

UNIORE

Unión Interamericana de Organismos Electorales



Ciclo de Webinarios 2025 La Desinformación

“Frenar la desinformación es defender la democracia”

Mag. Alfredo Juncá Wendehake (TE -Panamá)
(Presidente *pro tempore* 2023-2025)

UNIORE

Presidente *pro tempore* de UNIORE 2023-2025

Alfredo Juncá Wendehake

Magistrado segundo

vicepresidente

Tribunal Electoral de Panamá

Asesor

Francisco Zaldívar Salabarría

Coordinación de Producción

Oficina *pro tempore* de UNIORE

Madelem Moscoso de Jaime

Elizabeth Pugliese González

Diseño Gráfico

Centro de Estudio y Monitoreo Digital del Tribunal Electoral de Panamá

Johann Ahmed Cedeño Constantino

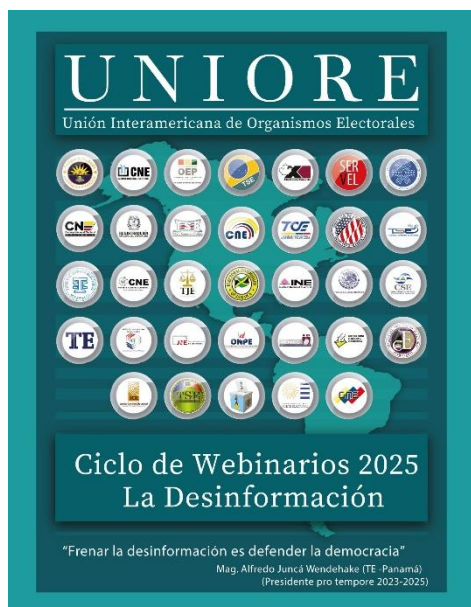
Ángel Jesús Ortega Amaya

Corrección y Estilo / Redacción

Rosaura Hernández Samudio

Presidencia *pro tempore* Tribunal Electoral de Panamá

Teléfono: 507-6046 - IG unioreoficial_ - X @UNIORE – uniore.org



CONTENIDO

PRÓLOGO	6
I . Webinar "Introducción a la Desinformación y los Procesos Electorales"10 (Transcripción)	
Desarrollos Tecnológicos, Derechos y Procesos Electorales: En particular Sobre los Dilemas de la Inteligencia artificial.....	31
José Thompson y Mario Matarita Arroyo	
La Inteligencia Artificial guiada en contextos electorales y la creación de manuales para su aplicación	47
Alfredo Juncá Wendehake	
Del Pregonero al Algoritmo: Crónicas de un Tribunal Electoral en Tiempos de “Fake News” (Elecciones 2024)	60
Leopoldo Alfaro	
II. Webinar "Identificación de Fuentes de Desinformación: Técnicas y Actores Principales”	73
(Transcripción)	
Desmontando mentiras: cómo identificar la Desinformación	98
Susana Vital Reyes	
III. Webinar "Desafío de las Mujeres en las Elecciones”	109
(Transcripción)	
Desafíos de las mujeres en las elecciones	134
Erika Jiménez	
Hacia una democracia paritaria en América Latina: desafíos estructurales y contingentes para la participación política de las mujeres	143
Ivonne Coloma Peralta	

Los Desafíos de las Mujeres en las Elecciones	158
Maritza Martínez Aristizábal	
IV. Webinar "Herramientas y Estrategias para Verificar la Información Electoral"	170
(Transcripción)	
La desinformación en el proceso en el escenario digital: Un desafío para la democracia en Ecuador.	194
Carlos Alberto Yaguachi Maza	
Retos y estrategias de México para combatir la desinformación en el escenario digital.....	206
Norma Irene de la Cruz Magaña	
V . Webinar "El Rol de las Redes Sociales en la Difusión de Desinformación y Cómo Gestionarlas"	233
(Transcripción)	
El rol de las redes sociales en la difusión de desinformación y cómo gestionarlas	254
Hernán R. Gonçalves Figueiredo	
VI . Webinar "Estrategias de Comunicación Oficial para Combatir la Desinformación Durante el Proceso Electoral"	263
(Transcripción)	
Estrategia de Comunicación Oficial para Combatir la Desinformación Durante un Proceso electoral.....	292
Yara Campo	
Siete Pecados Capitales en la Comunicación de un Organismo Electoral.....	304
Gustavo Román Jacobo	
VII . Webinar "Colaboración Interinstitucional en la Lucha Contra la Desinformación Electoral"	316
(Transcripción)	

La Desinformación en el Marco de Los Procesos Electorales y Como Proteger La Democracia Digital.	338

Alfredo Juncá Wendehake

VIII . Webinar "El Impacto de los Bots y la Automatización en la Desinformación Electoral”	357

(Transcripción)

Inteligencia Artificial en Campañas Electorales: de la Preocupación a la Acción Regulatoria	382

Álvaro Mario Castañón Cuevas

Automatización y manipulación digital: Descifrando su funcionamiento: Un enfoque práctico para identificar las fases que moldean la conversación digital.	400

Ingrid Paola Chaves Mora

PRÓLOGO

La democracia, en su dimensión más profunda, descansa en la confianza ciudadana: confianza en la verdad de la información que circula en la esfera pública, confianza en la imparcialidad de las instituciones electorales, y confianza en que la voluntad popular será respetada. Sin embargo, en el contexto contemporáneo, esta confianza enfrenta una amenaza creciente: la desinformación, fenómeno que, aunque no es nuevo en la historia política, ha adquirido una magnitud y una velocidad inéditas como resultado de la expansión de las tecnologías digitales, las redes sociales y la comunicación instantánea.

Los procesos electorales, cuyo objetivo es permitir la expresión libre, informada y autónoma de la ciudadanía, se ven particularmente vulnerables cuando la información es manipulada con intención estratégica. La desinformación afecta la formación del criterio político, distorsiona el debate público, altera la percepción sobre la integridad de los actores institucionales y puede deslegitimar los resultados de una elección. Los ejemplos examinados en este ciclo de webinarios —incluyendo campañas de suplantación de identidad, narrativas coordinadas en redes sociales, manipulación algorítmica y ataques dirigidos contra instituciones y candidatos— evidencian con claridad el impacto real que estos fenómenos han tenido en procesos recientes en nuestra región.

A ello se suma un factor tecnológico decisivo: la inteligencia artificial. Su capacidad para generar contenidos verosímiles —imágenes, audios y videos que simulan personas reales diciendo o haciendo cosas que nunca ocurrieron— introduce un desafío aún mayor para los organismos electorales. Ya no solo se trata de información falsa: se trata de falsificación capaz de activar emociones, modelar percepciones y modificar decisiones políticas en fracciones de segundo. La llamada paradoja algorítmica da cuenta de ese doble filo: tecnologías con potencial para reforzar la transparencia, pero que, si se usan maliciosamente, pueden erosionarla gravemente.

Frente a este panorama, el rol de los organismos electorales se ha transformado. Ya no basta con administrar la logística de un proceso electoral. Ahora, debe también garantizarse la integridad del ecosistema informacional. Esto requiere capacidades de monitoreo digital, mecanismos de reacción rápida ante campañas coordinadas de desinformación, cooperación con plataformas tecnológicas, alfabetización mediática para la ciudadanía, y actualización normativa que permita sancionar prácticas engañosas sin menoscabar la libertad de expresión. El trabajo desarrollado en Panamá, y el compromiso que han mostrado autoridades electorales de diversos países de la región, demuestra que es posible avanzar con sentido estratégico y responsabilidad institucional.

Este Ciclo de Webinarios de la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE), desarrollado con el acompañamiento técnico del Instituto Interamericano de Derechos Humanos (IIDH) mediante la Secretaría Ejecutiva del Centro de Asesoría y Promoción Electoral (CAPEL), constituye un esfuerzo orientado al fortalecimiento de las capacidades institucionales en la región. Los contenidos reunidos en este compendio no se limitan a describir problemáticas; integran herramientas de análisis, experiencias comparadas y orientaciones prácticas que contribuyen directamente a la protección de la integridad informacional y, con ello, a la defensa de los procesos democráticos.

Cabe señalar que, con el propósito de facilitar el acceso abierto al contenido de estas sesiones, en cada afiche correspondiente a los diferentes webinarios se ha incorporado un código QR que permite reproducir directamente la grabación del encuentro. De esta manera, cualquier persona interesada puede consultar, revisar y estudiar el material audiovisual de forma integral, lo que contribuye a la transparencia, la formación continua y la democratización del conocimiento.

La agenda democrática de nuestra región no puede comprenderse sin reconocer el papel protagónico de las mujeres en la vida política y electoral. Sin embargo, su ejercicio pleno de derechos continúa enfrentando barreras estructurales, culturales y comunicacionales que se expresan tanto en la representación institucional como en la dinámica del debate público. Las experiencias compartidas en este ciclo de webinarios, particularmente en el módulo dedicado a los “Desafíos de las mujeres en las elecciones”, evidencian la persistencia de desigualdades en el acceso a candidaturas, la distribución de recursos para la campaña, la exposición mediática y los mecanismos de toma de decisiones partidarias.

Asimismo, se destacó la compleja interacción entre desinformación y violencia política de género, fenómeno que se agrava mediante prácticas como la manipulación digital, la difamación recurrente, la ridiculización pública y la difusión de mensajes orientados a deslegitimar la capacidad de liderazgo de las mujeres. Frente a este escenario, es indispensable reforzar políticas de paridad sustantiva, mecanismos de prevención de violencia política, garantías de seguridad digital y estrategias educativas que promuevan una cultura democrática inclusiva.

En conmemoración del 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer, reconocemos y honramos a todas las mujeres que, desde sus roles como candidatas, autoridades electorales, liderazgos comunitarios, investigadoras, comunicadoras y ciudadanas, sostienen, fortalecen y transforman nuestras democracias. Su participación no solo amplía la representación política, sino que enriquece la legitimidad del sistema democrático en su conjunto. La igualdad de las mujeres en la vida pública no es una aspiración futura: es una condición presente e irrenunciable para la integridad y la justicia democrática.

Expreso mi reconocimiento y profundo agradecimiento a todas las personas que participaron en los webinarios que dieron origen a este compendio: magistradas y magistrados, consejeras y consejeros, autoridades electorales, equipos técnicos y

especialistas que compartieron su conocimiento con un espíritu genuino de cooperación institucional. Asimismo, agradezco de manera especial a quienes elaboraron los artículos, análisis y reflexiones que acompañan estas transcripciones. Su aporte académico y profesional fortalece la comprensión de los desafíos que enfrentamos y contribuye al desarrollo de capacidades colectivas para la protección y el fortalecimiento de nuestras democracias.

Esta edición digital en formato PDF se presenta oficialmente en el marco de la XVII Conferencia de la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE), a celebrarse en la ciudad de Asunción, República del Paraguay de 2025. Su publicación responde al compromiso de compartir y consolidar aprendizajes a nivel regional. Según su acogida y utilidad institucional, se contempla la preparación de una versión física impresa para su distribución y consulta.

Como Presidente *Pro Tempore* de la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE), reitero que el fortalecimiento de la democracia no puede ser una tarea reactiva. Debe ser constante, preventiva y estratégica. La defensa de la verdad en los espacios públicos no se logra únicamente mediante sanciones o correcciones posteriores: se consolida construyendo ciudadanía crítica, instituciones sólidas y una cultura democrática que valore el diálogo por encima de la manipulación.

“Frenar la desinformación es defender la democracia”. Esta afirmación no es una consigna; es una responsabilidad compartida entre autoridades, partidos, sociedad civil, academia y ciudadanía.

Solo con cooperación, vigilancia institucional, formación ciudadana y compromiso ético podremos garantizar que la voz del pueblo —expresada en las urnas— siga siendo la expresión libre y auténtica de su voluntad.

Magistrado Alfredo Juncá Wendehake
Presidente *pro tempore* 2023-2025
Unión Interamericana de Organismos Electorales – UNIORE



Ciclo de webinars UNIORE 2025

La desinformación y su impacto en los procesos electorales

Conversatorio del 29 de enero de 2025

Disponible en  YouTube



Alfredo Juncá Wendehake

Magistrado segundo vicepresidente del Tribunal Electoral
de Panamá y Presidente *pro tempore* de UNIORE
EXPOSITOR

Leopoldo Alfaro

Director del Centro de Estudios y Monitoreo
Digital del Tribunal Electoral de Panamá
EXPOSITOR



Escanea el QR para ver la repetición



José Thompson

Director Ejecutivo de IIDH/CAPEL
MODERADOR



Presentador Oscar Adames:

Mensaje de bienvenida a los miembros de la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE) que se conectan desde el Tribunal Electoral de Panamá, para dar inicio al primer webinar de un ciclo programado por UNIORE para este año 2025.

Tema abordado: La desinformación y su impacto en los procesos electorales, con el objetivo de brindar un panorama general sobre qué es la desinformación, cómo se origina y su impacto en la confianza pública, el voto y la integridad del proceso electoral.

Presentación de los expositores:

Alfredo Juncá Wendehake Magistrado del Tribunal Electoral de Panamá, designado por la Asamblea Nacional, y segundo vicepresidente del Pleno del Tribunal Electoral y presidente *pro tempore* de la Unión de Organismos Electorales (UNIORE).

Abogado en ejercicio y magíster en administración de negocios con

especialidad en comercio internacional por la Universidad Santa María la Antigua de Panamá.

Posee estudios superiores en Derecho Electoral y Ciencias Políticas de la Universidad de Castilla La Mancha.

Desde los inicios de su gestión como magistrado del Tribunal Electoral, se interesó por atender los nuevos espacios cívicos electorales que han generado la era digital, por lo que crea el Pacto Ético Digital. Esta iniciativa ético-electoral es la primera en su clase en Latinoamérica, y se asume con el debate político que parte desde la ética.

Director de la revista Mundo Electoral, publicación mundial que llega a más de 20 países en diferentes idiomas.

En diciembre de 2019 fue designado presidente de la Comisión Nacional de Reformas Electorales 2020.

Leopoldo Alfaro Ruiz, tiene más de 10 años de experiencia en el sector público.

Actualmente, se desempeña como director del Centro de Estudios y Monitoreo Digital del Tribunal Electoral

de Panamá, responsable de la comunicación no tradicional y los nuevos medios del Tribunal Electoral, del equipo de monitoreo de las plataformas digitales, la comunicación digital, la verificación de noticias falsas y de los programas de capacitación Cívico Electoral en línea.

Laboró en Planificación y Cooperación Internacional del Ministerio de Gobierno.

Posee una maestría en Mercadeo Digital.

José Thomson, moderador, abogado y profesor universitario costarricense.

Desde el 2013 es director ejecutivo del Instituto Interamericano de Derechos Humanos, entidad con la cual se ha vinculado a lo largo de más de 30 años, y donde funge como director del Centro de Asesoría y Promoción Electoral (CAPEL).

Profesor de la Universidad de Costa Rica desde 1984, actualmente con el rango máximo de catedrático, con actividad reciente en los cursos de Derechos Humanos y Derecho Internacional Público, cátedra, esta última, que coordina. Fue vicedecano de la Facultad de Derecho de esta universidad entre 2019 y 2023.

Formó parte del servicio exterior de Costa Rica en 1994 y 1998.

Autor de artículos, libros e investigaciones especializadas en temas de justicia, democracia, sistemas electorales, derechos humanos y derecho internacional, ponente y disertante sobre estos temas en diversas universidades y centros de estudios de América Latina, Estados Unidos de América y Europa.

JOSÉ THOMPSON:

Quiero reconocer, públicamente, el liderazgo del magistrado Juncá en la presidencia de UNIORE y en su concreta materialización en actividades como la que tenemos hoy. UNIORE es una entidad dinámica en las misiones de observación, en las conferencias, en los pronunciamientos que ha tenido que hacer; pero también UNIORE es un espacio para debatir los temas de la agenda electoral. Y el magistrado Juncá, quien ha dedicado importantes esfuerzos a impulsar la agenda de UNIORE, es una figura decisiva en ese sentido. Así que, magistrado, gracias por su liderazgo, y gracias también por la iniciativa para que tengamos estos espacios virtuales para discutir algunos temas de la agenda contemporánea en materia electoral y, por supuesto, a Leopoldo, una bienvenida.

Es extraordinario el trabajo que realiza el Tribunal Electoral de Panamá en el seguimiento a todos los temas de desinformación o información sesgada, o falta de precisión en la información, que lamentablemente abunda en los temas electorales y no solo en los periodos electorales. Seré breve en la introducción porque lo importante no es lo que yo les pueda decir, sino lo que el magistrado y Leopoldo puedan compartirnos en cuatro segmentos que vamos a tener.

El tema de la desinformación, sobre el que hemos discutido, con intensidad y con preocupación, en las conferencias de UNIORE y en las actividades del Centro de Asesoría y Promoción Electoral (CAPEL), no es un tema nuevo. La mentira ha existido desde que existe la comunicación en la humanidad.

Les recomiendo el último extraordinario libro de Yual Harari en Nexus, en el cual ilustra, muy bien, toda la infausta e infame caza de brujas que tuvo lugar en Europa debido a una campaña absolutamente falsa, difundida fundamentalmente, en ese entonces, por libros que cegaron la vida de centenares y miles de personas de la manera más absurda y sin fundamento.

Pero lo cierto es que algo ha cambiado desde que existen las tics, las tecnologías de la información y la comunicación; y desde que existen las redes sociales y las mensajerías instantáneas. Y es el hecho que la desinformación ha proliferado, alcanzando a más personas con rapidez extraordinaria. Y obliga a quienes están en posesión de la verdad a reaccionar con habilidades especiales, importantes y un sentido de urgencia. Las conferencias de prensa del pasado no son la respuesta a la desinformación propagada por redes sociales, sino que tiene que haber mecanismos que puedan servir como respuesta rápida y ágil a este tipo de temas.

Lo cierto del caso es que los procesos electorales, y en materia electoral en general, estamos en un campo donde se disputa el poder. Y hoy sabemos que muchas personas son capaces de realizar lo insólito para alcanzarlo o por impedir que otro lo obtenga. Ahí, la desinformación desempeña un papel importante. Por lo tanto, en la agenda de los organismos electorales de nuestra región y en el mundo tiene que estar el cómo reaccionar ante la desinformación, la mala información y la abierta mentira en el marco de los procesos electorales. Esto no solamente puede dañar un proceso electoral, a un organismo electoral, sino

que puede inducir a errores a muchos ciudadanos.

También debemos entender que las redes sociales y las mensajerías instantáneas no son malas per se; son malas en función de cómo se les utilice, porque también son una herramienta de información ágil, que está en poder de los organismos electorales para transmitir adecuada y oportunamente informaciones reales para los ciudadanos de nuestros países.

Con esta breve introducción, quiero pedirle al magistrado Juncá y a Leopoldo que nos ilustren sobre los conceptos de desinformación, es decir, qué entendemos por esta materia, sobre todo en los procesos electorales.

ALFREDO
WENDEHAKE:

Me he dedicado, como cualquier otra persona, a un tema que es de interés nacional e internacional y que nos afecta a todos, especialmente con la llegada de la Inteligencia artificial, que en estos momentos está cambiando la vida de millones de personas alrededor del mundo.

La desinformación per se no es un fenómeno nuevo. Ha existido en la historia a través de los siglos. Les presento un ejemplo de los primeros casos de desinformación o de manipulación de la información. Me refiero al acuñado de monedas en Roma. Este caso es muy interesante porque los romanos acuñaron, por orden del emperador, una moneda en donde se mostraba una victoria en una batalla en la que habían perdido. Esta moneda viajó por todo el Imperio romano y propagó el bulo o la información falsa que los romanos habían vencido en esa batalla.

Sin embargo, hoy hablamos de la era digital, es decir, qué significa la desinformación en la era digital, y básicamente se refiere a la difusión, que debe ser deliberada, de información falsa o engañosa. Porque existe también la desinformación por complicidad no deliberada, es decir, la persona que reenvía un contenido sin conocer su veracidad, pero cuando buscamos la intención o el dolo dentro del concepto de la desinformación, el elemento de la intención siempre es importante. Y esta información falsa o engañosa se propaga en medios digitales tales como las redes sociales, sitios webs, aplicaciones de mensajería, como el WhatsApp y en

algunas otras plataformas en línea que se prestan para este tipo de conductas.

El propósito es influir en las percepciones, en las actitudes y en los comportamientos de la persona, a menudo con intenciones políticas-sociales, económicas o culturales. Entonces qué hace de la desinformación digital algo tan peligroso. Es la velocidad y el alcance que la tecnología le ha dado a la desinformación, amplificando su impacto y dificultando la detección y corrección. Es decir, vivimos en un mundo en donde la velocidad a la cual se propaga la desinformación, a través de medios digitales es asombrosa. Y los tiempos de reacción de los organismos electorales, en nuestro caso, o de aquellas personas que están siendo afectadas por los bulos y por los diferentes tipos de desinformación, son muy cortos. Entonces, tiempos cortos de reacción versus alta velocidad de propagación son las características principales de la desinformación en la era digital.

