el nivel de depuración del ecosistema comunicativo afectan el pluralismo de ideas, la formación de opiniones informadas, la libertad de voto y la igualdad de oportunidades entre candidatos y candidatas (p. 59).

A continuación, se analizarán seis lecciones aprendidas producto de estos textos, en las cuales se destacan las estrategias de los órganos electorales para blindar la legitimidad de los procesos electorales:

1. La promoción de la **pluralidad informativa** mediante la creación y difusión de información veraz y el fomento de la transparencia ha sido clave para la defensa de la soberanía del voto, las libertades públicas y la democracia. Básicamente, combatir la desinformación con información.

En Brasil, las cifras muestran una ruptura flagrante en la jerarquía de las fuentes periodísticas preocupante en el sentido de que, en este escenario, las declaraciones publicadas en las redes sociales por creadores y creadoras de contenido, *trolls* o incluso bots políticos tienen un peso equivalente (o hasta mayor) a los ojos de la opinión pública frente a las aclaraciones oficiales o los artículos de verificación de hechos publicados por la prensa profesional (p. 65). La “disolución de jerarquías” (Da Empoli citado en Ford y otros, 2024), dentro de esta lógica, lleva a que “lo verdadero y lo falso ya no se distingan en función de quién los afirma” (Murgia citado en Ford y otros, 2024), y esto genera una importante distorsión en la confianza en las instituciones del Estado.

Frente a este panorama, en Perú, la autora Katuska Valencia destaca la generación de información dedicada a hitos críticos en una elección (padrón electoral, inscripción de candidaturas, actas electorales, publicación de resultados, entre otros) “para evitar o mitigar los mensajes que contenían discursos de polarización y generaban desconfianza” (p. 149).

La promoción de una cultura de “puertas abiertas” ha sido reforzada con la inversión en herramientas tecnológicas y metodologías para facilitar la verificación de hechos e información que circula en las redes sociales; la creación de *chatbots* en WhatsApp, la creación de un canal oficial del TSE

en Telegram para que la ciudadanía acceda a noticias verificadas, sitios web, canales de *streaming* y análisis de macrodatos y escucha social, entre otros. La mezcla de medios ha sido distinta en cada país, pero la búsqueda de alcanzar también una pluralidad de audiencias parece ser un objetivo compartido.

2. Íntimamente relacionada con el punto anterior, **involucrar a la ciudadanía** de manera activa y como generadora de información ha sido clave. En Brasil, se realizó una campaña integral que invitó a las y los ciudadanos a realizar denuncias en casos de desinformación y a verificar datos. Se fomentó la toma de capturas de pantalla, la recopilación de enlaces relevantes y el envío de esta información a un correo electrónico dedicado a la recepción de quejas.

Esta metodología de verificación con participación ciudadana permite evaluar la veracidad de las afirmaciones y proporciona a la población un recurso confiable. También, les brinda un sentido de agencia, al sentirse capaces de tomar decisiones informadas para proteger la democracia.

3. Por otra parte, en la región destacan la **creación de consejos, frentes, comités y gerencias especializadas**. También en Brasil, se creó el Programa de Lucha contra la Desinformación para implementar un plan estratégico con 52 objetivos que incluye acciones a nivel normativo y multisectorial. Destaca, también, el establecimiento de un comité de ciberinteligencia. En Panamá, el TE ha fortalecido las capacidades de unidades internas como la Dirección Nacional de Organización Electoral (DNOE) y del Centro de Estudios y Monitoreo Digital (CEMD). También existe el Pacto Ético Digital que rige el comportamiento en el espacio digital en Panamá, destaca Alfredo Juncá.
4. No obstante, mientras no exista legislación que regule las redes sociales en contextos electorales, resulta necesario incorporar la lucha contra la desinformación y las noticias falsas dentro de los **planes estratégicos institucionales**. Este es un ejercicio que ya ha realizado el TSE de República Dominicana, al destinar recursos y tiempos a la estrategia comunicacional, subraya Román Andrés Jáquez. La necesidad de un plan de acción preventivo y afirmativo que defienda la reputación y le haga frente a “opiniones dogmáticas, radicales e intolerantes” (p. 61) es una iniciativa que también ha impulsado el TSE de Costa Rica. La

comunicación constante y efectiva para contrarrestar la desinformación en tiempo real y el establecimiento de un marco normativo que tipifique y sancione la desinformación en el contexto electoral contribuiría a hacerle frente a esta problemática.

En República Dominicana y debido a la naturaleza impredecible de ciertas noticias falsas, se han dedicado a la detección temprana de la crisis, al identificar y responder de manera ágil a cualquier situación que pueda detonar una crisis. Como parte de ese acuerdo, se creó un salón de crisis, donde se monitorean y gestionan incidentes e informaciones falsas durante las elecciones presidenciales y congresuales.