Como he dicho en otras ocasiones, para los organismos electorales no se vale dejar de participar de la comunidad digital. El organismo electoral debe participar, porque con esa participación adquiere deberes y derechos que le permiten accionar para proteger la democracia

digital. ¿Y qué es proteger la democracia digital? Es el derecho de los cibernautas, que son ciudadanos, a recibir información correcta para tomar decisiones informadas con respecto a los procesos electorales. Eso es lo que cabe dentro de nuestra jurisdicción.

LEOPOLDO ALFARO:

La desinformación, la adulteración de la información o la mala interpretación de la información no son fenómenos nuevos. Por el contrario, son tan viejos como la historia misma. Como hemos podido evidenciar en los procesos electorales que se han dado en las últimas décadas, lo que estamos presenciando es un cambio de paradigma en la manera en que consumimos información, y cómo esto afecta a los procesos electorales.

Les presento una analogía. Hagan de cuenta que para escoger a las autoridades nacionales nos acercamos a una plaza pública, que antes era de carne y hueso, y que ahora es virtual; en donde todos nos congregamos a discutir sobre las mejores propuestas y las calificaciones de los candidatos que aspiran a los cargos de elección pública.

En el siglo pasado, cuando la desinformación, ocurría en cámaras de

eco o en círculos muy pequeños, en los que, si el loco del pueblo o una persona con malas intenciones replicaba mentiras o noticias falsas, eso tenía un rango de propagación muy corto, porque siempre una persona podía decir: «yo estoy en desacuerdo con usted», o «yo tengo evidencias que indican lo contrario».

El tema de las elecciones, como las vivimos en pleno siglo XXI, con la integración total de las tics, es la capacidad de difundir información de manera casi instantánea, lo que hace muy difícil poder verificar los datos que nos comparten, y eso a su vez, nos trae una cantidad de problemas muy particulares que antes no existían, como la creación de ecos de cámara, donde entre ciertos grupos sociales o en ciertas esquinas del Internet se repite una información y se acepta como cierta, porque no se tiene acceso a otras fuentes de datos. Eso obliga a los organismos electorales a volverse actores activos de estos procesos, en donde asumen la responsabilidad de verificar la información que se repite acerca de los procesos electorales, con la intención de salvaguardar o de defender los intereses de los ciudadanos. Como, decía el magistrado, asegurándonos que tengamos la mejor versión de la

información, para defender el derecho a elecciones libres y justas.

Hemos visto como desde la década de los 90 los candidatos utilizan canales digitales para acceder al electorado, primero con campañas digitales muy escuetas y básicas, en las que se colgaban o se creaban portales webs acerca de los candidatos. Ahora vemos cómo se van perfeccionando estos nuevos canales de comunicación. Tenemos canales directos de WhatsApp, páginas dedicadas a los candidatos en canales como Facebook, Instagram o X; hay canales de actores secundarios que comentan sobre la actividad de los candidatos, y, así mismo, contamos con foros y canales privados donde los organismos electorales o las autoridades nacionales no tienen visibilidad sobre lo que sucede en estos espacios, entiéndase reddit, WhatsApp, discord. Lugares donde si usted no es parte de la conversación directa no hay cómo combatir la desinformación que se dé en esos foros.

Suena avasallador, pero la buena noticia es que nosotros estamos experimentando la civilización digital de este a oeste, o de esta plaza pública digital, a donde ahora están llegando las autoridades a tratar de brindar orden, de blindar los procesos y de

empoderar a los ciudadanos para que sepan distinguir entre noticias falsas y verdaderas.

JOSÉ THOMPSON:

Muy ilustrativo, y nos ayudan a contextualizar y ver diferentes modalidades de la desinformación y dónde puede manifestarse. Aquí hay una serie de mecanismos por los cuales la desinformación se transmite. Ustedes

ya hicieron referencia a la rapidez y difusión, el impacto que puede tener sobre miles de personas, sin embargo, nos podrían manifestar diferentes maneras para que la desinformación se produzca o llegue.

Nos podrían ilustrar sobre algunos conceptos en esta materia. ¿Qué papel desempeñan las redes sociales?, ¿qué son los bots y cómo funcionan en esta cuestión de la desinformación?, ¿qué es la creación de cuentas falsas? Se habla también de algoritmos ¿qué papel desempeñan los algoritmos en no solo la generación, sino la reproducción de esta desinformación?, y ¿cómo puede haber toda una estrategia, una campaña organizada alrededor de la desinformación?

Ustedes llevan tiempo lidiando con esto y también lo han podido ver en otras realidades, nos ilustran acerca de estos procedimientos, mecanismos, figuras, que se utilizan para hacer que la desinformación en materia electoral pueda tener lugar y se propague.

ALFREDO JUNCÁ:

Existen muchos más mecanismos de desinformación de los que existían hace cinco años, pero todos pasan por el mismo tamiz: la singularidad. Esto se debe a que se trata de material o contenido que está siendo manipulado. Por lo tanto, una cosa es el contenido, es decir, lo que llamamos el tipo de desinformación que existe, y otra cosa muy distinta son los canales o los mecanismos para hacer que esa desinformación llegue al electorado.

Si hablamos de tipos de desinformación, podemos afirmar que existen las famosas noticias falsas, que es contenido que aparenta ser real, pero que no lo es. Tenemos la manipulación de imágenes de videos y audios, como los deep fakes, por ejemplo; está el uso de clickbaits, que son titulares engañosos y que se utilizan para llevar al electorado a ciertas páginas con

contenido específico; está la descontextualización de la información verdadera, es decir, que es información verdadera sacada de contexto para poder atacar a un adversario; las sátiras o parodias, los rumores y especulaciones y la información sesgada.

Con la sátira pasa algo interesante, y es que muchos dirán, pero es que la libertad de expresión permite que yo satirice a un personaje público. Sí, correcto, todo eso está muy bien hasta el momento en que esa sátira del funcionario público, o esa sátira del candidato lleva un mensaje continuo dentro de lo que es el diseño de la sátira. Un ejemplo si yo satirizo a un candidato sobre cualquier actividad que él esté realizando, y le pongo una bandana con una esvástica en el brazo cada vez que lo voy a representar. El mensaje real que estoy enviando no es el de la sátira, es el de la esvástica puesta en el brazo. Y si eso lo mezclo con otras modalidades, lo que creo es una manipulación satírica de la información, especialmente si la persona no tiene nada que ver con el emblema de la esvástica.

Los principales medios o mecanismos mediante los cuales se difunde esta información es, primero, el contenido en sí; contenido manipulado que sea por texto o por fotografía o video. En la

actualidad podemos decir que existen distintos tipos de versiones, por ejemplo, en los deep fakes. Allí no tenemos reemplazo de elementos biométricos de la persona, es decir, reemplazo de la cara de una persona en una fotografía. Tenemos lip stings que son bastante buenos, en donde trato, a través del audio y la manipulación de la zona labial de la persona en una situación real, de que la persona diga algo distinto a lo que está diciendo. Y tenemos el completo, en donde un algoritmo manipulado por Inteligencia artificial puede crear imágenes de situaciones que nunca han ocurrido. Esto es lo que es el contenido. Entonces ese contenido se difunde de diferentes maneras, a través de cuentas automatizadas como los llamados bots.

Hay diferentes tipos de bots, que reaccionan ante el accionar de una persona en una cuenta; bots, que están programados para hacer lo contrario. Es decir, para difundir información a intervalos programados. De la misma manera, tenemos los llamados trolls. Estos sí son personas reales, pero son trolles, que están coordinados unos con otros para hacer interacciones de cuenta a cuenta para difundir un contenido falso.

Hace tiempo solía hablarles de los outlets. Los outlets de información son páginas

webs de diferentes tipos. Pueden ser landing pages, como páginas más complejas, con contenido que gira hacia alguna corriente específica y que se disfraza de contenido orgánico. Estos astroturfing vienen del astroturf, que es la grama sintética versus la grama original, es decir, el grass rot. No es un contenido natural; es un contenido malintencionado. Se utiliza para que tanto los trolls como los bots nutran la información de estos lugares a través de los nets centers. Y ahora lo puedes hacer a través de chatbots de Inteligencia artificial, que te ahorran un montón de dinero y hacen más difícil el rastreo de la conducta. Es decir, ubicar al causante de esto.

Y, por último, algo que me parece muy simpático, y de lo que hablaba Leo hace un momento: las cámaras de eco. Las cámaras de eco han ido cambiando y en otros contextos se ha dado la manipulación de la información tratando de llegar a esas cámaras. Antes las cámaras eran vistas como una desventaja, es decir, el mensaje entraba, pero daba vuelta. Ahora lo que está sucediendo es que el mensaje está siendo dirigido a personas de cierta tendencia: a microgrupos. Estos microgrupos van desde los grupos de personas que les gusta el asado y la cocina hasta las personas que son

amantes de los gatos. El mensaje va dirigido a miembros de un partido o simpatizantes notorios de un candidato; y llega el momento en que el algoritmo prioriza sobre el contenido que yo recibo en mis cuentas; prioriza a estas personas que son conocidos míos y se transforma esto es una suerte de cámara de presión, en donde si todos mis amigos de este entorno están de acuerdo con la bandera azul porque yo estoy de acuerdo con la bandera roja, y aquí es donde empieza entonces la manipulación del criterio de los votantes.

JOSÉ THOMPSON:

En este mundo en el que cada vez que creemos haber aprendido un poco acerca de los mecanismos, procedimientos, canales, etcétera, nos encontramos con algo nuevo, que demuestra el creciente ingenio humano. Pero también para ciertos temas no tan positivos, ese ingenio se despierta, a veces, alimentado por intereses políticos o económicos. ¿Nos puedes ilustrar al respecto?

LEOPOLDO ALFARO:

El magistrado Juncá nos hizo un inventario de los distintos tipos de versiones de la desinformación o de

metodologías que se pueden utilizar para desinformar. Vale rescatar que al final todo tipo de desinformación en un contexto electoral lo que busca es provocar dos sentimientos: sentido de pertenencia a un grupo en particular, haciendo ver que somos los más que pensamos que el batido de vainilla es el mejor sabor de batido en el mundo, o provocar el miedo y el rechazo otro grupo. Entonces cómo decir que todas las personas a las que les gusta el batido de vainilla son hombres lagartijas y que deben ser perseguidos. Estos son mecanismos que se usan en contextos más benignos, en áreas de mercadeo y de ventas que aplicados al proselitismo político, y que tienen sus riesgos que deben ser reconocidos por toda la sociedad.

El magistrado Juncá nos conversaba acerca de la microsegmentación, que no es más que ese fenómeno por el cual yo le hablo directamente a José Thomson acerca de los gustos que él tiene, basado en la información que he recolectado sobre él en el transcurso del tiempo, porque compró en línea una máquina de hacer helado.

En ese caso sé que a él le gusta que le hablen de los helados. A través de esa microsegmentación que se da al minar los

datos de nuestra vida en digital, las cosas a las que seguimos en las redes sociales, las compras que hacemos a través del internet, los eventos en los que nos registramos, cuando estamos en lugares públicos. Se puede alzar un perfil de las personas que termina en un mensaje extrapersonalizado, que me hace sentir que el candidato está hablándome directamente a mí de los beneficios del helado de vainilla o, en su versión contraria, en que me están hablando a mí de lo negativo del candidato opuesto.

Esto se traduce en cuentas específicas sobre un tema o, en otros casos, en chats que les llegan directamente a las personas que cumplen con estos requisitos. Entonces, —«oye Leopoldo, recuerdo que las votaciones abren a partir de las 7 de la mañana. Nos vemos y recuerda votar por el candidato X»—. Esa es la versión más benigna de esto, pero en el transcurso de una campaña electoral se pueden usar esos datos para tratar de ponerse en contacto con el electorado y empujar un mensaje en particular. Solo para dar una muestra de las versiones de la desinformación.

Esta es una de las versiones más novedosas que vimos durante las elecciones pasadas. Pero, también hay hechos tan sencillos, como diríamos en

Panamá, «la vieja confiable», como son los nets centers que mencionó el magistrado Juncá. Hemos visto como estos nets centers se han ido especializando en camuflajearse y hacerse pasar por contenido orgánico, y sofisticarse en su capacidad de desplegarse contra la demanda de un candidato. En el caso panameño, inclusive, hemos visto net centers de alquiler, donde las cuentas son prestada entre un candidato y otro, en distintas campañas. Y lo que vemos son continuidades de la misma persona.

Reflexiono sobre otro tema que hemos detectado y presento unos ejemplos. Un asunto con el que tenemos que tener más cuidado en la desinformación es el riesgo que tenemos de crear la sensación de la discusión entre el uno y lo ajeno.

La desinformación lo que crea es esta sensación de que mi vecino ya no es mi vecino y que tenemos menos en común. Esto se conoce como desidentificación, y es exacerbado por las cámaras de eco, que nos provocan las redes sociales y los distintos tics. De allí la importancia de verificar la información con otras fuentes y en otros contextos.

JOSÉ THOMPSON:

En esta misma línea, ustedes en Panamá acaban de pasar un proceso electoral nacional significativo, y seguramente conocen también otros contextos electorales. Nos podrían contar algunas situaciones en donde esta desinformación haya podido ser detectada o, incluso, que no haya sido detectada en su momento y que pudiera haber causado situaciones complejas para el organismo electoral o la credibilidad del proceso.

ALFREDO JUNCÁ:

Por supuesto que hubo situaciones. Voy a contar algo que nos dejó sorprendidos durante las elecciones de 2019. Me refiero a la cantidad de ataques que recibió la plataforma del Tribunal Electoral, en materia de ciberseguridad rondó los 92 millones de ataques. La elección anterior, la de 2014, había evidenciado poco menos de 3 millones. Es decir, que nos enfrentamos a un escenario con una progresión no algorítmica, sino exponencial. Sin embargo, para nuestra sorpresa, la elección de 2024 registró solamente 6 millones de ataques. Y ha sido uno de los procesos más difíciles que ha tenido Panamá, ya que se dieron hechos

inéditos en los procesos electorales, y ahora que iniciamos, a finales de enero, con la instalación de la Comisión Nacional de Reformas Electorales, son áreas que van a tener que ser revisadas en el código.

Identificamos otras campañas en Facebook de información falsa y manipulación contra candidatos presidenciales. Y la verdad es que para esta ocasión nos fue un poco más difícil lograr eliminar estos contenidos, los cuales, pese a las peticiones de la Institución, se mantuvieron arriba hasta el final de la campaña.

En Panamá, la libre postulación requiere la recolección de firmas, proceso que, en esta ocasión, se trabajó con innovaciones tecnológicas. Sin embargo, su utilización se prestó para la comisión de delitos y actos de desinformación.

Por ejemplo, algunos candidatos engañaban a los votantes para obtener sus firmas, afirmando que las estaban recolectando para eliminar el matrimonio igualitario o para apoyar alguna causa benéfica, cuando en realidad las estaban usando para su propia candidatura.

Siendo un proceso tan difícil, decidimos, para mantener la integridad del proceso,

eliminar algunos avances como el voto electrónico en ciertas mesas, precisamente, para garantizar la confianza del electorado en la Institución, que empezó a perderla por una campaña en contra que fue efectiva y que tuvo distintos actores.

Me detengo en esta parte, en los actores, porque no todos los actores del proceso son quienes pensamos. Tenemos desde los candidatos hasta civiles de grupos económicos que participan dentro del proceso a través de la utilización de mecanismos de desinformación. Además de estos se suma la intervención extranjera, con desinformación a través de distintos actores. Ellos marcan un antes y un después de la política tradicional, donde estamos acostumbrados a que los partidos políticos y los candidatos sean quienes participen del proceso. Ahora tenemos actores foráneos que interviene algunos por cuenta propia, y otros contratados por partidos y candidatos.

Los ataques de estos grupos han llegado a situaciones extremas, en donde no se respeta a la familia de los candidatos ni la moralidad o su integridad. Tuvimos varios ataques de esta naturaleza contra candidatos y en contra del Tribunal Electoral, que buscaban, a través de la

utilización de trolls coordinados y la utilización de algoritmo de bots, presionar decisiones que tenía que tomar la entidad electoral.

Uno de los casos más emblemático que tuvimos fue la suplantación de identidad del exmagistrado Valdés, a quien se le duplicó la voz en varios comunicados. Esta desinformación corrió por WhatsApp principalmente y por algunos otros sitios.

Campañas como la de Ricardo Martinelli, Martín Torrijos y Rómulo Roux sufrieron con un vídeo de suplantación de identidad de otro candidato que hablaba desprestigiándolos. Obviamente, el vídeo era falso, pero sí fue un ataque deliberado de desinformación que pudimos detectar durante la elección de 2024.

JOSÉ THOMPSON:

Nos consta, porque hemos tenido el privilegio de estar allá, en ese impresionante Centro para la detección del movimiento en redes sociales y el flujo de información que tienen ustedes en el Tribunal Electoral de Panamá, y en el cual Leopoldo ha tenido una destacada labor en estos años.

LEOPOLDO ALFARO:

Empezamos por el último ejemplo que nos dio el magistrado Juncá. Una de las primeras infracciones que tuvimos durante el proceso electoral del 2024, ya en campaña, fue la suplantación de la imagen de tres candidatos presidenciales por un cuarto, en el que un candidato suplantaba la voz de los otros candidatos. En este caso vale resaltar que si bien era obvia la intención del ataque, el Tribunal Electoral optó por perseguir la acción de suplantar la identidad en el contexto legal, más que tratar de suprimir la difusión del mensaje que ya estaba en recovecos del internet, que son difíciles de combatir, como los grupos de WhatsApp y foros de segregados.

En este caso, el Pleno reaccionó reglamentando el uso de la identidad del candidato en esta clase de mensajes, parecido a lo que sucedió con los ataques que se dieron en contra del magistrado Valdés.

Por otro lado, sí vimos una gran cantidad de ataques configurados como violencia política de género contra algunas candidatas. Y si bien es cierto que el Tribunal cumplió con su rol al poner la denuncia y elevar estas situaciones a los administradores de las plataformas

digitales,; una de las mejores acciones que se tomaron, durante el proceso electoral, fue la traída de capacitadores que enseñaron a la ciudadanía y a los candidatos en particular a hacer valer sus derechos en las plataformas digitales, para que ellos pusieran las denuncias y darles mayor visibilidad en estos casos, en donde se atacaba a la mujer por su género y no por la calidad de su candidatura.

Esto es otro ejemplo de como las plataformas digitales han tenido que adaptarse a las realidades de esta década, en la que vivimos con plataformas como Meta, en su momento llamada Facebook, que tuvo que crear una división de combate o atención a la desinformación, producto de persecuciones políticas. Por ejemplo, en Myanmar, en contra de ciertos sectores religiosos de la sociedad. Ese caso tuvo gran visibilidad y obligó a la empresa a crear estas divisiones internas en fact checking, que después se vieron probadas en eventos como la toma del Capitolio hace 4 años, y como esas informaciones se propagan y obligan a la plataforma, de alguna manera, a cooperar con organismos nacionales como lo son los tribunales electorales de América Latina.

El reto es conocer cuáles son los canales apropiados para coordinar estos esfuerzos con las plataformas digitales, y tener una legislación robusta que nos permita invocar los derechos de los candidatos y los ciudadanos en las plataformas digitales.

JOSÉ THOMPSON:

Ustedes nos adelantaron lo que pueden hacer los organismos electorales ante estas situaciones. Ciertamente, ustedes son unos de los que están a la vanguardia, creando un centro para la identificación y la detección, no solamente de desinformación, sino en general del movimiento de comunicación que se produce en medios digitales.

Creo que el Tribunal Electoral de Panamá ha estado a la vanguardia y ha acumulado una experiencia importante, y ha demostrado una enorme generosidad en poner esa experiencia al alcance de los organismos miembros de UNIORE. Lo que nos llena de satisfacción, y somos testigos de cómo ese flujo de información ha llevado a innovaciones importantes en algunos de los organismos electorales que, tal vez, no habían considerado este mundo digital determinante.

Alfredo y Leo, ¿cómo han reaccionado ustedes? Ya mencionaron el contacto con los proveedores o las plataformas, y que la identificación y detección de flujos de información es esencial, porque si no se sabe ante qué se está reaccionando. Qué tal si nos cuentan sobre lo que ha hecho el Tribunal Electoral de Panamá, y también cómo desde un organismo electoral se puede diseñar una acción para la desinformación en medios digitales.

ALFREDO JUNCA:

Lo primero que les dije en este webinar es que para los organismos electorales no se vale quedarse por fuera; hay que participar de internet y redes sociales. ¿Qué significa esto? Que los organismos electorales deben tener sus cuentas en cada uno de estos escenarios para poder estar enterados de qué es lo que está ocurriendo y para utilizar estas herramientas para enviar el mensaje que la autoridad electoral quiere enviar. Si bien es cierto que la desinformación se combate con más información. Esa es la máxima de la que partimos. Esto no es del todo cierto sino sembramos o generamos las condiciones para que esta información pueda ser recibida de buena gana por el electorado. La educación y alfabetización mediática, a través de campañas de

sensibilización, es tan importante como la generación de la información verídica y correcta.

Decidir la realización de programas educativos dirigidos a los votantes sobre cómo identificar noticias falsas, los Deep FES y cualquiera otra de estas formas de desinformación, a través de la verificación de la fuente de información; tener guías prácticas a la mano para hacer provisiones de recursos para que las personas puedan tener acceso a distinguir información confiable o fiable de lo que es desinformación. Eso es lo más importante.

¿Cómo hacemos esto? destinando recursos al área digital y al área de capacitación, porque un votante informado actúa con mayor responsabilidad o está más abierto a recibir del organismo electoral una corrección sobre una noticia que es engañosa o falsa.

Hay que colaborar con las instituciones educativas y con las instituciones de organización civil para impartir talleres de uso de redes sociales, buen uso de las redes sociales, de forma tal que podamos empezar a desarrollar pensamiento crítico, que es necesario para saber ante qué fenómeno estamos cuando abrimos

un teléfono, un dispositivo inteligente, una laptop... Quizás la forma más obvia es la utilización de plataformas de monitoreo. Es un sistema digital en donde equipos especializados monitorean lo que ocurre alrededor de la Institución, de los partidos políticos, y de los candidatos, para hacer cruces de información que nos permitan determinar si existen mecanismos coordinados de desinformación activos alrededor del proceso.

En un principio habíamos hablado de la colaboración con las plataformas tecnológicas. Me entristece un poco lo último que hemos escuchado de Meta y el poco apoyo que ahora se está dando a los organismos de verificación. Esto nos va a afectar, pero debemos continuar con nuestras alianzas con estos operadores de internet y redes sociales, que son los que nos van a ayudar a combatir la desinformación, utilizando las normas de participación o de integración como miembros de la comunidad en cada una de las plataformas.

Lo último que tenemos es el uso de la Inteligencia artificial, la cual puede ser utilizada para realizar labores tanto de monitoreo como de detección de patrones de desinformación, para intentar rastrear su origen.

Sé que estas situaciones parecen difíciles, pero siempre podemos empezar con lo que tenemos a la mano. Y uno es tener nuestros equipos entrenados para dar respuesta rápida, y tener diferentes tipos o canales de información para poder llegar al ciudadano.

LEOPOLDO ALFARO:

Como dice el magistrado, aquí hay dos brazos que deben mantenerse constantemente en movimiento. Primero, el acercamiento a la ciudadanía a través de la formación cívico- electoral. Y hay un temor positivo. En broma digo que, si ya mi madre es capaz de distinguir entre noticias falsas y contenido orgánico, ya la población ha ido aprendiendo a distinguir esta actividad de desinformación y, de alguna manera, restar importancia a la discusión cotidiana.

Estamos llegando a este punto donde se genera el internet muerto o la teoría del internet muerto, que no es más que los espacios donde terminan bots conversando con bots, o cuentas de desinformación con cuentas de desinformación con los ciudadanos, viéndolos a lo lejos e ignorándolos de alguna manera. Esos son los beneficios que trae la formación cívico-electoral: poder acompañar y ayudar al ciudadano

a distinguir entre noticias de primera, segundo grado de veracidad, y qué hacer con las cuentas que propagan esta desinformación. En ese sentido, el Pacto Ético Digital ha sido clave para llegar a los nuevos votantes, al electorado en general y a mantener ese volumen de comunicación alrededor de estos temas.

Como decía el magistrado Juncá, no nos podemos dar el lujo de desactivarnos o de alejarnos de la era digital.

Los organismos nacionales deben estar activos, manteniendo su presencia en todo momento con fines prácticos, para poder tener el volumen de seguidores y de alcance en las redes para hacer llegar sus mensajes en los momentos más urgentes; y también, como bien lo decía él, para defender esa percepción del organismo nacional como el amigo del ciudadano, que está para defender sus derechos.

Sumaría un tercer esfuerzo que estamos —todos los que nos ocupamos del mundo electoral— empujando, que es la cooperación entre pares para compartir metodologías, herramientas, como las misiones virtuales, que se hacen desde las oficinas de monitoreo digital para dar seguimiento a lo que se traduce de las elecciones generales, y para aprender sobre cuales son los canales por los que

podemos hacer valer los derechos de los ciudadanos y de los países ante operadores de plataformas digitales como Meta, X, Google, y ahora Tiktok.

JOSÉ THOMPSON:

Tengo un aporte del magistrado Germenos, de República Dominicana, quien nos pregunta: «¿cuáles acciones podría emprender UNIORE para que sus miembros incrementen sus capacidades para enfrentar la desinformación?». Leo estaba en ese terreno en su última intervención, pero el magistrado Germenos dice se le —ocurren talleres prácticos virtuales con los encargados tecnológicos de las entidades, y que ya antes les había mencionado, que sabiendo que el Tribunal Electoral de Panamá está a la vanguardia en estos temas y que ha asumido un liderazgo importante, y que lo está compartiendo, generosamente, con sus colegas.

Creo que sí, tratar de generar ese flujo de intercambio en esta materia es muy importante, porque, además, por más que se repitan las mismas modalidades, el ingenio humano va dotando de nuevos y diferentes contenidos. Y cada desarrollo que va apareciendo implica oportunidades, pero también vulnerabilidades y riesgos. Lo estamos

viendo con la Inteligencia Artificial. Si vemos la imagen de alguien pronunciando un mensaje terrible en medio de una campaña electoral hay que preguntarse si esa persona es ella; si es real o si es una imagen generada por Inteligencia Artificial para decir algo tan terrible que le va a representar una pérdida de adherentes en un proceso electoral o incluso en la vida pública.

ALFREDO JUNCÁ:

La alfabetización digital es importante y en UNIORE necesitamos crear los espacios para poder que los equipos técnicos de cada uno de los países miembros se entrenen y adquieran las habilidades para poder trabajar el mundo digital de una manera rápida, generando verificación de información falsa versus información verdadera; haciendo fack checking, y, sobre todo, trabajando los diferentes canales de información para poder dinamizar el mensaje e impactar a la mayor cantidad posible de usuarios.

Habíamos propuesto dotar a cada uno de los países miembros de equipos pequeños que pudiesen ser controlados desde el centro en Panamá, de forma que la unión de pequeños equipos en cada país pudiese darnos un sistema o una red de monitoreo mucho más grande, bien

capacitada, para prestar servicio a los diferentes procesos electorales en donde UNIORE participa a nivel de observación. es decir, la observación técnica de los miembros más la observación en línea por parte de los técnicos. Es cuestión de «apretar el paso» para terminar el proyecto de escuela de observación electoral, que es por medio digital. Y adentrarnos en el mundo de la alfabetización digital, pero hacia los miembros que van a integrar este equipo. Con que cada institución nos brinde dos o tres personas dedicadas exclusivamente a esta actividad, podemos formar una red a nivel internacional, a nivel latinoamericano, que dé buenos resultados en la verificación de la información.

JOSÉ THOMPSON:

Otra pregunta. ¿Qué puede hacer un organismo electoral respecto a la figura de los influencers, y si esto no puede terminar siendo un mecanismo de propaganda en época electoral, que escapa de los controles que fueron diseñados para la publicidad tradicional?

LEOPOLDO ALFARO:

Sí, es una amenaza latente. En el caso panameño, el Código Electoral dicta que en campaña solamente pueden comprar pautas los candidatos. Esto produce una situación en la que, si un candidato le compra a un influencer el servicio de promover su mensaje de manera orgánico, él y el influencer que brinda el servicio se ven obligados a reportarle al Tribunal. El influencer, en su publicación, debe colocar un cintillo en el mensaje de la publicación que va a colgar, y dirá que ese fue un mensaje político pagado por el candidato x. Adicional a esto, herramientas como la biblioteca de anuncios de Meta nos ayuda al darle seguimiento a esas actividades.

¿Qué es la biblioteca de anuncios? Es un repositorio de todos los anuncios pagos que se le han comprado a la plataforma Meta en el transcurso de la elección. Eso es una herramienta gratuita que pone a disposición de todo el mundo la plataforma. Esto nos permite salir a revisar si Leopoldo Alfaro, el candidato, le pagó a Alfredo Juncá, el influencer, para que lo promoviera en sus redes. Eso debe salir registrado en la biblioteca de anuncios, y de no ser así se debe entender como contenido único y la

posibilidad de libre expresión del candidato.

En estos casos, el equipo de organización electoral del Tribunal Electoral se pone en contacto con el influencer y le pide declaración jurada para aclarar si en efecto el candidato le ha pagado o no por esa comunicación. Digamos que es como llenar el formulario de la declaración jurada cuando uno se baja del avión. Primero te pido que declares cuál era la intención de tu viaje, y si no me cuadran los números después de revisar con tu reporte de campaña, entonces sé que hubo dolo o que no se dio una violación al Código.

JOSÉ THOMPSON:

Magistrado Juncá una reflexión final antes de poner punto final a esta primera y rica sesión de intercambio digital sobre temas digitales.

ALFREDO JUNCÁ:

El mundo digital cambia rápidamente y nos cambia la vida a todos los ciudadanos. Lo que solíamos hacer antes de determinada manera ahora se hace de forma diferente. Solía hablar de la llegada

de las redes sociales; ahora debo hablar de la llegada de la inteligencia artificial, y como está cambiando la forma de hacer las cosas.

No podemos abstraernos de los avances tecnológicos, porque estos llegaron para quedarse. Lo que necesitamos es «apretar el paso» e ir avanzando con la tecnología. Porque los detractores de los procesos electorales quieren hacer trampa, atacar a las instituciones electorales; ellos «apretaron el paso» y ya están utilizando las tecnologías modernas. Necesitamos desarrollar esa contrainteligencia para proteger los procesos electorales y garantizarle al ciudadano que vamos a tener elecciones libres, justas, en las cuales aquellos que violan la norma electoral tendrán certeza del castigo. Eso es lo que espera el ciudadano; la mayor imparcialidad posible para que se dé el respeto al voto. Y esto solamente lo vamos a lograr si nos mantenemos caminando de la mano de la tecnología.

JOSÉ THOMPSON:

Permítanme hacer una reflexión en la misma línea del magistrado Juncá. No se trata que nos convirtamos, de la noche a la mañana, en expertos digitales. Ese es

un campo importante pero especializado, y de lo que se trata es que estemos al día sobre lo qué está apareciendo; cuáles son las potencialidades de cada desarrollo y, una reflexión sensata a partir de nuestra propia experiencia como organismos electorales, como quienes hemos estado involucrados en cuáles son las repercusiones que esto puede tener. Ya lo decía el magistrado Juncá: «vean la política; cambió radicalmente y la forma de hacerla; si no tiene un lado digital, en el 90% por de los países está incompleta». Y puede ser una propuesta que no llegue, como hemos visto propuestas políticas, incluso triunfadoras, en países que renunciaron a hacer la publicidad tradicional y decidieron hacer algo mucho menos costoso como una campaña por medios digitales.

Creo que ni ustedes ni yo nos vamos a convertir en expertos en inteligencia artificial de la noche a la mañana, incluso sabemos que hay Inteligencia artificial generativa como hay inteligencia artificial. Digamos que lo que hace es acumular información y generar conocimientos que humanamente no sería posible hacerlo en tan corto tiempo.

Qué significa eso aparte de que hoy sabemos que pueden suplantar imágenes, voces, etcétera; qué más

significa eso para un proceso electoral, para hacer política, y de qué manera los organismos electorales, que estaban acostumbrados a reaccionar en los tiempos de una notificación o de una conferencia de prensa, deben prepararse para reaccionar con esa misma agilidad con la que se mueve el mundo digital, y en

donde se producen los mensajes y en donde se generan las mentiras.

Gracias para CAPEL, como Secretaría de la UNIORE, ha sido un gusto poder moderar esta primera actividad, de una serie de reflexiones que vamos a tener a lo largo del año.

Desarrollos Tecnológicos, Derechos y Procesos Electorales: En particular Sobre los Dilemas de la Inteligencia artificial

José Thompson Jiménez
Mario Matarrita Arroyo

Introducción y contexto

En la actualidad, el avance acelerado de las tecnologías emergentes plantea desafíos sin precedentes para la protección, promoción y garantía de los derechos de las personas: herramientas como la inteligencia artificial, el reconocimiento facial, el análisis de big data, la robótica y hasta la biotecnología están transformando nuestras sociedades, generando nuevas formas de interacción, control, exclusión y vigilancia. Este panorama tecnológico, aunque portador de grandes promesas para el desarrollo humano, plantea posibles tensiones éticas y jurídicas fundamentales. ¿Cómo asegurar que estos desarrollos se utilicen de manera compatible con los principios de dignidad humana, igualdad, privacidad y no discriminación? ¿Qué límites debe imponer el Derecho y cómo hacerlos factibles para prevenir abusos y violaciones? ¿Qué afectaciones pueden producirse a derechos individuales o colectivos, como la privacidad o los derivados de la libertad de expresión?

Uno de los retos más visibles es la protección de la privacidad y, en particular, de los datos personales. La capacidad de las tecnologías emergentes para recolectar, procesar y cruzar cantidades masivas de información sobre las personas ha puesto en jaque el control individual sobre ellos. La vigilancia masiva, tanto

estatal como corporativa, pone en dilema tanto los derechos civiles y políticos, como derechos económicos, sociales, culturales y ambientales. En materia de derechos laborales, por ejemplo, el uso de algoritmos para tomar decisiones de contratación, ascenso o despido puede reproducir o consolidar sesgos o discriminaciones históricas y estructurales, o incluso, generar nuevas formas de exclusiones. La opacidad de estos sistemas —conocida por muchos especialistas tecnológicos como la “caja negra algorítmica”— dificulta el control jurídico y social sobre sus impactos, socavando el derecho a la igualdad y a recursos judiciales efectivos.

Los aportes de los órganos de tratados en el sistema universal, así como la jurisprudencia de los sistemas regionales de protección, aún se encuentra en una etapa incipiente en relación con la velocidad en que se desarrollan las tecnologías emergentes. Pese a algunos avances, como algunos informes de relatores especiales de Naciones Unidas o ciertos pronunciamientos del Tribunal Europeo de Derechos Humanos, nuestro Sistema Interamericano, todavía no adopta disposiciones que proporcione directrices o vías claras para abordar estas cuestiones, por más de los aportes que el Comité Jurídico Interamericano ha adelantado en materia de datos personales.

Por ello, es importante destacar que el principio de precaución ampliamente desarrollado por el Sistema Interamericano, cobra especial relevancia en este campo, frente a tecnologías cuyo impacto sobre los derechos humanos es aún incierto o podría ser potencialmente dañino. Bajo esta tesis, los Estados deben adoptar medidas regulatorias que prioricen la protección de las personas sobre la innovación desregulada. También es indispensable repensar el concepto de jurisdicción en el entorno digital. En una situación que parece ir en ascenso, las afectaciones o posibles daños a derechos pueden originarse en un país e incidir en personas que se encuentran en otro, o, incluso, generarse en entornos ambiguos, dificultando la exigencia de responsabilidad y el acceso a la justicia.

Uno de los ámbitos en los que la IA ha irrumpido con particular relevancia es, justamente, el de los derechos políticos y su concreción en los procesos electorales.

En las democracias contemporáneas, los procesos electorales encarnan la decisión política más elemental y relevante a la que se enfrentan las personas ciudadanas. A través de esas actividades, la ciudadanía de un Estado -o una localidad de este- acude a las urnas para elegir (sufragio activo), a través del voto entre las nóminas propuestas (sufragio pasivo), a quienes desempeñarán -en condición de representantes- algunas de las más importantes potestades públicas en esas circunscripciones nacional o regionales.

En ese entendido, el análisis de las condiciones imperantes al ejercer tales derechos -sufragios activo y pasivo- ha constituido, y constituye, uno de los fenómenos de estudio más frecuentes en ámbitos como la sociología, la ciencia política y el derecho. Y es que, si se mira con detalle, la evaluación de las condiciones en que se ejerce el voto retrata el buen suceso democrático y, en particular, la efectiva participación política.

Frente a lo habitual de los estudios sobre estos temas, los tiempos actuales ofrecen una coyuntura que merece especial atención, máxime si se considera que el mundo asiste a la potenciación de los “ecosistemas digitales”, de ahí que su estudio sea inaplazable para las democracias de la región, objetivo al que apuntan las siguientes páginas. Para ello, en este texto se responderá a la pregunta: ¿cómo inciden los sistemas y modelos de IA en los procesos electorales que se llevan a cabo en el marco de la democracia? Ello, en el marco de una potencial incidencia negativa en cuatro elementos condicionantes del ejercicio del sufragio, a saber:

- a)** la libre determinación de la persona votante;
- b)** la equidad en la contienda electoral;
- c)** la transparencia en materia de financiamiento político; y,
- d)** la proyección de la libertad de expresión.

Planteado de tal manera, se analiza, de previo, la concepción de la IA desde los procesos electorales para luego abordar la denominada paradoja algorítmica y, en ese marco, referir brevemente a los citados elementos condicionantes en cuatro apartados independientes, uno por cada uno de ellas. La principal conclusión a la que se arriba es que, en los términos actuales, la IA constituye un valioso espacio de oportunidad para potenciar los méritos de la democracia representativa a través de los procesos electorales. Esa afirmación debe ser matizada, en todo caso, en el sentido de que, siguiendo la visión más optimista de esta cuestión, inclusive, los Estados, los ordenamientos jurídicos, la clase política, las autoridades electorales y la ciudadanía -entre otros actores- deben cumplir un rol de vigilancia activa a fin de que los modelos de IA potencien, y no menoscaben, los postulados democráticos, el Estado de Derecho y los derechos fundamentales.

1. La IA desde los procesos electorales

Desde las décadas de los 70 y 80 del siglo anterior, la incidencia de los modelos de IA ha ocupado las páginas de buena parte de la literatura especializada en la ecuación “tecnología, derecho y política”¹. No en vano, en esos ámbitos se ha insistido en definir la IA a través de diferentes aproximaciones sin que, por su complejidad, esa labor haya podido concluirse de modo satisfactorio. Renunciando a limitar el candidato semántico “IA” en un término meramente contingente, aquí se postula, siguiendo a Bustos (2024, pp. 153-154)², que las herramientas de este tipo son: a) un sistema o programa informático; b) que tiene objetivos definidos por alcanzar³; c) cuyos resultados pueden consistir en contenidos, predicciones,

¹ FRANCESCONI, E. (2020). “The winter, the summer and the summer dream of artificial intelligence in law”, en: *Artificial Intelligence and Law*, 30, pp. 147-161.

² BUSTOS, R. (2024). “El constitucionalista europeo ante la inteligencia artificial: reflexiones metodológicas de un recién llegado”, en: *Revista Española de Derecho Constitucional*, 131, pp. 149-178.

³ Barysé y Sarel clasifican los modelos de IA según los fines con que se despliegan, a saber: a) adquisición de la información; b) análisis de la información; c) selección de la decisión; y, d) implementación de la decisión. BARYSÉ, D. y SAREL, R. (2022). “Algorithms in the Court: Does it Matter Which Part of the Judicial Decision-Making is Automated?”, en: *Artificial Intelligence and Law*, 32, pp. 117-146.

recomendaciones, decisiones o aprendizajes; d) que tienen la capacidad de influir en su entorno; y, e) cuenta con un grado de autonomía para emprender acciones dentro de sus alcances técnicos.

Así configurados, surge la discusión de si tales modelos encarnan verdaderas expresiones físicas de inteligencia producidas a través de procesos y recursos artificiales, únicamente (Bustos, 2024, p. 154), lo que ha llevado a algunas personas⁴ a explicar que tales mecanismos son llamados así “con fines comerciales para producir fascinación con la herramienta”⁵ y, por ende, que deberíamos abdicar de esa denominación, aunque no hayan propuesto un mejor término para su designación.