5. Es imperativa, también, la puesta a disposición de **herramientas pedagógicas** como medios para la formación y como mecanismos para que las y los ciudadanos comprendan el fenómeno de la desinformación, aumenten su capacidad crítica, reconozcan los contenidos falsos y fraudulentos y accedan a fuentes de información fiables.

La lucha contra la desinformación con formación ha sido muy relevante en Costa Rica, a través de la labor del Instituto de Formación y Estudios en Democracia (IFED) del TSE con los cursos Soy Digital y Ciudadanía Digital Responsable: son “una valiosa experiencia pionera en la región”, menciona Gustavo Román Jacobo. En Panamá, para prevenir la violencia, el sexismo y el acoso contra las mujeres, se ha propuesto un “Manual de herramientas para prevenir la violencia política contra las mujeres en espacios digitales”.

6. Todas estas propuestas e iniciativas han sido oportunas, innovadoras y sobre todo responden al contexto nacional y regional que estamos viviendo. Sin embargo, se necesita no solo la colaboración de la ciudadanía, sino de **alianzas** con las mismas plataformas digitales, que promuevan información oficial de manera clara y oportuna. Las empresas de plataformas digitales se deben someter a la observancia de reglas democráticas mínimas regionalmente compartidas. “Eso implica su colaboración con las autoridades electorales a fin de impedir que sus herramientas sean empleadas para burlar las legislaciones electorales e, incluso, violar derechos fundamentales” (p. 113), destacan desde Costa Rica.

CONCLUSIONES

La desinformación es un fenómeno eminentemente digital, pero también se propaga en territorio analógico con un “parauniverso de hechos alternativos” (Rodríguez Ferrándiz, 2018) y de medias verdades y ambigüedades engañosas (Roman, 2024), como nos comparten las personas autoras en esta obra colectiva.

En un mundo de medias verdades, la alfabetización mediática debería ser un elemento curricular transversal de la formación de los estudiantes desde su edad escolar. Tradicionalmente, las escuelas y colegios no trascienden el modelo clásico de la comunicación para explicar el proceso complejo de poner en común lo que se piensa y se conoce. Más allá del estudio tradicional de persona emisora, receptora y el mensaje emitido, no hay grandes esfuerzos por comprender y reflexionar sobre cómo nos comunicamos. Es prioritario desarrollar una comunicación pedagógica con el objetivo de que los electores y las electoras conozcan y comprendan el proceso electoral, y se comprometan con la defensa de su transparencia y legitimidad. Este conocimiento es una herramienta para discernir, en el océano de mensajes e informaciones, lo que proviene de fuentes confiables y reales.

Este libro es un documento necesario para los estudios en democracia, la formación cívica, académica y profesional. En este período de fatiga democrática y desencanto ciudadano, no hay educación sin comunicación. Identificar tendencias, sentimientos y opiniones de las y los ciudadanos en tiempo real nos brinda una comprensión profunda del electorado y del mundo en el que vivimos.

Desinformación y democracia: retos para los organismos electorales nos comparte casos y respuestas, pero nos deja sobre todo con muchas preguntas y caminos por explorar. ¿Qué pasa en los “desiertos de información” donde no hay presencia de agencias de prensa, prensa local o comunitaria o medios tradicionales? ¿Cómo utilizamos los medios de comunicación digitales para tomar decisiones? ¿Cómo hacemos pedagogía electoral no solamente desde los organismos electorales, sino desde nuestras diversas trincheras? ¿Cómo se fortalece la confianza ciudadana? El camino es arduo y multidimensional, pero si seguimos reflexionando e investigando transdisciplinariamente, podremos enfrentar escenarios inciertos.

REFERENCIAS

- Adlatina. (2 de mayo de 2024). *En Latam: de los diez medios más consumidos, nueve son plataformas digitales*. <https://www.adlatina.com/medios/en-latam-de-los-diez-medios-mas-consumidos-nueve-son-plataformas-digitales>
- Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP). (2022). *Informe del estudio de opinión pública del CIEP* (4 de mayo de 2022). CIEP-UCR.
- Corporación Latinobarómetro (2024). *Informe: La recesión democrática de América Latina*. <https://www.latinobarometro.org/lat.jsp?Idioma=0>
- Deloitte Center for Technology, Media & Telecommunications (2025). *2025 Digital Media Trends: Social platforms are becoming a dominant force in media and entertainment*. <https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/digital-media-trends-consumption-habits-survey/2025.html>
- Ford, E., Franco Alvim, F., Román Jacobo, G., Juncá Wendehake, A., Valencia Segovia, K., Jáquez Liranzo, R. A. (2024). *Desinformación y democracia: retos para los organismos electorales*. Instituto de Formación y Estudios en Democracia.
- Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI) y Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP). (2023). *I Encuesta nacional sobre libertad de expresión y confianza en medios de comunicación* (Resumen ejecutivo de resultados). PROLEDI.
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2024). *Un "superaño" electoral*. <https://www.undp.org/es/un-supera%C3%B1o-electoral>