En todo caso, lo que sí es cierto es que las herramientas, modelos y sistemas de IA -tecnologías, desde la amplitud conceptual- han incursionado con decisión en todos los ámbitos de nuestras vidas individual y colectiva; son elementos que llegaron para quedarse. Uno de los ámbitos donde resultan de aplicación cada vez más común es, justamente, el de los procesos electorales; así, en África, por ejemplo:

Desde los Sistemas Bimodales de Acreditación de Votantes (BVAS) en Nigeria hasta los chatbots de educación electoral basados en WhatsApp desarrollados por la Comisión Electoral y de Límites de Kenia, los organismos de gestión electoral (OGE) de todo el continente están integrando activamente la IA en sus operaciones, transformando la forma en que se administran las elecciones en tiempo real.⁶

Ciertamente, el recurso a la IA en la palestra electoral es transversal a distintas latitudes, de ahí que se esté replicando en buena parte de los Estados y continentes. Con esto no se quiere decir, por descontado, que las tecnologías de la

⁴ INNERARITY, D. (2022). “Inteligencia artificial y democracia”, en C. Lazzarini, F. D. Quilici y E. Amador (coords.). *Inteligencia artificial y política: los desafíos de una tecnología acelerada en las instituciones*. Buenos Aires: Teseo.

⁵ FERREIRA, D. (2025). *Impacto de las redes sociales y la Inteligencia Artificial en la erosión de la democracia*. San José: Instituto Interamericano de Derechos Humanos.

⁶ HAMAR, C. y MARTINO, E. (2025, 04, 06). *¿Cómo funciona la inteligencia artificial (IA) electoral en la práctica?*, en: IDEA Internacional: <https://www.idea.int/es/news/como-funciona-la-inteligencia-artificial-ia-electoral-en-la-practica-4>.

era digital se hayan hecho presentes recién ahora; por el contrario, la evidencia demuestra que estos modelos automatizados de apoyo en lo electoral se gestan e implementan desde años ha, como lo atestigua la evolución, desarrollo y aplicación del reconocimiento biométrico de la persona votante, la automatización sin precedente de los registros electorales o los desarrollos en transmisión rápida de resultados electorales (provisionales o preliminares).⁷

Sin embargo, los datos también permiten afirmar que la presencia de estas tecnologías -y especialmente la IA- en los procesos electorales se ha potenciado a una escala inédita recientemente. Así, según una encuesta elaborada por IDEA Internacional, los organismos electorales de África y las regiones Asia-Pacífico y los Balcanes⁸ emplean la IA, cada día con más asiduidad, para: la educación electoral multilingüe mediante chatbots generativos, la autenticación de votantes, la monitorización y el análisis de datos en redes sociales, así como para la gestión de resultados electorales.⁹

2. ¿Paradoja algorítmica? Incidencia negativa de la IA en los procesos electorales

Con un escenario de tales características y dimensiones, la incursión de la IA en lo electoral permite reforzar los méritos de la democracia representativa, que se ejerce a través de los comicios electivos y se materializa en la transparencia, la rendición de cuentas, el pluralismo, la participación ciudadana y la inclusión, el acceso a la información, la eficiencia y la mejora en la gestión pública, la equidad y el enriquecimiento de la deliberación, por citar tan solo alguno de ellos.¹⁰

⁷ NAJAM, S., SHAIKH, A. y NAQVI, S. (2018). "A Novel Hybrid Biometric Electronic Voting System: Integrating Finger Print and Face Recognition", en: *Mehran University Research Journal of Engineering & Technology*, 37(1), pp. 59-68.

⁸ HAMAR, C. y MARTINO, E. (2025, 04, 06). ¿Cómo funciona la inteligencia artificial (IA) electoral en la práctica?, en: IDEA Internacional: <https://www.idea.int/es/news/como-functiona-la-inteligencia-artificial-ia-electoral-en-la-practica-4>.

⁹ JUNEJA, P. (2024). *Artificial Intelligence for Electoral Management*. IDEA Internacional, URL: <https://www.idea.int/publications/catalogue/artificial-intelligence-electoral-management>.

¹⁰ INNERARITY, D. (2020). "El impacto de la inteligencia artificial en la democracia", en: *Revista De Las Cortes Generales*, 109, pp. 87-103. PÉREZ, S. y VIZOSO, Á. (2024). "Digitalización, política e

Empero, de acuerdo con su uso, herramientas de tan encomiable potencial pueden resultar perniciosas por sus efectos opuestos o problemáticos, situación conocida comúnmente como la paradoja algorítmica¹¹. Así, las herramientas, modelos o sistemas de IA pueden afectar el núcleo democrático en las siguientes dimensiones:

2.A) Afectación a la libre determinación del votante: la libertad que ha de asistir a las personas para elegir las opciones políticas de su preferencia (candidatura, organización política, coalición electoral, por ejemplo) y su consecuente manifestación, a través de un voto autónomo, informado y sin coacciones, deben ser irrestrictas, en todos los casos. No obstante, en la actualidad el ejercicio libre del derecho al sufragio y la participación política se ve amenazado por la IA a cuenta de la microsegmentación y la manipulación informativa, entre otras prácticas.

Dada la insuperable capacidad de los modelos de IA para analizar grandes cantidades de datos personales, resulta posible que estos, a solicitud de sus administradores, creen perfiles altamente fidedignos de las personas votantes con el propósito de dirigirles mensajes políticos personalizados, los cuales, por su carácter persuasivo, pueden explotar las vulnerabilidades emocionales y sesgos cognitivos de los individuos. Bajo el “hechizo” de la manipulación informativa, se desploman los atributos de libertad y autonomía, por no decir la evaluación crítica, con que las personas receptoras de estos mensajes acuden a las urnas a fin de emitir su voto.

En igual sentido, los modelos de IA contribuyen a la difusión vertiginosa de desinformación y fake news por la vía de la priorización del contenido

inteligencia artificial: revisión sistematizada de la producción científica”, en: *Más Poder Local*, 56, pp. 64-82.

¹¹ O'NEIL, C. (2016). *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. New York: Crown Publishing. DIAKOPOULOS, N. (2016). “Accountability in algorithmic decision making”, en: *Communications of the ACM*, 59(2), pp. 56-62.

sensacionalista y la propagación de mentiras a través de bots automatizados. Con ello el panorama informativo del que se nutren quienes ejercen el sufragio resulta gravemente distorsionado, circunstancia que dificulta o impide el acceso a información suficiente, veraz y equilibrada, recurso esencial para la emisión de un voto plenamente libre.¹²

2.B) Riesgos para la equidad en la contienda electoral: el principio de igualdad se proyecta de forma especial en los procesos electorales a través de la equidad en la contienda electoral, guía de acción que tiende a que, en el marco de los comicios, ninguna candidatura, organización política o coalición electoral goce de ventajas injustificadas en relación con sus contendientes. Ese panorama de “igualdad de oportunidades” puede verse amenazado con la IA pues, no obstante su potencial para optimizar la comunicación política y la toma de decisiones estratégicas, el uso indiscriminado y abusivo de esas herramientas puede afectar negativamente la contienda a la luz de la desigualdad en el acceso de tecnologías avanzadas y la dificultad -por no decir imposibilidad- de fiscalizar su uso dada la opacidad en los algoritmos que se emplean.

A propósito de la primera de esas problemáticas, es claro que las candidaturas, organizaciones o coaliciones con mayor acceso a recursos económicos están y estarán mejor posicionadas para acceder a modelos de IA que les permitan valerse, entre otras acciones estratégicas, de la microsegmentación, la automatización de datos y el análisis predictivo de las personas votantes o sus propios contrincantes¹³. Ello genera una asimetría tecnológica que compromete la

¹² O'NEIL, C. (2016). *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. New York: Crown Publishing. BASTOS, M. y MERCEA, D. (2019). “The Brexit botnet and user-generated hyperpartisan news”, en: *Social Science Computer Review*, 37(1), pp. 38-54. WOOLLEY, S. y HOWARD, P. (2016). “Automation, algorithms, and politics. Political communication, computational propaganda and autonomous agents. Introduction”, en: *International Journal of Communication*, 10, pp. 4882-4890.

¹³ O'NEIL, C. (2016). *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. New York: Crown Publishing. MORRIS, D. y MORRIS, J. (2013). “Digital Inequality and Participation in the Political Process”, en: *Social Science Computer Review*, 31(5), pp. 589-600.

equidad en la contienda al admitir una incidencia mayor, en el electorado y el contexto político, por parte de las opciones políticas con medios más robustos.

En segundo lugar, la imposibilidad de fiscalización en materia de IA y algoritmos es un problema consustancial a los ámbitos -y no solo el electoral- en que estos se desempeñan; no obstante, afecta especialmente los valores democráticos de publicidad, rendición de cuentas y transparencia con que están llamados a actuar todos los actores (personas, candidaturas, organizaciones del Estado y autoridades electorales) involucrados en la dinámica electoral. La dificultad para auditar los sistemas de IA, sus algoritmos y los criterios empleados para la generación de contenido limita el conocimiento ciudadano, a la vez que obstaculiza cualquier acción fiscalizadora de las autoridades electorales respecto de las plataformas que los proveen y los consumidores que a ellos recurren en campañas y procesos electorales.¹⁴

2.C) Afectaciones en la transparencia del financiamiento electoral: la financiación transparente de las candidaturas, organizaciones políticas y las coaliciones electorales constituye uno de los presupuestos elementales para asegurar la conformidad democrática de un proceso electoral, de ahí que su control resulte vital. Ahora bien, la irrupción de la IA en los comicios pone en evidencia la fragilidad de esos sistemas de control en virtud de la dificultad que asiste a los órganos públicos -entre ellos las autoridades electorales- para identificar y fiscalizar los gastos en que incurren los actores políticos al contratar herramientas de este tipo. En muchos casos, no existen registros claros acerca del costo real, el servicio y la empresa proveedora del modelo de IA contratado por la candidatura, organización o coalición electoral.

¹⁴ PASQUALE, F. (2016). *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Cambridge: Harvard University Press. CERINA, R. y ROUMEÁS, E. (2025). "The Democratic ethics of artificially polling", en: *AI & Society*, 40, pp. 3209-3223.

De igual manera, el recurso a este tipo de tecnologías -“cajas negras”- induce una distorsión a la transparencia del financiamiento electoral en el sentido de que las plataformas y servicios contratados operan allende las fronteras de los Estados o mediante redes descentralizadas, fragmentación que dificulta el seguimiento de las autoridades electorales al diluir la responsabilidad sobre la contratación de los servicios o las empresas, y permitir, en determinados casos, la financiación paralela o encubierta de la opción política que las contrata. Ello claramente habilita el ingreso de recursos de origen incierto, ilegal o extranjero a las campañas y procesos electorales, sin posibilidad alguna de fiscalización ciudadana o institucional.¹⁵

2.D) Impactos negativos en el ejercicio de la libertad de expresión: además, las herramientas, modelos y sistemas de IA encarnan la paradoja algorítmica en virtud de que son medios que pueden favorecer el ejercicio de derechos fundamentales, como la libertad de expresión, a la vez que su uso malicioso o abusivo produce una afectación o negación total de estos. Uno de los principales peligros en clave de la libertad de expresión en materia electoral se presenta con el uso de la IA para generación algorítmica de censura automatizada en plataformas de redes sociales. En esos niveles, los sistemas que moderan contenido en estas redes operan eliminando publicaciones que presuntamente infringen sus normas y políticas, sin que pueda decirse que su labor se rige con criterios transparentes o garantías de los derechos de los usuarios. La lógica establecida en esos términos impone una restricción ilegítima o desproporcionada del discurso de las personas usuarias, quienes no solo se ven silenciadas directamente sino, también, de forma indirecta a través de la imposición de filtros invisibles y la reducción de alcance de sus publicaciones (shadow banning).

Otro factor problemático de los modelos de IA, en relación con la libertad de expresión, surge de los contextos políticos autoritarios, donde esas tecnologías se

¹⁵ PASQUALE, F. (2016). *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Cambridge: Harvard University Press. ALDEMIR, C. y UÇMA, A. (2025). “Artificial Intelligence for Financial Accountability and Governance in the Public Sector: Strategic Opportunities and Challenges”, en: *Administrative Sciences*, 15(2), pp. 1.-58.

han empleado para monitorear, perfilar o suprimir la disidencia política a través de sistemas de vigilancia predictiva, detección automatizada de discursos con características “peligrosas” o campañas de desinformación propagadas vía chatbots. Tales usos producen un efecto inhibitor (chilling effect) en la población, que suprime la libertad con que deben contar las personas para expresarse en términos políticos.¹⁶

Finalmente, no podemos desconocer que, de acuerdo con la interpretación de la Corte Interamericana de Derechos Humanos¹⁷, el derecho de una sociedad a estar correctamente informada es una faceta (colectiva) de la libertad de expresión, la cual queda amenazada o directamente dañada por la desinformación.

2.E) La inteligencia artificial como potenciadora de la desinformación en sus diversas variantes: no podemos dejar de mencionar el potencial de la inteligencia artificial para, entre otras cosas, aumentar la cantidad y calidad en la generación de contenidos falsos o distorsionados gracias a su capacidad para producir mejor apariencia de autenticidad, con mayor rapidez y por parte de más “diseñadores”, buscando Instalar dudas acerca de candidatos, momentos del proceso o factores de integridad de las decisiones de las autoridades electorales.

Al unirse la IA con la desinformación, la dificultad de rastrear a los responsables y establecer restricciones, prohibiciones o sanciones se incrementa, dada la escasa trazabilidad de la combinación que ellas representan.

¹⁶ GÓMEZ, J. F., MACHADO, C., PAES, L. M., y CALMON, F. (2024). “Algorithmic arbitrariness in content moderation”, en: *Audiencias de la Conferencia de la ACM en Equidad, Rendición de Cuentas y Transparencia*, pp. 2234-2253. DIETRICH, F. (2025). “AI-based removal of hate speech from digital social networks: chances and risks for freedom of expression”, en: *AI and Ethics*, 5, pp. 2943-2953. DE GREGORIO, G. (2022). “Digital constitutionalism and freedom of expression”, en G. De Gregorio (coord), *Digital Constitutionalism in Europe. Reframing Rights and Powers in the Algorithmic Society*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 157-215.

¹⁷ OC-05/85 disponible en el sitio corteidh.or.cr.

3. Una nota sobre las referencias a los desarrollos tecnológicos recientes en los encuentros de los organismos electorales en América Latina y el Caribe

Las asociaciones de organismos electorales de la Región, el Protocolo de Tikal, el Protocolo de Quito y la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE) que los agrupa a los dos, se han interesado en los temas de desarrollos tecnológicos por considerable tiempo, especialmente en el marco de iniciativas y esquemas de cooperación horizontal, relacionados con ámbitos diversos, como el funcionamiento de sistemas de información y comunicación, las distorsiones que pueden acarrear las redes sociales en la campaña electoral y los posibles replanteamientos técnicos en la crucial etapa de transmisión de resultados.

De unos cinco años a esta parte, sin embargo, los debates evidenciados en las respectivas conferencias (anuales o bianuales) y sus acuerdos¹⁸, muestran una recurrente inquietud por la irrupción y expansión de la desinformación y las fake news, que suelen distorsionar la opinión pública, especialmente en época electoral y a menudo introduciendo desconfianza hacia los organismos electorales o, abiertamente, buscando dañar su imagen y sembrar dudas acerca de la credibilidad del proceso¹⁹. Las principales líneas sobre las que ha versado esta preocupación compartida han sido la identificación de su papel disruptivo en materia electoral y la promoción de la cooperación horizontal entre los organismos miembros para detectar y compartir las mejores estrategias para combatirla (con mención especial al Tribunal Electoral de Panamá por su Centro de Estudio y Monitoreo Digital y a varios casos exitosos de convenios entre las autoridades electorales y las plataformas internacionales de provisión de servicios).

¹⁸ En ese sentido, pueden consultarse las Conferencias XXXIII (2019), XXXV (2021) del Protocolo de Tikal y las XIV (2021) y XV (2023) de la UNIORE. Todas disponibles en el sitio iidh.ed.cr/es/capel

¹⁹ Una reciente publicación explora más en detalle estas experiencias en mirada comparada, IFED/KONRAD ADENAUER STIFTUNG (2025), *Desinformación y democracia: retos para los organismos electorales*, San José, Editorial IFED-TSE.

No ha habido hasta ahora mención escrita de la inteligencia artificial, pero es más que probable que aparezca pronto en los trabajos y los acuerdos de los organismos electorales en esta parte del mundo.

Conclusiones

Los desarrollos tecnológicos y sus sistemas están teniendo una evolución acelerada, planteando nuevas posibilidades y generando tanto oportunidades como amenazas. Sus diseños y metas rara vez consideran la eventual afectación a los derechos de las personas. El Derecho, en general, se mueve con rezago ante este cambio vertiginoso, aunque ya hay elaboración de principios significativos, sobre todo en materia de datos personales.

Las herramientas de IA llegaron con un potencial enorme para nuestras vidas individual y colectiva, de ahí que puedan servir como un espacio de oportunidad valioso para potenciar los méritos de la democracia representativa que se materializa a través de los procesos electorales. De esta manera, los modelos de IA pueden tener una incidencia positiva al profundizar la transparencia, la rendición de cuentas, el pluralismo, la participación ciudadana y la inclusión, el acceso a la información, la eficiencia y la mejora en la gestión pública, la equidad y el enriquecimiento de la deliberación.

No obstante ese potencial valor democrático, según los usos que les asignan sus empresas creadoras y promotoras, así como los otorgados por las candidaturas, las organizaciones políticas y las coaliciones en el marco de los comicios, los modelos de IA también pueden producir efectos opuestos o problemáticos a tales valores, situación a la que la literatura especializada ha denominado la paradoja algorítmica.

Pues bien, en la dimensión de los procesos electorales, las tecnologías de IA, a partir de usos maliciosos o abusivos, pueden producir afectaciones severas en

la libre determinación de la persona votante, la equidad en la contienda, la transparencia del financiamiento político y la plena libertad de expresión. Su potencial para incrementar la incidencia de la desinformación no puede ser desconocido o minimizado.

Esa condición ambivalente de los referidos sistemas obliga, como consecuencia, a la necesaria implicación de los actores ciudadanos e institucionales a efectos de fiscalizar su uso correcto; es ahí donde se juega una partida importante del juego por el futuro de la democracia.

Los organismos electorales de América latina y el Caribe han debido enfrentar las distorsiones que la desinformación ha traído a las contiendas políticas y que ha amenazado su propia imagen e integridad. Han establecido alianzas y han intercambiado prácticas positivas. La expansión de la inteligencia artificial les traerá oportunidades, pero también generará un peligroso coctel con la desinformación y otros signos de los tiempos, como los discursos de odio y desinstitucionalización y la frecuente polarización de los electorados. Para afrontar estos retos, las organizaciones de organismos electorales siguen representando un espacio de un gran potencial para navegar en mejor compañía aguas que prometen seguir siendo turbulentas.

Bibliografía

ALDEMIR, C. y UÇMA, A. (2025). "Artificial Intelligence for Financial Accountability and Governance in the Public Sector: Strategic Opportunities and Challenges", en: *Administrative Sciences*, 15(2), pp. 1.-58.

BARYSÉ, D. y SAREL, R. (2022). "Algorithms in the Court: Does it Matter Which Part of the Judicial Decision-Making is Automated?", en: *Artificial Intelligence and Law*, 32, pp. 117-146.

BASTOS, M. y MERCEA, D. (2019). "The Brexit botnet and user-generated hyperpartisan news", en: *Social Science Computer Review*, 37(1), pp. 38-54.

BUSTOS, R. (2024). "El constitucionalista europeo ante la inteligencia artificial: reflexiones metodológicas de un recién llegado", en: Revista Española de Derecho Constitucional, 131, pp. 149-178.

CERINA, R. y ROUMEÁS, E. (2025). "The Democratic ethics of artificially polling", en: AI & Society, 40, pp. 3209-3223.

DE GREGORIO, G. (2022). "Digital constitutionalism and freedom of expression", en G. De Gregorio (coord), Digital Constitutionalism in Europe. Reframing Rights and Powers in the Algorithmic Society. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 157-215.

DIAKOPOULOS, N. (2016). "Accountability in algorithmic decision making", en: Communications of the ACM, 59(2), pp. 56-62.

DIETRICH, F. (2025). "AI-based removal of hate speech from digital social networks: chances and risks for freedom of expression", en: AI and Ethics, 5, pp. 2943-2953.

FERREIRA, D. (2025). Impacto de las redes sociales y la Inteligencia Artificial en la erosión de la democracia. San José: Instituto Interamericano de Derechos Humanos.

FRANCESCONI, E. (2020). "The winter, the summer and the summer dream of artificial intelligence in law", en: Artificial Intelligence and Law, 30, pp. 147-161.

GÓMEZ, J. F., MACHADO, C., PAES, L. M., y CALMON, F. (2024). "Algorithmic arbitrariness in content moderation", en: Audiencias de la Conferencia de la ACM en Equidad, Rendición de Cuentas y Transparencia, pp. 2234-2253.

HAMAR, C. y MARTINO, E. (2025, 04, 06). ¿Cómo funciona la inteligencia artificial (IA) electoral en la práctica?, en: IDEA Internacional: <https://www.idea.int/es/news/como-funciona-la-inteligencia-artificial-ia-electoral-en-la-practica-4>.

IFED/KONRAD ADENAUER STIFTUNG (2025), Desinformación y democracia: retos para los organismos electorales, Editorial IFED-TSE

INNERARITY, D. (2020). "El impacto de la inteligencia artificial en la democracia", en: Revista De Las Cortes Generales, 109, pp. 87-103. PÉREZ, S. y VIZOSO, Á. (2024). "Digitalización, política e inteligencia artificial: revisión sistematizada de la producción científica", en: Más Poder Local, 56, pp. 64-82.

(-----) (2022). "Inteligencia artificial y democracia", en C. Lazzarini, F. D. Quilici y E. Amador (coords.). Inteligencia artificial y política: los desafíos de una tecnología acelerada en las instituciones. Buenos Aires: Teseo.

JUNEJA, P. (2024). Artificial Intelligence for Electoral Management. IDEA Internacional, URL: <https://www.idea.int/publications/catalogue/artificial-intelligence-electoral-management>.

MORRIS, D. y MORRIS, J. (2013). "Digital Inequality and Participation in the Political Process", en: Social Science Computer Review, 31(5), pp. 589-600.

NAJAM, S., SHAIKH, A. y NAQVI, S. (2018). "A Novel Hybrid Biometric Electronic Voting System: Integrating Finger Print and Face Recognition", en: Mehran University Research Journal of Engineering & Technology, 37(1), pp. 59-68.

O'NEIL, C. (2016). Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy. New York: Crown Publishing.

PASQUALE, F. (2016). The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information. Cambridge: Harvard University Press.

WOOLLEY, S. y HOWARD, P. (2016). "Automation, algorithms, and politics. Political communication, computational propaganda and autonomous agents. Introduction", en: International Journal of Communication, 10, pp. 4882-4890.

JOSE THOMPSON J.

José Thompson, abogado y profesor universitario costarricense, es en la actualidad y desde el año 2013 el Director Ejecutivo del Instituto Interamericano de Derechos Humanos (IIDH), entidad con la cual se ha vinculado en diversas formas a lo largo de más de treinta años y al cual actualmente sirve también como Director del Centro de Asesoría y Promoción Electoral (CAPEL). Profesor de la Universidad de Costa Rica desde 1984, actualmente con el rango máximo de Catedrático, con actividad más reciente en los cursos de Derechos Humanos (2012-2014) y Derecho Internacional Público, Cátedra esta última que coordina hasta la actualidad; ha sido Vicedecano de la Facultad de Derecho de esa universidad entre 2019 y 2023. Ha formado parte del servicio exterior de Costa Rica (1994-1998). Es autor de artículos, libros e investigaciones especializadas en temas de justicia, democracia, sistemas electorales, Derechos Humanos y Derecho Internacional y ponente y disertante sobre estos temas en diversas universidades y centros de estudio de América Latina, Estados Unidos de América y en Europa.

La Inteligencia Artificial guiada en contextos electorales y la creación de manuales para su aplicación

Alfredo Juncá Wendehake

Uso y aplicación de la inteligencia artificial guiada

El entorno electoral no es ajeno a la irrupción de la Inteligencia Artificial (IA), entendida en su acepción más amplia como el desarrollo de sistemas capaces de emular procesos cognitivos humanos para ejecutar tareas específicas. Ante este escenario, se vuelve imperativo delimitar y regular su empleo e injerencia en los procesos comiciales, no solo para capitalizar sus oportunidades y beneficios potenciales (como la optimización logística o la predicción de tendencias), sino también para mitigar los riesgos inherentes a la manipulación. Para lograr una regulación efectiva, resulta fundamental la distinción entre la IA guiada (o asistida) y la IA autónoma (o no guiada), máxime en un entorno institucional donde la certeza, la transparencia y el control público son pilares irrenunciables.

La inteligencia artificial guiada en procesos electorales se entiende como el uso de sistemas algorítmicos sometidos a supervisión humana deliberada y constante, dentro de criterios éticos, técnicos y normativos previamente establecidos. Su finalidad es reducir los riesgos propios de la automatización plena, garantizando que la responsabilidad final en decisiones críticas nunca sea delegada totalmente a sistemas autónomos.

Bajo este enfoque, los sistemas de IA:

1. Operan bajo control y validación humana continua.
2. Se rigen por reglas predefinidas, límites claros y verificables.
3. No adoptan decisiones finales sin supervisión y autorización humana.

4. Incorporan mecanismos de trazabilidad y auditabilidad, permitiendo explicar el razonamiento o procedimiento seguido.

Este modelo resulta especialmente relevante en materia electoral, debido a que los procesos electorales inciden directamente en la legitimidad democrática y son altamente sensibles a errores, manipulaciones o sesgos. La IA guiada contribuye a minimizar riesgos tales como:

- Comprometer la confianza pública en la administración electoral.
- Generar sesgos sociales, políticos o territoriales.
- Facilitar la propagación masiva de desinformación.
- Alterar la percepción de imparcialidad institucional.

Su valor radica en que permite aprovechar ventajas técnicas —como la rapidez en el procesamiento de grandes volúmenes de datos, la mejora en sistemas de gestión, y la eficiencia administrativa— sin desplazar el control y la responsabilidad humana.

La IA es un conjunto de tecnologías en rápida evolución que en gran medida carecen de regulación. (Prathm, 2024)

Ante esta inminente avalancha tecnológica, cuya rápida evolución y alcance global exceden los ritmos tradicionales de la codificación, es imperativo que los marcos normativos se adecuen a estos cambios. Por ello, las normativas deben privilegiar, sin lugar a duda la ética, la transparencia y la verificabilidad para no comprometer la certeza y honradez del proceso electorales.

El uso responsable de la IA guiada puede convertirse en un instrumento para fortalecer la organización electoral, la calidad de la información pública y la participación ciudadana. El desafío principal reside en equilibrar innovación tecnológica con salvaguardas democráticas efectivas, evitando que la automatización pueda ser utilizada para influir indebidamente en la opinión pública, distorsionar el debate electoral o afectar la integridad de los resultados.

Asimismo, el auge de las redes sociales y de los sistemas avanzados de análisis de datos ha transformado la dinámica democrática contemporánea. Estas herramientas ofrecen

oportunidades para ampliar la interacción ciudadana y optimizar procedimientos administrativos, pero también incrementan riesgos como la desinformación, la manipulación de narrativas y las amenazas a la seguridad e integridad electoral.



Figura 1. Estamos preparados la IA en las elecciones – Fuente: Voz y Voto

Los avances tecnológicos son imparables, al igual que las plataformas digitales y las redes sociales, las cuales han marcado una participación importante en el marco de los procesos electorales. Actualmente, se ve activamente a los candidatos políticos haciendo uso de estos medios digitales con el propósito de promover sus candidaturas, planes de gobierno, etc. En este sentido, las redes sociales juegan un rol importante y activo en la comunicación política.

Tipos de algoritmos aplicados

Los algoritmos de inteligencia artificial guiada en los contextos electorales son sistemas diseñados con objetivos específicos; de decisión, es decir, son dirigidos para asistir, automatizar o influir en diferentes aspectos de los procesos electorales. Estos algoritmos son entrenados, ajustados y operados con un propósito concreto definido por humanos.

Los algoritmos se pueden clasificar en:

1. Gestión Electoral y Operativa

Mejoran los procesos técnicos y administrativos. Ejemplos:

- Optimizar el padrón electoral para detectar duplicados, inconsistencias o fraudes de identidad (usando algoritmos de reconocimiento o clasificación supervisada).
- Estimar la afluencia en los centros de votación o detectar zonas de conflicto.
- Apoyar en el análisis forense digital para identificar manipulaciones en actas o patrones anómalos en el conteo.
- Ejemplo: Algoritmos de clasificación entrenados para detectar firmas falsas en hojas de inscripción de candidatos.

2. Análisis de Datos y Comportamiento Electoral

Utilizan IA guiada para analizar grandes volúmenes de datos (encuestas, redes sociales, etc.). Ejemplos:

- Modelos predictivos de intención de voto o participación.
- Sistemas de análisis de sentimientos entrenados para identificar emociones en comentarios políticos.
- Segmentación de electores usando clustering o árboles de decisión.
- Ejemplo: Algoritmo entrenado con encuestas históricas para predecir el voto por región, género y edad.

3. Campañas Políticas y Comunicación Electoral

Ayudan a los partidos o candidatos a optimizar su estrategia de comunicación. Ejemplos:

- Personalización de mensajes políticos en redes sociales.
- Chatbots políticos entrenados para responder preguntas frecuentes de ciudadanos.
- Generación automática de contenido (textos, imágenes o videos).
- Detección de fake news o deepfakes si se usan para protección electoral (ejemplo positivo).
- Ejemplo negativo (Deepfakes):

- Estados Unidos (2024): Envío de robocalls con voz clonada de Joe Biden pidiendo a votantes demócratas no salir a votar.
- Eslovaquia (2023): Audio deepfake que simulaba al líder opositor Michal Šimečka “planeando manipular” la votación, difundido antes de las urnas.

En Panamá durante el período electoral del 2024, se dieron casos de deepfakes que afectaron la reputación de los candidatos afectando la campaña electoral de estos, así como también generaron desconfianza.

- Caso Ricardo Lombana: Difusión de un video manipulado por IA que emulaba su voz con el propósito de desprestigiar su candidatura, impactando negativamente la percepción pública.¹
- Caso Rómulo Roux: Viralización de un video alterado por IA que modificaba las palabras de una canción basada en el eslogan de su campaña, introduciendo términos negativos.

El Tribunal Electoral de Panamá ejecutó acciones correspondientes, aplicando el Artículo 292 del Código Electoral. Dicho artículo establece que la Dirección Nacional de Organización Electoral debe verificar y adoptar medidas para suspender e identificar a los responsables de actividades que afecten el proceso electoral. El Tribunal Electoral ya había denunciado algunos de estos videos a Meta, ordenando “la suspensión de las publicaciones”. (Wendehake, 2024).

El Tribunal Electoral de Panamá ya había denunciado algunos de estos videos a Meta, ordenando “la suspensión de las publicaciones”. (Llaurano, 2024)

¹ Desinformación y democracia: retos para los organismos Electorales

manipulados con la intención de cambiar la percepción de ellos, ejemplo de ello, en México se utilizó la voz de Claudia Sheinbaum con distintos fines y en Estados Unidos tanto Joe Biden como Donald Trump fueron noticia por los deepfakes.

Beneficios del uso y aplicación de IA guiada en los contextos electorales

Los beneficios se centran en mejorar la gestión y la participación:

- Mejorar el acceso a la información: Mediante chatbots o asistentes virtuales que explican cómo votar, dónde y cuándo.
- Analizar las tendencias: Ayuda a partidos o medios a comprender el estado de la opinión pública (si se usa de forma ética y agregada).
- Prevenir la desinformación: Algoritmos que detectan fake news o campañas de desinformación coordinadas.
- Detectar irregularidades: Vigilar patrones anómalos en el proceso electoral o en redes sociales.
- Optimización logística: Asignación eficiente de recursos en el día electoral (urnas, personal, papeletas, seguridad, entre otros).

Una transparencia y una supervisión adecuadas pueden garantizar que las herramientas de IA en las oficinas electorales sean útiles y no dañinas. (Medidas de seguridad para el uso de la inteligencia artificial en la administración electoral, 2023)

Los funcionarios electorales de todo el país ya utilizan la IA para realizar funciones importantes, aunque limitadas, de manera eficaz. La mayoría de las oficinas electorales, ante limitaciones presupuestarias y de personal, sin duda se enfrentarán a una presión considerable para ampliar el uso de la IA con el fin de mejorar la eficiencia y el servicio a los votantes, especialmente a medida que el resto del mundo adopta esta tecnología de forma más generalizada. (Medidas de seguridad para el uso de la inteligencia artificial en la administración electoral, 2023).

Las redes sociales y la inteligencia artificial han permitido a los partidos políticos y candidatos dirigir mensajes altamente personalizados a segmentos específicos de la

población. Las plataformas de redes sociales recopilan una gran cantidad de datos sobre los usuarios, lo que permite a las campañas identificar sus preferencias políticas, intereses y preocupaciones. La inteligencia artificial (IA) analiza estos datos para diseñar mensajes dirigidos a distintos grupos demográficos con gran precisión. (Wendehake, 2024).

La inteligencia artificial guiada se puede aplicar en partes del proceso electoral como lo son el registro y validación de votantes con el propósito de constatar la identificación facial o biométrica, además de comprobar la verificación de duplicados o inconsistencias y también, el monitorio de redes sociales que ayudan a la detección de campañas de desinformación o bots automatizados y la clasificación de contenido como sospechoso, pero que debe ser verificado por un comité de revisión. Otro aspecto donde puede ser aplicada es con el uso de chatsbots de información electoral, que brindan respuestas automáticas como horarios, ubicación de centros y requisitos para los votantes. Además, puede ser aplicado también para el análisis de resultados preliminares como la verificación automatizada de actas digitalizadas detectando anomalías siempre bajo la auditoría cruzada, es decir, con supervisión humana.

Según Idea internacional, es necesario que los organismos electorales elaboren planes para responder a la inteligencia artificial, así como para utilizarla, en algunos casos, a fin de garantizar elecciones libres, justas y seguras.²

Principios clave de la IA guiada en elecciones

Para la correcta aplicación de la IA guiada, se deben seguir principios fundamentales:

- Supervisión humana: todas las decisiones críticas deben estar bajo control humano.
- Transparencia: la IA debe ser comprensible y explicable.
- Trazabilidad: debe existir historial completo del funcionamiento del sistema.
- Proporcionalidad: el uso de IA debe ser necesario y no invasivo
- No discriminación: el sistema debe estar entrenado para evitar sesgos contra grupos sociales.

² La inteligencia artificial para la gestión electoral - Instituto Internacional para la Democracia y Asistencia Electoral, IDEA 2024.

- Auditoría independiente: expertos externos deben poder revisar el sistema.

Estos principios tienen como propósito dar a conocer la mejor manera, aplicación y uso de IA guiada en los procesos electorales.

Riesgos y desafíos por el uso de IA en los contextos electorales

Como todo, en el uso en la aplicación de inteligencia artificial existen riesgos y desafíos, algunos de los cuales podemos encontrar en el entorno electoral son la manipulación del electorado es decir, la microsegmentación de votantes basada en datos personales, la falta de transparencia que se refiere a que si no se conoce como funciona el algoritmo o sus sesgos esto puede comprometer la confianza en el proceso electoral, la desigualdad de acceso si solo ciertos partidos o candidatos tienen acceso a herramientas avanzadas de inteligencia artificial lo que puede llevar a que haya ventaja desleal, la difusión automatizada de propaganda con bots o inteligencia artificial generativa que crean contenido falso o polarizante a gran escala y la vigilancia excesiva que se refiere al monitoreo masivo del comportamiento político de los ciudadanos violando la privacidad de los demás.

Por otra parte, encontramos los riesgos de la IA no guiada en los contextos electorales como lo son la automatización sin responsabilidad, la falta de transparencia algorítmica, la manipulación de la opinión pública y la exclusión de grupos vulnerables.

La manipulación de datos, la creación de perfiles falsos y los ataques cibernéticos son algunos de los riesgos que enfrentan los procesos electorales. (Rafael Rubio Nuñez, 2025)

La IA plantea una amenaza importante e inmediata pero también puede ofrecer nuevas capacidades de defensa. (Cómo la inteligencia artificial puede afectar la seguridad de las elecciones, 2023)

Aplicación de Manual de IA guiada

El manual es el documento que contiene información organizada y sistemática, a menudo con instrucciones o procedimientos. Este debe contar con aspectos legales, éticos y sociales y detallar el procedimiento para la implementación de la IA guiada, estableciendo lineamientos claros para el uso responsable, ético y transparente.

El manual debe establecer de forma clara y simple cuál es el objetivo de su aplicación. Por ejemplo: guiar a las autoridades electorales, prevenir la manipulación u optimizar la gestión de datos. El documento debe ser práctico, ético y estar legalmente alineado con todas las normas electorales del país donde se vaya a aplicar.

Para su aplicación, es importante identificar los contextos electorales relevantes donde la IA pueda aplicarse:

- Campañas políticas (análisis de opinión pública).
- Monitoreo de redes sociales (detección de desinformación, bots o noticias falsas).
- Logística electoral (optimización de recursos, gestión de mesas y predicción de afluencia).
- Transparencia en los resultados (auditorías y verificación de integridad electoral).

Se debe crear un marco ético y legal que incluya principios y restricciones como la transparencia, la privacidad, la no manipulación y la auditoría.

El procedimiento debe elaborarse diseñando pasos concretos para su ejecución en cada escenario, considerando:

1. Definir los objetivos específicos.
2. Recolectar y preparar los datos (respetando privacidad y calidad).
3. Seleccionar herramientas de IA guiada adecuadas.
4. Configurar la supervisión humana y alertas de riesgos.
5. Evaluar resultados y ajustar el modelo según la necesidad.
6. Documentar todo para transparencia y auditoría.

Se deben crear anexos y referencias, como glosarios, legislación electoral relevante y herramientas de inteligencia artificial confiables y éticas.

Conclusiones

El uso de IA guiada tiene beneficios en los procesos electorales, pero también existen riesgos. Por ello, se debe crear un manual que explique el procedimiento detallado para su

aplicación, así como ejercicios y ejemplos prácticos. Es necesaria la salvedad entre el uso y aplicación de la inteligencia artificial guiada y la no guiada, y la aplicación de ambas.

La IA en sí no es mala; lo malo o bueno es el uso que se le dé a esta herramienta. La imagen y la opinión pública de una persona puede verse afectada en cuestión de minutos por una foto, un video o una nota de voz que haya sido alterado.

La IA Generativa es una rama de la Inteligencia Artificial que tiene la capacidad para generar contenido novedoso en diversas formas: texto, imagen, música y video. Utilizando modelos que imitan el funcionamiento de las redes neuronales humanas, estas tecnologías pueden innovar y realizar tareas con un cierto «toque humano».
(Bustamante, 2024)

Si bien la existencia de información falsa no es un fenómeno nuevo, los avances de la IAG exacerban los problemas, pues permiten aumentar la cantidad de información falsa y, en algunos casos, mejorar su calidad. Algunas estrategias para mitigar estos riesgos consisten en garantizar la transparencia, promover la cooperación entre agencias o desarrollar alianzas con los proveedores y divulgadores de contenidos. (Prathm, 2024).

La inteligencia artificial ha transformado la manera en que las personas crean, buscan, reciben y comparten información. En la era moderna, esto se ha visto principalmente a través de la evolución de las plataformas de redes sociales y su mediación algorítmica del contenido. (Ajay Patel, 2025).

<https://aulasimple.ai/blog/inteligencia-artificial-generativa/>
<https://transparenciaelectoral.org/blog/el-impacto-de-la-inteligencia-artificial-en-los-procesos-electorales/>

Alfredo Juncá Wendehake

Es Licenciado en Derecho y Ciencias Políticas por la Universidad de Panamá. Cuenta con un Postgrado en Negocios Jurídicos Internacionales y una maestría en Administración de Empresas (MBA) por la Universidad Católica Santa María la Antigua de Panamá, una maestría en Comunicación Política y Marketing Digital por el Centro de Educación Superior Next y la Universidad de Lleida de España, maestría en Derecho Electoral por la Universidad de Castilla-La Mancha de España, así como una maestría en Marketing Digital, Growth Hacking y eCommerce por la universidad OBS Business School de Barcelona.

Es Director de la Revista Mundo Electoral, publicación mundial que llega a más de 20 países en diferentes idiomas. Es creador y promotor del Pacto Ético Digital, primera iniciativa ética para el uso del internet y redes sociales en procesos electorales, y del primer centro de monitoreo y estudios de medios digitales en materia electoral en Latinoamérica. En diciembre de 2019 fue designado Presidente de la Comisión Nacional de Reformas Electorales 2020.

En noviembre del 2022 fue designado como Magistrado Presidente del Tribunal Electoral de Panamá para el periodo noviembre 2022-diciembre 2024.

Actualmente es Presidente de la Unión Interamericana de Organismos Electorales y Magistrado Segundo VicePresidente del Tribunal Electoral de Panamá.

Del Pregonero al Algoritmo: Crónicas de un Tribunal Electoral en Tiempos de “Fake News” (Elecciones 2024)

Leopoldo Alfaro

Resumen

En este artículo analizamos la desinformación en el contexto político-electoral panameño durante el ciclo 2022–2024, combinando marcos teóricos de las Ciencias Políticas, la Comunicación y la Sociología con evidencia normativa y con la experiencia institucional del Centro de Estudios y Monitoreo Digital (CEMD) del Tribunal Electoral de Panamá. Para enmarcar el análisis, utilizamos la metáfora de la “Plaza Pública Digital”, entendida como la extrapolación de un espacio deliberativo histórico —donde la información siempre circuló de manera socialmente mediada— hacia su versión contemporánea en entornos digitales, caracterizados por la intermediación algorítmica que reorganiza la deliberación y amplifica la microsegmentación afectiva.

El artículo examina los mecanismos sociotécnicos que sostienen este fenómeno, tales como las cámaras de eco, los nets centers, los deepfakes y la microsegmentación política, así como las respuestas institucionales orientadas a actualizar los marcos regulatorios frente a estos desafíos. Entre ellas destacan el monitoreo y vigilancia de propaganda digital, la alfabetización mediática y la cooperación internacional. Además, se presentan casos empíricos ocurridos en Panamá en 2024, como la suplantación de identidad mediante voz sintética y la violencia política de género en línea, que ilustran los riesgos concretos de la desinformación electoral.

Finalmente, proponemos un esquema de gobernanza multinivel que combine regulación inteligente, transparencia de plataformas, observación digital y la formación cívico-digital continua de la ciudadanía en Panamá y Latinoamérica, como respuesta integral a la creciente complejidad del ecosistema informativo.

Introducción: cuando la esfera pública se volvió programable

La comunicación, la distribución de información y, por extensión, la desinformación, no son fenómenos recientes. Lo que sí resulta novedoso es la forma en que las

tecnologías digitales han transformado la infraestructura de propagación y han – situado a la economía de la atención como eje central de la circulación de contenidos (Tufekci, 2015; Wardle & Derakhshan, 2017). En este sentido, propongo la metáfora de la Plaza Pública para ilustrar cómo han cambiado los mecanismos de difusión y control social de la información.

Mucho antes de la comunicación digital, del teléfono celular, del telégrafo e incluso de la imprenta, las plazas centrales de nuestros pueblos y ciudades eran el espacio donde los vecinos se encontraban para realizar actividades comerciales, sociales y culturales. Allí circulaban noticias, rumores e ideas de toda índole, pero existía una forma de autorregulación comunitaria: si alguien compartía información falsa o estrafalaria —el “loco” o el “borracho de la esquina”— sus palabras rara vez trascendían, pues la proximidad material y la interacción cara a cara facilitaban el control social del rumor.

Aquí me gustaría proponer a la Plaza Pública como metáfora de la esfera pública. Antes, la corrección social y la proximidad material contenían el rumor; hoy, en la Plaza Digital, los algoritmos y las cámaras de eco aceleran la difusión y el refuerzo selectivo de las narrativas (Sunstein, 2017). Esta evolución altera los filtros tradicionales de validación y coloca a los organismos electorales frente a un mandato ampliado: no solo administrar la logística del voto, sino también proteger el derecho ciudadano a la información veraz y defender la integridad de la contienda democrática.

En Panamá, ese mandato se plasma en el Decreto 29 (Boletín del Tribunal Electoral N.º 5065 del 31 de mayo de 2022), que convoca y reglamenta la Elección General del 5 de mayo de 2024, estableciendo el calendario, las disposiciones sobre propaganda y las obligaciones en medios digitales (Tribunal Electoral, 2022).

Marco teórico: afectos, segmentación y campos de disputa

Si entendemos que el objetivo central de las instituciones electorales es organizar la logística del voto y, al mismo tiempo, proteger el derecho ciudadano a la información veraz, se hace evidente que ambas funciones confluyen en la defensa de la integridad de la contienda democrática. Para cumplir con este mandato, resulta imprescindible analizar fenómenos novedosos que hoy actúan como factores determinantes en los procesos electorales.

Como señalan Tucker et al. (2018), la calidad de la información es un insumo fundamental para la formación de preferencias y, en consecuencia, para la

legitimidad de los resultados electorales. Por ello, velar por la integridad informativa se ha convertido en una de las tareas primordiales de los organismos electorales contemporáneos.

En este marco surge el reto de la microsegmentación política, entendida como la construcción de espacios comunicativos cerrados o cámaras de eco donde se amplifican las narrativas más extremas de cada posición (Sunstein, 2017). Este fenómeno tensiona el debate público al fragmentarlo en micro audiencias opacas, reduciendo la posibilidad de contrastar datos y complicando los procesos de verificación y validación de la información. El resultado es un entorno en el que la deliberación democrática se ve erosionada por la falta de exposición a perspectivas diversas y por la proliferación de contenidos no fidedignos.

Otro principio fundamental para comprender la dinámica de la desinformación contemporánea es el modo en que las plataformas digitales de comunicación aplican algoritmos de recomendación para organizar y priorizar los contenidos que cada usuario consume. En la dimensión político-electoral, este aspecto es crucial, ya que determina la calidad y el tipo de información a la que cada persona accede en función de sus costumbres, hábitos e interacciones previas.

Un algoritmo puede definirse como una secuencia de instrucciones matemáticas diseñadas para resolver un problema o ejecutar una función específica. En el caso de las plataformas digitales, los algoritmos procesan grandes volúmenes de datos para optimizar la permanencia de los usuarios, puesto que el modelo de negocio de estas empresas se basa en maximizar la venta de espacios publicitarios. De esta forma, los algoritmos tienden a privilegiar contenidos que generan reacciones emocionales intensas por encima de aquellos que aportan valor epistémico (Bakshy, Messing, & Adamic, 2015).

En esta misma línea, Pariser (2011) advierte sobre las llamadas “burbujas de filtro”, que encierran a cada ciudadano en un flujo informativo personalizado, moldeado por sus propias interacciones y preferencias previas, lo cual reduce la exposición a perspectivas diversas. Estas dinámicas se han perfeccionado con la irrupción de nuevas plataformas: TikTok, por ejemplo, ha llevado la lógica de la viralidad y el “engagement” a un nivel superior respecto a generaciones anteriores como Facebook e Instagram, logrando que los contenidos —incluidos los desinformativos— se difundan con una velocidad e intensidad sin precedentes.

Por último, cuando los actores políticos, los candidatos a elección popular y la ciudadanía en general recurren a la comunicación digital para promover sus

preferencias, se abre un terreno fértil para el uso estratégico de la desinformación como mecanismo de persuasión. Con frecuencia, las campañas recurren a estas tácticas para inclinar la balanza electoral a su favor. El resultado, como señalan Iyengar, Sood y Lelkes (2019), es la intensificación de la polarización afectiva y la consiguiente erosión de la confianza social. Estas dinámicas se sostienen en el uso de las emociones y en la explotación del sesgo de confirmación, que refuerza la narrativa más conveniente para cada actor político.

A este panorama se suma la irrupción de las nuevas herramientas de inteligencia artificial y la capacidad de generar contenido sintético mediante computadoras, lo que introduce un matiz adicional. Ejemplo de ello es la llamada “teoría del internet muerto,” que describe ecosistemas digitales donde bots interactúan entre sí, amplificando posiciones extremas y saturando el espacio público con ruido automatizado. Frente a este escenario, muchos ciudadanos reales optan por la indiferencia o el silencio, lo que reduce la circulación de ideas genuinas y debilita la deliberación democrática.

Tácticas y objetivos psicológicos de la desinformación

Como un último apartado para comprender la situación actual a la que deben prestar atención los organismos electorales, es necesario abordar las tácticas y prácticas que utilizan las campañas políticas desde la dimensión psicológica de la desinformación. En este terreno, tres conceptos resultan claves: la microsegmentación, los nets centers y los deepfakes.

Estos tres mecanismos comparten un mismo objetivo emocional: por un lado, generar sentido de pertenencia dentro de un grupo afín y, por otro, provocar miedo y rechazo hacia lo ajeno o desconocido. Al apelar a estas emociones básicas, logran viralidad y polarización, erosionando la deliberación democrática.

La microsegmentación consiste en la creación de mensajes hiper-personalizados a partir de las huellas digitales de cada usuario en redes sociales y plataformas digitales. De esta forma, el discurso político se adapta al perfil psicológico y conductual del ciudadano, generando la sensación de que el candidato “le habla directamente” (Kreiss & McGregor, 2019).

Los net centers o “granjas de cuentas falsas” constituyen redes coordinadas que simulan organicidad: producen interacciones masivas (comentarios, “me gusta,” retuits) para crear la impresión de que un mensaje cuenta con respaldo genuino de ciudadanos reales, cuando en realidad se trata de una operación planificada.

Por último, los deepfakes representan la versión más sofisticada de la suplantación de identidad, al ser falsificaciones audiovisuales generadas mediante inteligencia artificial. Estos contenidos logran imitar la voz y la apariencia de figuras públicas, creando materiales difíciles de distinguir de los auténticos y aumentando la vulnerabilidad del proceso electoral (Vaccari & Chadwick, 2020).

En conjunto, estas prácticas muestran cómo la desinformación política explota la dimensión emocional y cognitiva de los electores, lo que exige a las instituciones electorales no solo mecanismos de vigilancia técnica, sino también marcos legales y programas de alfabetización que fortalezcan la resiliencia ciudadana.

Estudio de caso: Panamá 2024

Dirigiendo ahora nuestra atención a la campaña de las elecciones generales de la República de Panamá para el periodo constitucional 2024–2029, resulta pertinente destacar algunos episodios que ilustran los retos de la desinformación digital en la práctica. Durante la campaña se documentaron casos de suplantación de identidad mediante inteligencia artificial, particularmente a través de audios falsificados (deepfakes de voz) que imitaban a candidatos presidenciales. Un ejemplo de esto fue lo que sucedió al candidato presidencial Ricardo Lombana. Durante el periodo electoral se difundió un video que simulaba su voz en el mismo agradecía a su padre por haberle conseguido su primer puesto como “botella” en el gobierno de Mireya Moscoso, entre otras afirmaciones, lo cual generó desconfianza y vulneró la integridad del proceso pues se dio una polarización de los votantes, hubo un año que afectó a su campaña.

Asimismo, se identificaron campañas de violencia política de género en línea, orientadas a descalificar a candidatas no por sus propuestas políticas, sino por su condición de mujeres. Esta violencia incluye amenazas directas, acoso, divulgación no consensuada de información personal y difusión de rumores maliciosos. Las plataformas de redes sociales deben implementar políticas más estrictas y herramientas eficaces para reportar y eliminar contenido abusivo, promoviendo una cultura de respeto y equidad en el ámbito digital. La violencia de género durante la campaña electoral de 2024 muestra que los hombres recibieron más ataques con mensajes negativos (63.7%) en comparación con las mujeres (36.3%), pero las mujeres enfrentaron más ataques en Twitter (37.1%). A ello se sumaron redes de propaganda negativa que amplificaron narrativas polarizantes y erosionaron el clima deliberativo.

Frente a este escenario, el Tribunal Electoral de Panamá implementó un conjunto de medidas innovadoras. Entre ellas destacan:

1. La creación de la plataforma Verificado Contigo, cuyo objetivo fue combatir la desinformación en tiempo real y proteger el derecho de la ciudadanía a recibir información fidedigna.
2. La reactivación del Pacto Ético Digital, concebido como herramienta de formación cívico-electoral, con especial énfasis en primeros votantes y jóvenes, quienes son más susceptibles a la exposición intensiva a redes sociales.
3. El uso de las nuevas competencias legales en materia digital, que facultaron al Centro de Estudios y Monitoreo Digital (CEMD) para monitorear la propaganda en redes sociales, auditar anuncios y exigir trazabilidad en la contratación de contenidos políticos, se encuentra en los artículos en el Decreto 29 del 30 de mayo de 2022 que convoca a la Elección General del 5 de mayo de 2024 y aprueba su reglamentación

En conjunto, estas acciones reflejan un cambio de paradigma institucional: del rol clásico de árbitro electoral, centrado en la logística del voto, hacia un rol ampliado como garante de la integridad informativa, capaz de enfrentar fenómenos como los deepfakes, los net centers y las campañas de odio digital.

El CEMD en los artículos 225 229 del Decreto 29 del 30 de mayo de 2022:

Entre las innovaciones más relevantes que reconocen la centralidad de lo digital en las campañas políticas y que fortalecen las competencias del Centro de Estudios y Monitoreo Digital (CEMD).

- Artículo 225: Monitoreo de contenido público pagado en medios digitales. Para proteger la integridad de los procesos electorales y la correcta prestación del servicio a los usuarios, el Tribunal Electoral realizará actividades de monitoreo de contenido público pagado en medios digitales, respetando los derechos y garantías fundamentales establecidos en la Constitución y la Ley, para lo cual se apoyará en el Centro de Estudios y Monitoreo Digital (CEMD), que es la unidad especializada que tiene el Tribunal Electoral asignada para este fin; y en los acuerdos y convenios o alianzas estratégicas con los operadores y organizaciones en medios digitales.

- Artículo 226: Registro y obligación del administrador de medios digitales. Todo partido político, precandidato y candidato, ya sea partidario o por libre postulación, que tenga cuentas en medios digitales, tiene la obligación de registrar en el Tribunal Electoral, a la persona que administrará sus medios digitales y señalar cuáles son las cuentas respectivas; quien deberá enfrentar junto con el precandidato, candidato y partido político, las responsabilidades electorales, civiles y penales que se puedan derivar de esa administración. Este registro deberá hacerse dentro de los siguientes plazos: 1. Para los partidos políticos, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la vigencia de este Decreto. 2. Para los precandidatos y candidatos partidarios, al momento en que completa los formularios de postulación a lo interno del partido. 3. Para los precandidatos por libre postulación, al momento en que complete el memorial de reconocimiento como tal. Si los precandidatos y candidatos carecen de cuentas en las redes sociales en los momentos antes indicados, quedan exceptuados de este registro, pero si adquieren dichas cuentas con posterioridad deberán cumplir con el registro dentro de los quince (15) días calendario siguientes a la apertura de las cuentas. El administrador de medios digitales queda obligado a entregar un informe de todas las personas que pautaron propaganda electoral y los montos contratados por cada uno, dentro de los siete (7) días calendario siguientes al respectivo evento electoral. La violación de esta norma será sancionada de conformidad con el artículo 581 del Código Electoral.

- Artículo 227: Propaganda electoral en medios digitales. La propaganda en los medios digitales deberá contener el nombre del candidato o partido que se responsabiliza, de acuerdo con las características de cada pauta, así:
 1. En caso de video, deberá incluir un cintillo que diga: “Esta pauta ha sido aprobada por el candidato o partido _____”.
 2. En caso de imagen, un texto que diga: “Este aviso ha sido aprobado por el candidato o partido _____”.
 3. En caso de mensaje de voz, después de su contenido, deberá expresar: “Propaganda electoral aprobada por el candidato o partido _____”.
 4. En el caso de personas que reciban pago o contraprestación de cualquier tipo para hacer promoción a favor o en contra de un precandidato, candidato o partido político en sus redes sociales, deben incluir al principio o al final de su intervención que la misma es producto de un pago.

- Artículo 228: Manipulación de medios digitales con el propósito de afectar el proceso electoral. Cuando medie denuncia o se detecte a través del monitoreo en medios digitales, el uso individual de cuentas con contenido pago, algoritmos de difusión masiva, centros masivos de perfiles digitales y otras tecnologías digitales con la intención de afectar un proceso electoral, la DNOE verificará y adoptará las medidas necesarias para suspender e identificar a los responsables de tales actividades y que se apliquen las sanciones previstas en el artículo 539 del Código Electoral.
- Artículo 229: Reportes del CEMD de posibles violaciones a la propaganda electoral en medios digitales. Tan pronto el CEMD detecte posibles violaciones a las normas de propaganda electoral en medios digitales, elaborará de inmediato un informe que hará las veces de denuncia y lo presentará a la DNOE para el trámite correspondiente.

En conjunto, estos artículos consolidan al CEMD como el brazo institucional especializado en monitoreo digital, posicionando a Panamá como un referente regional en la construcción de un marco normativo robusto contra la desinformación electoral.

Estrategias institucionales y cooperación

Además del marco normativo, el Tribunal Electoral de Panamá ejecutó un conjunto de prácticas institucionales y políticas de cooperación orientadas a reforzar la integridad electoral en el entorno digital. Estas se organizaron en tres ejes principales:

1. Alfabetización mediática: programas de formación ciudadana destinados a desarrollar resiliencia frente a la desinformación, dotando a la población de herramientas para identificar intentos malintencionados de manipular la información y proteger la deliberación democrática.
2. Presencia activa institucional: reconociendo que el árbitro electoral debe también habitar la plaza digital, el Tribunal Electoral fortaleció su presencia en redes sociales para validar información fidedigna, desmentir bulos y moderar la participación de los distintos actores. Todo ello se realizó

respetando el principio constitucional de la libertad de expresión, diferenciando entre opinión legítima y propaganda política regulada.

3. Cooperación internacional: a través de UNIORE, Panamá impulsó la observación digital, el intercambio de metodologías y la creación de mecanismos de cooperación interactiva que permiten a los organismos electorales de la región mejorar sus herramientas frente a fenómenos emergentes de desinformación. Ejemplos de este tipo de cooperación podemos mencionar el caso en que Panamá prestó servicios de monitoreo a las Elecciones de República Dominicana en el año 2020; a las Elecciones Generales de Costa Rica en el año 2022 (primera vuelta del 6 de febrero y segunda vuelta el 3 de abril); Elecciones Presidenciales de Ecuador del año 2023 (primera vuelta el 20 de agosto y segunda vuelta el 15 de octubre); en las Elecciones Generales de Guatemala 2023 (primera vuelta el 25 de junio y segunda vuelta del 20 de agosto); Elecciones Presidenciales de Argentina (primera vuelta 22 de octubre de 2023 y segunda vuelta del 19 de noviembre de 2023) y las Elecciones Municipales de Costa Rica 2024.
4. En conjunto, estas medidas muestran cómo la respuesta panameña frente a la desinformación no se limitó a la sanción normativa, sino que incorporó estrategias de educación cívica, presencia comunicacional y cooperación transnacional, consolidando un modelo integral de gobernanza electoral digital.

Influencers, transparencia y propaganda pagada

Una de las prácticas más relevantes observadas durante el proceso electoral panameño de 2024 fue la creciente participación de los influencers en las campañas. Estas figuras, que emplean sus plataformas digitales y el alcance de sus audiencias para compartir ideas y posiciones, se convirtieron en un vehículo estratégico para la comunicación política. En algunos casos, dicha participación se dio de manera orgánica, como ejercicio legítimo de su derecho a la libertad de expresión; en otros, se trató de colaboraciones pagadas, que funcionaron como una extensión de las estrategias de comunicación electoral.

Los formatos utilizados variaron desde publicaciones sencillas en historias de redes sociales hasta entrevistas en formato de pódcast, que sirvieron como megáfonos para difundir las propuestas de los candidatos. Este fenómeno demostró la

capacidad de los creadores digitales para intermediar el discurso político y amplificar su alcance de forma más directa y personalizada que los medios tradicionales.

Asimismo queda en evidencia que el Tribunal Electoral equilibra su deber de combatir la desinformación con la protección constitucional de la libertad de expresión y evita caer en la censura.

En este sentido, el Código Electoral buscó establecer límites claros entre la opinión y la propaganda política pagada. De acuerdo con el artículo 227, toda propaganda digital debe incluir una leyenda de responsabilidad, y los influencers están obligados a declarar si sus publicaciones corresponden a contenido pago. Esta medida contribuye a distinguir entre libertad de expresión y publicidad electoral encubierta, asegurando tanto la equidad en la contienda como la transparencia en la comunicación política.

Tendencias emergentes

Aparte del uso de los influencers, existen otras tendencias emergentes que los organismos electorales deben considerar con especial atención. Una de ellas es la llamada “teoría del internet muerto”, que describe un ecosistema donde bots y algoritmos interactúan entre sí sin intervención humana, generando una gran cantidad de ruido y polución informativa. Este fenómeno dificulta distinguir el compromiso ciudadano auténtico de la automatización masiva, distorsionando así los indicadores de alcance y participación política.

De manera paralela, se observa una evolución positiva en la ciudadanía, que tiende a ser cada vez más crítica y hábil en el uso de tecnologías de la comunicación. Este cambio refleja avances en alfabetización mediática y digital, lo cual fortalece la capacidad colectiva para resistir bulos y narrativas desinformativas. Dicho proceso constituye, en términos sociopolíticos, una inmunización social frente a la manipulación.

Finalmente, la irrupción de la inteligencia artificial generativa introduce un doble matiz. Por un lado, facilita la creación de contenido sintético y la suplantación de identidades mediante técnicas como los deepfakes. Por otro, habilita el análisis de grandes volúmenes de datos, lo que permite a las campañas identificar micro segmentos específicos del electorado y dirigirles mensajes hiper-personalizados a través de WhatsApp, mensajes directos y otros canales digitales. En escenarios de alta sofisticación, la comunicación política puede llegar a percibirse como si el

candidato hablara directamente a cada individuo, reforzando la eficacia persuasiva, pero a la vez planteando serios desafíos para la transparencia electoral.

Conclusiones

La inclusión del Centro de Estudios y Monitoreo Digital (CEMD) en los artículos 225 a 229 del Decreto que convoca a la Elección General del 5 de mayo de 2024 y aprueba su reglamentación, representa un avance significativo en la organización de elecciones. El monitoreo digital dejó de ser un esfuerzo voluntario, dependiente de la voluntad institucional, para convertirse en una competencia legalmente reconocida dentro del marco normativo panameño. Con ello, Panamá consolida un modelo de gobernanza electoral digital que combina normas claras, vigilancia técnica y capacidad sancionadora.

El reto pendiente, sin embargo, no se limita al plano normativo. Persiste la necesidad de fortalecer las capacidades técnicas y humanas del CEMD, garantizar la cooperación efectiva de las plataformas tecnológicas —cuyo epicentro operativo se encuentra en Silicon Valley— y ampliar la alfabetización digital ciudadana. Este último aspecto es crucial para construir sociedades más resilientes a la manipulación informativa y garantizar que la ciudadanía participe en procesos electorales desde una posición crítica y bien informada. El crear un observatorio ciudadano digital y fortalecer convencios con plataformas como Meta y TikTok e incrementar sanciones económicas por el uso de net centers.

En este sentido, conviene rescatar una práctica propia del ecosistema tecnológico de Silicon Valley: la interacción constante. Así como las plataformas digitales actualizan de manera continua sus funcionalidades y mecanismos de interacción, los organismos electorales deben adoptar una lógica iterativa al diseñar sus legislaciones, políticas y buenas prácticas. Solo de este modo podrán responder con agilidad a fenómenos emergentes como los deepfakes, la microsegmentación extrema o la automatización masiva de la comunicación política.

La defensa de la democracia en la era digital exige instituciones electorales que sean dinámicas, adaptativas y técnicamente sólidas, capaces de garantizar a la ciudadanía lo esencial: elecciones libres, íntegras e informadas.

Referencias

- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130–1132.

-
- Iyengar, S., Sood, G., & Lelkes, Y. (2019). Affective polarization in the American public. *Annual Review of Political Science*, 22, 129–146.
- Kreiss, D., & McGregor, S. C. (2019). The “Arsenal of Persuasion”: Targeting in U.S. elections. *Journal of Information Technology & Politics*, 16(2), 95–116.
- Krook, M. L. (2020). *Violence against women in politics*. Oxford University Press.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin.
- Tribunal Electoral. (2022). Código Electoral de Panamá.
- Tribunal Electoral. Decreto 29 de 30 de mayo de 2022 (Boletín N.º 5065 del 31 de mayo de 2022).
- Tucker, J. A., Theocharis, Y., Roberts, M. E., & Barberá, P. (2018). From liberation to turmoil: Social media and democracy. *Journal of Democracy*, 28(4), 46–59.
- Tufekci, Z. (2015). Algorithmic harms beyond Facebook and Google. *Colorado Technology Law Journal*, 13, 203–218.
- Vaccari, C., & Chadwick, A. (2020). Deepfakes and disinformation. *Social Media + Society*, 6(1), 1–13.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe.
- Woolley, S. C., & Howard, P. N. (2018). *Computational propaganda*. Oxford University Press.

LEOPOLDO ALFARO RUIZ

Tiene más de 10 años de experiencia en el sector público.

Actualmente, se desempeña como director del Centro de Estudios y Monitoreo Digital del Tribunal Electoral de Panamá, responsable de la comunicación no tradicional y los nuevos medios del Tribunal Electoral, del equipo de monitoreo de las plataformas digitales, la comunicación digital, la verificación de noticias falsas y de los programas de capacitación Cívico Electoral en línea.

Laboró en Planificación y Cooperación Internacional del Ministerio de Gobierno.

Posee una maestría en Mercadeo Digital.

UNIORE - Ciclo de webinars 2025

Identificación de fuentes de desinformación: técnicas y actores principales



Susana Vital Reyes

Gerencia de Información y Educación Electoral de la
Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) de Perú
EXPOSITORA



Suedi León Jiménez

Directora de Comunicaciones de la Junta Central
Electoral (JCE) de República Dominicana
EXPOSITORA

Escanea el QR para ver la repetición.



Salvador Sánchez

Director Ejecutivo del Instituto de
Estudios Democráticos del Tribunal
Electoral de Panamá

MODERADOR

Puede inscribirse en **ZOOM**



26 de febrero de 2025 2:00 p.m. (Hora de Panamá)



Junta Central Electoral
Garantía de Identidad y Democracia



Identificación de Fuentes de Desinformación: Técnicas y Actores Principales

Presentador Oscar Adames

Bien muy buenas tardes a todos y bienvenidos al segundo webinar programado por la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE), con el tema Identificación de Fuentes de Desinformación; técnicas y actores principales, les saludamos desde el Tribunal Electoral de Panamá y de inmediato presentamos a nuestras expositoras, iniciamos con Susana Vital Reyes actualmente desempeña el cargo de gerente de información y educación electoral de la oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) del Perú siendo responsable de dirigir las políticas institucionales de comunicación e identidad corporativa relacionamiento con otras instituciones públicas y privadas así como el monitoreo y la optimización de la imagen externa e interna de la ONPE. Asimismo dirige las actividades destinadas a generar

información de interés público y de difundirla directamente a la ciudadanía a través de medios de comunicación convencionales o digitales la gerencia a cargo también brinda educación electoral desarrolla estudios en materia electoral y gestiona el centro de documentación e investigación electoral, es licenciada en periodismo en la escuela de periodismo Jaime Bausate y Mesa con especialización en comunicación corporativa y comunicación política y electoral y estudios de maestría en gestión pública de la Universidad del Pacífico. Profesional con más de 15 años de experiencia en el sector público y privado planificando y ejecutando estrategias y planes de comunicación imagen institucional gestión de marca y reputación, así como gestión de crisis, bienvenida.

Continuamos con nuestra segunda expositora es Suedi León Jiménez, directora de comunicaciones de la Junta Central Electoral de la República Dominicana, consultora de comunicación en asuntos públicos e institucionales con énfasis en

comunicación estratégica reputación y comunicación de crisis ,experta en temas de desinformación en procesos electorales, es licenciada en comunicación social por la Universidad Católica Santo Domingo, con una maestría en administración y estudios electorales en la pontificia Universidad Católica Madre y Maestra. Tiene 20 años de experiencia como periodista con ejercicio en diversos medios de comunicación, posee una amplia experiencia realizando campañas publicitarias y analizando contenido. Dentro de sus experiencias más relevantes está editora y productora y periodista en CDN canal 37, para el periódico El Caribe realizó múltiples entrevistas, reportajes, redacción de artículos y edición de contenido. formó parte del equipo responsable de la gestión de la campaña en contra del matrimonio infantil en 2017 en República Dominicana, también fue la coordinadora general del simposio juventud mujer y política en el 2019, en su paso por el estado dominicano ha trabajado como coordinadora de prensa en la cámara de diputados de

la República Dominicana, bienvenida también.

Y para moderar este webinar presentamos al licenciado Salvador Sánchez. Él es director del Instituto de Estudios Democráticos del Tribunal Electoral es licenciado en derecho y ciencias políticas por la universidad Santa María la Antigua, especialista en derecho constitucional y ciencia política por el centro de estudios constitucionales de Madrid España. magíster en derecho electoral Universidad de Castilla la Mancha España, profesor universitario desde 1993 y ha dictado los cursos de derecho constitucional, ciencias políticas y Derechos Humanos ha publicado artículos en revistas especializadas de Panamá, España, Colombia, Chile y México entre sus principales obras se encuentran crítica a la doctrina del bloque de la constitucionalidad y los primeros diputados panameños Ortiz y Cabarcas en las Cortes españolas, fue Director General de Asesoría Legal y técnica en la Asamblea Nacional, Secretario Ejecutivo de asuntos jurídicos del Ministerio de la

Presidencia, Viceministro de la Presidencia y Ministro de la Presidencia encargado, representante permanente de la República de Panamá ante la Organización de Estados Americanos entre 2018 y 2019, adelante licenciado Salvador Sánchez para moderar este segundo webinar, buenas tardes.

Salvador Sánchez

Buenas tardes, Oscar, muchísimas gracias por tu presentación la verdad que ha sido exhaustiva la presentación de todos los miembros de la mesa directiva de este segundo webinar que impulsa la Unión Interamericana de Organismos Electorales para divulgar relevantes a los procesos electorales en todo el continente y esta vez lo hace de la mano de dos expertas de primer orden tanto de la República Dominicana como de la República del Perú, a la que le damos una calurosa bienvenida. Quisiera recordar que la mecánica de la actividad de hoy consiste básicamente en permitirle a las dos invitadas dar sus conferencias que por motivos de tiempo van a ser probablemente muy ejecutivas, pero

con la oportunidad de brindarle al auditorio la posibilidad también de hacer preguntas y para ello les combinamos a observar en la parte baja de sus pantallas alrededor del centro de sus pantallas los dispositivos apropiados para hacer llegar mediante esta plataforma informática sus preguntas al auditorio y nosotros procederemos a leerlas para la posterior respuesta de parte de las invitadas del día de hoy. Quisiera Sencillamente señalar eso y darle paso de inmediato a nuestra primera conferencista la doctora Suedy León directora de comunicaciones de la Junta Central Electoral de la República Dominicana quien nos hablará sobre la identificación de fuentes de desinformación técnicas y actores principales tiene la palabra la doctora León.

Suedy León:

Muchísimas gracias, Salvador doctor Adames también gracias al Tribunal de Panamá por esta oportunidad. También desde UNIORE, nosotros que hasta hace poco teníamos la presidencia de ese importante organismo para nosotros es un placer

representar a la Junta Central Electoral de la República Dominicana esta tarde. Como bien usted dijo tenemos el tiempo un poco limitado y vamos a hablar un poco acerca de las fuentes de desinformación técnicas y actores principales en sentido general y vamos a hablar desde la perspectiva de la República Dominicana en el pasado proceso electoral, me voy a permitir entonces con compartir mi presentación con la audiencia. Me validan por favor si están viendo mi pantalla.

Salvador Sánchez:

Sí se ve perfectamente, muchísimas gracias.

Suedi León Jiménez:

Muy bien vamos a hablar entonces como dijimos previamente sobre la identificación de fuentes de desinformación técnicas y actores principales, yo preferiría abordar el tema no solo como desinformación sino hablar de desórdenes informativos dado las características distintas que tienen tanto las fake news, la missing information, desinformación per se, o información

falsa. Entonces cuando hablo de desórdenes informativos me refiero específicamente a estos aspectos, Aunque sabemos que la propagación de los mismos involucra muchos actores e Incluyendo los medios de comunicación tradicionales, radio, televisión, prensa medios digitales, la audiencia las organizaciones políticas a través de su militancia. En el caso de las organizaciones políticas a través de sus militancias y o candidatos debemos reconocer que en ocasiones utilizan campañas electorales que buscan convertirse principalmente en impulsar la desinformación con el fin de lograr desafección hacia el contentor por parte de los electores, pero también con el objetivo en muchas ocasiones de desacreditar a los órganos electorales. Las redes sociales en este caso, nosotros lo identificamos como un medio que sirve para propagar o amplificar los desórdenes informativos que surgen dentro de estos otros actores de desinformación, tanto las redes sociales son actores como propagadores de desinformación por lo cual, cumplen un rol importante en la propagación y el alcance de la

desinformación ya que en ocasiones aprovechan las ventajas y los avances tecnológicos y la expansión fácil de acceso a formas de comunicación rápida y activa para que los desórdenes informativos puedan llegar a cada vez un mayor número de personas utilizando como estrategia el aprovechamiento de los algoritmos que facilitan y priorizan los contenidos altamente compartidos así como sus sistemas de segmentación de público que permite que el mensaje difundido llegue a un público particular, ya eso lo hemos visto y lo hemos hablado en diferentes escenarios.

Si miramos hacia los medios de comunicación tradicionales y digitales también nos permite identificar un grado de participación de estos medios en lo que se ajusta a su conducta aun de una forma mermada actor de desinformación cuando amplifican una información que no ha sido debidamente verificada o corroborada o cuando quieren dar una información debido a un interés de publicar primero la información o lograr mayores vistas. Esto lo vemos con mucha con mucha frecuencia en

los medios de comunicaciones digitales, aunque sean plataformas que pertenezcan a un medio de comunicación impreso, por ejemplo. Esto entonces logra un mayor grado de criticidad cuando se ajustan agendas políticas explícitas que podrían provocar asignación de prioridades narrativas alineadas con intereses editoriales o financieros.

Asimismo, la ciudadanía puede convertirse en un actor de desinformación ya que con frecuencia a veces sin intención maliciosa o con una intención maliciosa comparten contenido falso debido a la falta de alfabetización digital respecto al Fact checking o por confianza depositada en personas, familiares, candidatos, organizaciones políticas, o medios informativos. En el contexto electoral las fuentes de desinformación incluyen actores igualmente variados como hemos dicho las organizaciones políticas, simpatizantes o grupos específicos que marcan sus intereses e incluso agentes externos motivados por aspectos y estrategias geopolíticas que buscan influir en la estabilidad política de un país, dentro

de las técnicas de desinformación vamos a hablar de algunas que incluyan la información falsa, sesgada, engañosa o rumores para influir en la percepción pública desacreditar a los oponentes y o movilizar el voto a su favor, en sentido general estas técnicas que hemos observado en diferentes entornos y que muchos órganos electorales han sido víctima de esto podemos mencionar las imágenes y videos sacados de contexto, imágenes y videos antiguos presentados como actuales, generación de noticias falsas o desinformación generadas a partir de la Inteligencia artificial como el chtp, imágenes y videos y audios generados con Inteligencia artificial, que un comunicador periodista o agente de información hagan comentarios o redacte una noticia deliberadamente maliciosa el uso de sátiras para desinformar, la usurpación de identidad de un medio de comunicación, una persona pública o una entidad del estado y la utilización también de Bots y otros.

Al referirnos a la fuente de desinformación podemos decir que el

origen proviene de diferentes espacios que pueden ser públicos, privados, sectores profesionales, especializados, medios de comunicación, como hemos dicho plataformas digitales, granjas de trolls o cualquier ciudadano o ciudadana que tenga mala intención.

En la actualidad las fuentes de desinformación podemos clasificarla según los canales más comúnmente utilizados dentro lo que destacan en las redes sociales la plataforma como Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, que permite una rápida difusión de noticias falsas y rumores y en la última etapa se ha sumado además TikTok por el componente de viralidad que tiene, los medios de comunicaciones digitales como portales, sitios webs presentan información sesgada o falsa, rupos de mensajería como WhatsApp a quién no le ha llegado un mensaje compartido por un familiar por un grupo del colegio etcétera que antes sin ser verificado previamente y como estamos en una esfera de una conversación privada tiene mayor vía de replicación que las vías de difusión públicas, así también los

influenciadores y cuentas falsas que es uno de los elementos que merecen una mención importante porque a veces figuras públicas promueven contenido falso para generar un impacto en sus seguidores contribuyendo a la manipulación de opiniones.

Asimismo debemos mencionar la proliferación de cuentas falsas cuyo único objetivo es explotar la parte anónima de la que a veces están revestidos para continuar o elaborar contenidos tendenciosos y promover la desinformación y como mencionamos anteriormente el caso de la Inteligencia artificial que es una herramienta que si bien puede utilizarse de manera positiva para identificar canales de desinformación, también se utiliza de manera negativa como fuente de desinformación para crear contenido malintencionado como hemos dicho anteriormente.

Vamos a hablar por ejemplo de uno de esos casos pasó en República Dominicana más adelante en este proceso electoral, vimos también en este proceso electoral tipos de

desinformación recibida o dirigida hacia el órgano electoral de la República Dominicana el órgano administrativo que es la Junta Central Electoral como acusación de parcialidad por parte del órgano electoral con el gobierno de turno irregularidades en los trabajos de logística electoral alguna situaciones presentadas en los procesos anteriores, en este pasado año en el 2024 la República Dominicana tuvo dos procesos electorales, las elecciones municipales y las elecciones presidenciales con dos meses de diferencia, es bueno saber el contexto para nosotros entonces abordar lo que pasó en República Dominicana y como la Junta Central electoral como órgano administrador del proceso enfrentó la situación.

Nosotros en el 2024, para las elecciones del 2024 se elaboró un manual que nos permitió mantener un monitoreo activo e identificar posibles temas de desinformación con tiempo, afortunadamente y decimos afortunadamente por experiencia de otros países solo pudimos identificar 341 incidentes digitales de los cuales,

solo 19 estuvieron directamente relacionados con la desinformación los demás tenían referencia a denuncias sobre violaciones a la ley de régimen electoral y vamos a clasificar un poco las categorías más frecuentes tuvimos 153 denuncias de distintas índoles, 62 violaciones a la ley electoral como la compra y venta de cédulas en algunos centros de acopio a favor de los candidatos congresuales oficialistas y se reportaron unos 29 retrasos en apertura a los centros de votación y se recogieron específicamente 19 casos de desinformación.

Asimismo, se publicaron 11 contenidos relacionados con encuestas y el resto de las publicaciones no menos de 10 incidencias dando respuesta la Junta Central Electoral a las vinculadas a la administración electoral y al proceso electoral en sí. Esto porque la mayoría de como dije anteriormente de los incidentes que se registraron no estaban vinculados a la administración del proceso electoral sino a otro tipo de acusaciones sobre violaciones a la ley electoral. Dentro de estas

incidencias se destacan algunos tipos de bulos se identificaron declaraciones falsas o descontextualizadas como una supuesta autorización a empresas encuestadoras para realizar estudios a Boca de urna, cosa que la Junta Central Electoral no tenía permitido y un rumor sobre una sobre unas primarias que un solo partido fue a primarias en el 2023 y el rumor era vinculado a que si usted votó en esa primaria usted inmediatamente quedaba inscrito en el padrón electoral de ese partido. Así mismo se difundieron hechos falsos como la afirmación de que la Junta Central Electoral Había decidido extender el plazo para el depósito de candidaturas debido a un fenómeno atmosférico o que seguía abierto el periodo de reclutamiento del personal que conformaba los colegios electorales mucho Después de que el plazo había concluido.

Cómo se dan cuenta las informaciones o desinformaciones a las que nos enfrentamos no solo se trató del día d del proceso electoral, sino que estuvo vigente un poco antes

de las elecciones y un poco posterior vamos a ver un poco de eso ahora. evidentemente esos mensajes confusos y erróneos pudieron en alguna medida influir en la percepción pública generar desconfianza en el sistema y crear una atmósfera de incertidumbre que provocara desestabilización en el proceso electoral, aunque no hubo una acusación directa de fraude hacia la Junta Central Electoral durante las pruebas realizadas previas a los comicios algunos delegados de las organizaciones políticas afirmaron que equipos de escaneo y digitalización y transmisión de los resultados permitían escanear cualquier tipo de documento lo que sugería que había algún tipo de vulnerabilidad en el sistema, esto fue abordado oportunamente por el pleno de la Junta Central Electoral que se reunió con las organizaciones políticas y trató todas las preocupaciones que tenían estos actores sobre estos equipos que se iban a estar utilizando y asimismo acogimos algunas sugerencias que organismos internacionales y consultores nuestros nos dieron al respecto.

Aunque esto no devino per se en un caso de esa información sí generó un ambiente para que esto pasar a mayor, con este accionar que tomó el pleno de la Junta Central Electoral no solo se mitigó la percepción de vulnerabilidad del sistema sino también que se brindaron garantías de su fiabilidad y se explicaron los hallazgos y mejoras realizadas en el software e incluso en los elementos del Hardware del equipo.

Como se aprecia la Junta tomó medidas para mitigar bulos comprendiendo que la desinformación esto es parte de algunos de los productos que la Junta Central Electoral eh de manera proactiva en su comunicación ha estado preparando para mantener este tema por lo menos no digamos bajo control porque no hay forma de tenerlo bajo control unilateralmente un solo órgano sino que es un problema que requiere apoyo de muchos sectores pero lo que nos corresponde a nosotros en el tema de alfabetización y educación hemos estado trabajando constantemente.

Dentro de los productos que hemos estado elaborando y de las estrategias que la Junta Central Electoral empleó estuvo este tema del ABC Electoral que es un compendio para educar a la ciudadanía, también un ABC de desinformación en colaboración justamente con otros órganos electorales. Voy a pasar unas cuantas slides para ir a un caso específico y ganar tiempo y cualquier otra pregunta vinculada al tema la respondemos más adelante.

Miren vamos a hablar entonces de los incidentes electorales que tuvimos no sé si se puede ver bien aquí, como muestra del interés de la Junta Central Electoral en enfrentar la desinformación firmamos un acuerdo de cooperación con la universidad complutense de Madrid a fin de contar con una consultoría para asesoría en tema de información en los procesos electorales de comunicación que ayudase a mitigar los efectos nocivos de que la desinformación podría generar en los resultados de las elecciones. Aquí están los desórdenes informativos voy a mencionar un caso específico en la contienda electoral

que generó una preocupación y fue respecto a la candidatura del presidente de la república que también era candidato a la reelección donde se utilizó el término, placa como plaga el presidente estaba haciendo referencia a las placas de los vehículos de motor de los aquí, nosotros le decimos motoristas a los vehículos de dos ruedas y la información fue sacada de contexto y decía que el presidente había llamado plaga a los motoristas. Esto provocó inclusive que el presidente de la república tuviera que hacer una aclaración al respecto asimismo también se circuló un audio generado sumimos verdad que fue con Inteligencia artificial donde se escuchaba al presidente de la república hablando de una intención de permitir una entrada masiva de ciudadanos haitianos al país de manera ilegal, este audio eh evidentemente fue desmentido rápidamente por las autoridades pero circuló a la velocidad de la luz e incluso generó que fuera recogido por el informe preliminar presentado por la misión de Observación Electoral de la OEA donde vio con preocupación la difusión de este audio y aquí pasó algo

interesante porque la oposición de política salió no se hizo eco de esto y no se aprovechó abiertamente digamos de esta confusión que se había generado sino que respaldó al presidente candidato con respecto a este tema.

Otro caso de desinformación o de desórdenes que afectó a la credibilidad de otras instituciones electorales fue difusión de noticias falsas referente al Tribunal Superior Electoral y una supuesta acción de amparo contra la Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios es una institución que está organizando debates electorales y la acusación venía porque la ANJE que es la asociación a la que hacemos referencia no invitó a todos los candidatos y candidatas a un debate electoral que estaban organizando, fue desmentido rápidamente sin embargo en el imaginario de la gente quedó es durante la participación del referido debate organizado por la ANJE sin embargo identificar que esta información que se utilizó era falsa no lo podían identificar tan fácil los ciudadanos sino que nosotros como

audiencia nos dimos cuenta porque una plataforma que se utiliza acá para verificación de datos que se llama política que es aliada de chequea y comparó la información que daban los candidatos con la información real y así pudieron verificar que incluso los candidatos utilizaron información falsa durante el debate presidencial. Voy a dejarlo hasta acá para responder cualquier otra inquietud durante el proceso de preguntas y respuestas.

Salvador Sanchez:

Muchísimas gracias doctora continuando con la programación le cedemos la palabra a la doctora Susana Vital Reyes gerente de información y educación electoral de la Oficina Nacional de Procesos Electorales ONPE de Perú que nos hablará sobre desinformación buenas y buenas prácticas para identificarla debido a algunos problemas técnicos no podremos tener la imagen de la doctora eh durante la transmisión pero ella nos va a acompañar a todo lo largo y estará disponible también al final para las preguntas y respuestas lo mismo que la doctora León Jiménez dicho eso les recordamos que pueden

hacer llegar sus preguntas a través de la plataforma y le pasamos a la palabra a la doctora Susana Vital Reyes

Susana Vital Reyes:

Buenas tardes con todos y todas un saludo desde la Oficina Nacional de procesos electorales de Perú ONPE y voy a hablar un poco de lo que son las buenas prácticas para identificar este tema de desinformación que en estos últimos años se está poniendo entre comillas de moda, sobre todo en eh estas instituciones electorales.

Bueno tenemos dos conceptos eh para enfocar el tema que es desinformación no como todos conocen es una mentira intencional y el objetivo es Pues mal tergiversar una acción un hecho y presentarlo como real y el otro término es la información engañosa que es lo que se conoce conocemos como misinformation en inglés y que se define como información falsa errónea o engañosa también porque está incompleta o es inexacta, su existencia se debe no una intención de faltar a la verdad sino también al desconocimiento de un

tema que esto últimamente se da por desconocimiento en el caso electoral en específico por los procedimientos y temas que son muy técnicos eh según competencias de cada organismo.

Cómo identificamos una desinformación, el ciudadano en este caso que es el que recibe una noticia una información debe desconfiar de ciertos titulares que son sensacionalistas alarmistas o que buscan generar duda no atacar la parte emocional de quién recibe esta información, estas noticias falsas suelen emplear este tipo de encabezados para llamar la atención, debemos asegurarnos que la noticia provenga de un medio de comunicación eh confiable reconocido si la fuente es desconocida o sospechosa tenemos que indagar investigar sobre el origen la credibilidad que tiene antes de aceptar como verdadero el hecho o la información que comparte.

Revisar también las URL son los enlaces algunos sitios de noticias precisamente eh imitan las URLs de estos medios reales y también eh añaden eh letras o otras extensiones

modificando la URL real, no hay que observar ser muy cuidadosos en este tema para verificar la dirección web y así eh corroborar que en efecto es auténtica.

Analizar la redacción cuando vemos o recibimos fake news o desinformación los textos presentan errores ortográficos tienen también eh errores gramaticales el formato es desordenado, eso también nos lleva a pensar que la información que se nos comparte es de dudosa procedencia, los medios profesionales siempre tienen unos estándares altos de redacción y en la presentación de su información.

Hay que verificar también la fecha de publicación de una noticia las noticias antiguas usualmente pueden resurgir y presentarse como actual como vigentes, por ello es importante verificar la fecha y asegurarnos de que la información es relevante y actualizada.

Cómo identificamos las fuentes de desinformación, una vez que identificamos eh una desinformación

podemos aplicar diferentes técnicas para llegar a la fuente original que produjo o reprodujo esta desinformación, tenemos por ejemplo herramientas para verificar imágenes como es el Google imágenes el tinai o el yandex y así poder definir si esta imagen ha sido usada fuera de contexto o ha sido manipulado, también podrían llevarnos a identificar de dónde salió la imagen original, esto se llama la técnica de la inversa de imágenes la búsqueda inversa de imágenes.

Consultar verificadores de informaciones confiables tenemos varias plataformas como factcheck.org, Snobs, Malditobullo, Chequeado, Afp factual o verificadores locales en cada país, estos verificadores están especializados en desmentir información falsa también podemos buscar palabras claves o términos que aparecen en determinada desinformación eso también nos va a ser de muy mucha utilidad para encontrar la fuente de la misma. Aplicando la ingeniería inversa Este es un proceso manual que quizás puede

tomarnos un poco más de tiempo sin embargo si revisamos los buscadores como ya mencionamos Google Bing W. así como las redes sociales y seguimos retrocediendo, navegando en el contenido que se ha compartido podríamos llegar a las fuentes originales de la noticia o quizás también a la que amplificó la difusión de esta fake news o desinformación.

Una herramienta de escucha social que podemos también utilizar para esta labor de aclarar noticias o eh verificar de esa información tenemos el socialisten nosotros aquí por ejemplo en la OMPE utilizamos la herramienta cuántico que no solo analiza la relevancia de las menciones o el sentimiento no de la información en nuestras plataformas digitales sino que también pueden identificar la relevancia y los rebotes de los usuarios que tienen alto impacto, uniendo puntos entre las réplicas de la desinformación podemos llegar también a la fuente original o identificar patrones como una campaña articulada desinformativo lo que también se conoce como granjas y tenemos también eh identificados

qué actores relevantes eh tenemos para la lucha contra la desinformación.

Tenemos entidades públicas oficiales para identificar como información oficial se requieren varios filtros antes de publicarse por lo que debe considerarse como un espacio confiable. Existen los verificadores independientes pues si bien las instituciones y entidades suelen tener estas iniciativas para realizar labores de fact checking el rol de los verificadores de los medios independientes suelen ser también menos proclives a los sesgos por afinidad. Los actores políticos autoridades y medios de comunicación también están presentes en esta etapa pues estos actores ayudan a divulgar desinformación y su rol es clave para contrarrestarlas, por lo que deben ser considerados también como aliados en las iniciativas que se requieran sacar adelante no, el trabajo y el compromiso con consenso suele tener mayor impacto la ciudadanía cumple también un rol fundamental pudiendo ser tanto víctima como emisor de desinformaciones que ya lo hemos

comentado al inicio y por ello eh los organismos electorales debemos de contribuir a educar que es clave para reducir así el impacto de la desinformación en nuestra democracia.

Las plataformas de social media y las organizaciones internacionales también juegan un rol importante porque se llegar a acuerdos con las plataformas de social media y así generar un sentido colectivo de colaboración con los organismos internacionales como por ejemplo UNIORE, la Organización de Estados Americanos, PENUD y otras que pueden contribuir al nivel de herramientas y transferencia de conocimiento para así combatir las fake news.

Bueno eso es lo que he preparado para esta sesión de webinar organizada por la UNIORE y espero que lo compartido aquí brevemente pueda servir para que todos los presentes puedan ayudarnos a todos los organismos electorales de la región a contrarrestar este fenómeno de las fake news.

Salvador Sánchez:

Muchísimas gracias doctora pasamos entonces al periodo de preguntas y respuestas tenemos de parte del auditorio la dora Rosa Pérez en República Dominicana según parece hace la siguiente pregunta. ¿En el marco de una campaña o proceso electoral de qué auxilio informático podría apoyarse un ciudadano para detectar que una imagen foto o video de algún candidato es antigua o fue generada o manipulada por Inteligencia artificial? Es la pregunta que nos hace la doctora Rosa Pérez eh para cualquiera de las dos invitadas la que quisiera intervenir primero.

Susana Vital Reyes:

Bien en parte de la presentación que tuvimos hace unos minutos mencionaba yo el uso de las herramientas como el Google imágenes o el Din o el yandex que es para precisamente verificar si una imagen ha sido usada fuera de contexto o ha tenido una manipulación previa.

Salvador Sánchez:

Muy bien eh es esas herramientas doctora están accesibles realmente.

Suedi León Jiménez:

Pudiera añadir, que pudiera agregar alguna información adicional sí por favor tal como señaló la doctora Susana hay canales de verificación independientes por ejemplo en España está el portal maldita.es, está chequealatam, está chequeado, que son organismos que ayudan a los medios de comunicación a los periodistas independientes, pero también a la ciudadanía como canales para o fuentes para verificar los datos. También es importante que el ABC para nosotros cuando hablamos de desinformación es siempre ir a la fuente oficial cuando usted ve una información, un video por ejemplo como nos ha pasado a nosotros de un robo de urna, cuando es falso verdad y lo primero es usted ir al canal del órgano electoral para ver si el órgano ha publicado algo y si usted duda de todo e incluso del órgano electoral lo ideal es entonces ir a un medio de comunicación establecido o a una agencia de noticias internacionales que también tienen fuentes canales

que sirven para verificar datos por ejemplo AFP lo tiene lo tiene F y lo tiene la agencia internacional AP

Salvador Sánchez:

Solo para redundar la idea la de parte del auditorio la doctora Iris Gladys Tinoco pregunta si esas plataformas de verificación son de acceso gratuito.

Susana Vital Reyes:

Sí respecto de las plataformas que yo mencionaba para el tema de imágenes como el Google imágenes el TINAI o el YANDEX sí son de acceso gratuito, pero eh sí es necesario precisar que con este tema de la Inteligencia artificial y eh el incremento en la proliferación del tema de los de la desinformación eh se han desarrollado otras herramientas más otras que sí son de paga no.

Salvador Sánchez:

Muy bien eh ahondando en el periodo de preguntas quisiera plantearles a las invitadas del día de hoy eh si la producción transfronteriza de desinformación electoral es un problema ya eh presente en América

Latina, la producción de desinformación más allá de la frontera de los países donde se realizan las elecciones.

Susana Vital Reyes:

Sí nosotros eh tomando como referencia las Elecciones Generales del 2021 aquí en Perú tuvimos que desmentir en muchas ocasiones eh bulos eh que tenían que ver con imágenes por ejemplo que llegaban de México no, de procesos electorales de México eh pero teníamos que hacer digamos una revisión muy minuciosa porque era una imagen de una tamaño Jumbo sin contexto entonces había que ver algo que refiriera que en efecto pertenecía digamos un contexto mexicano, por ejemplo en una de las imágenes que vi había una ánfora o un material del proceso electoral con el logo del INE muy muy muy pequeñito pero ese es el proceso de verificación la curiosidad que debe tener la persona que realiza la verificación de la información no para realmente corroborar que la imagen no pertenece al país donde se está desarrollando el proceso electoral

Salvador Sánchez:

En el mismo orden dado que se ha mencionado varias veces la Inteligencia artificial quisiera preguntarles doctoras si la Inteligencia artificial está teniendo un papel tanto en la producción de material utilizado para desinformar y también hay un espacio para utilizar la Inteligencia artificial para contrarrestar los esfuerzos para desinformar qué opinión nos merece ese tema

Suedi León Jiménez:

Gracias bueno como yo presenté algunos casos de manera un poco rápida que ocurrió aquí en República Dominicana recientemente circuló previo al proceso electoral un audio con eh pública que también era candidato donde se le atribuía unas declaraciones que él no había dado. entonces evidentemente esto fue hecho con Inteligencia artificial y ahora mismo actualmente está circulando videos de eh el presidente el gobernador del Banco Central eh promoviendo una moneda una criptomoneda un bitcoin eh bueno no sé si bitcoin es una marca no sé si lo debo mencionar pero una

criptomonedas aunque ya no estamos en el proceso electoral no deja de ser un contenido que está generado con Inteligencia artificial pero digamos que la Inteligencia artificial no es del todo mala es un producto, es una herramienta que también se puede utilizar para cosas positivas porque de hecho la misma verificación con la que nosotros estamos hablando de esos canales como el Google image y otros que sirven para identificar eh el tiempo que tiene una imagen circulando también es con inteligencia artificial, el monitoreo que nosotros hacemos de informe Inteligencia artificial que nosotros vamos alimentando estos programas entonces aquí lo que a hablar es del uso que se le da a la Inteligencia artificial, no necesariamente de ella de una manera negativa.

Salvador Sánchez:

Efectivamente hay que aprovechar también esos avances tecnológicos para poder combatir los vicios del proceso electoral y en este caso afrontar con la mejor de los retos que la propia Inteligencia artificial nos

plantea en el escenario la desinformación otra pregunta que.

Suedi León Jiménez:

A nosotros por ejemplo que tenemos elecciones en el exterior también nos sirve para cosas positivas como para identificar dónde, qué está consumiendo nuestro dominicano que vive en el exterior con estos programas que tenemos también para No deberíamos decirlo aquí porque se usa para cosas negativas pero en el caso nuestro utilizamos para cosas positivas de identificar qué ellos están consumiendo por las redes sociales, cuáles son las plataformas que están eh escuchando más cuál es la música, toda esta microsegmentación nos permite a nosotros con un uso adecuado a desarrollar campañas de comunicación y de publicidad y de marketing más efectiva para llegar hacia ellos no solamente para el tema de a que voten sino con todo lo que está vinculado tema de decía no si bastante positivo.

Salvador Sánchez:

Excelente eh la experiencia que tienen ambas doctoras en materia de

electoral han dedicado muchos años de su vida a trabajar en el seno de las organizaciones que preservan la democracia a través de la Organización de las elecciones nos permite plantearles una pregunta sobre este tema de la desinformación porque ante la multiplicidad de las estrategias y ustedes han sido muy detallistas al señalar pues todas las cosas que hay que hacer eh los organismos electorales ¿qué tendrían que priorizar? ¿Cuáles serían? o cuál sería la estrategia más importante que no debería faltar nunca en el arsenal de un organismo electoral eh para combatir la desinformación

Susana Vital Reyes:

Podría ser un mix entre capital humano y capital tecnológico no el conocimiento la especialización también porque por ejemplo, sin ir muy lejos antes se solía contratar por decirlo de una manera un Community manager que era el que veía o administraba las redes sociales, en tanto en empresa privada como pública se ve un poco la desnaturalización del perfil porque se convoca a esta persona a este

profesional para que haga muchas labores a la vez, sin embargo eh creo yo que ya en un proceso electoral de mucha envergadura se requieren perfiles muy específicos que formen o conformen y refuercen el equipo tanto de comunicaciones como de, el equipo digital no bastante conocimiento en este en este rubro y que tengan también el conocimiento electoral de cada institución eso es muy importante y es muy valioso.

Salvador Sánchez:

Muchísimas gracias e la eh la señora Tamara Martínez la doctora Tamara Martínez de Panamá pregunta, eh si existe algún material académico publicado por parte de los Organismos Electorales de sus países para que puedan compartirlo y que sirva de referencia vemos que la doctora Susana vital Reyes, ya a través del chat de esta actividad ha compartido el enlace a un documento de Perú sobre la materia invitamos a todos los asistentes que estén interesados a consultar el documento que ha sido colocado tan generosamente por la doctora al acceso de todos nosotros.

Nueva pregunta de la doctora Rosa Pérez.

Suedi León Jiménez:

Perdón doctor eh del mismo modo yo voy a estar compartiendo los manuales que nosotros tenemos tanto. bueno tenemos manual preparado que es para el personal interno de la dirección de Comunicaciones y nuestros eh analistas de información que lo podemos compartir con los órganos electorales para como buena práctica y también la podemos compartir nuestro eh aporte del manual de desinformación que es abierto a la ciudadanía periodistas y partidos políticos, estaré compartiendo el enlace por acá pero también está colgado en nuestro eh portal web, pero se lo voy a pasar en un momentito.

Salvador Sánchez:

Muchísimas gracias, ya lo saben a todos los miembros del auditorio pueden consultar esos documentos directamente en la página web de las instituciones electorales de República Dominicana, pero también la doctora lo colocará el enlace en el foro del de

este evento, decía que teníamos una pregunta de la doctora Rosa Pérez señala que debido a que un fake news puede cambiar el curso de la intención de Voto a favor o en contra de un candidato que probable y ágil puede ser el rastreo de una noticia con contenido erróneo o desinformativo suponemos que por parte de las autoridades electorales.

Susana Vital Reyes:

Considero que la inmediatez, la rapidez para desmentir no es muy importante el sentido de la oportunidad mientras más eh tiempo pase más demora haya el bulo la desinformación va calando en la gente y se va tornando o teniendo un poco más de realismo entre comillas no, entonces si es importante tratar de responder más en el menor tiempo posible.

Suedi León Jiménez:

Yo quiero aportar algo sobre ese tema, un saludo a la doctora Rosa Pérez que es jueza del tribunal superior electoral ella sabe de qué estamos hablando, fíjense todavía no hay estudios precisos que confirmen que estar

expuesto a una desinformación en un momento específico o a un desorden informativo pueda cambiar la intención del voto de una persona, lo que sí está comprobado es que puede generar estar expuesto constantemente a desinformación cuando la persona identifica que estuvo expuesta a la desinformación porque aquí, ha un tema de que probablemente han estado expuesto pero no han logrado identificar o no se han enterado no entonces aquí es cuando las personas se han enterado de que han estado expuestos a desinformación que han sido engañados lo que genera son sentimientos de frustración, ah genera apatía, genera desconfianza, pero todavía al momento no hay un estudio determinado del área que diga que esa información que esa persona eh recibió y que luego se enteró de que era falsa provocó que cambiara su intención del voto eso, eso importante porque esto no puede dar eh escenarios distintos para abordarlo en otras en otras análisis en otras investigaciones y estudios que se hagan sobre el tema y ese es el problema grave de esto de que la desinformación corre tan rápido y que

a veces cuando ya tú logras identificar que fue una desinformación y logras verificar y luego haces la aclaración esa persona que estuvo expuesta en principio probablemente no vio esa aclaración y este es el desafío principal que tenemos.

Salvador Sánchez:

Muchísimas gracias la doctora Susana Vital Reyes en su presentación hizo mención del rol que juegan los ciudadanos me gustaría que profundizará en esto porque muchas veces se coloca sobre los hombros de las organizaciones estatales responsables de gestionar los procesos electorales el 100% de la eh responsabilidad por luchar contra la desinformación electoral eh, qué papel podrían jugar los ciudadanos de manera activa en esta lucha que libra eh la jurisdicción electoral en todas partes de América Latina contra la desinformación.

Susana Vital Reyes:

Creo que de parte de los entes electorales el compromiso eh y el rol fundamental que tenemos es de educar a la ciudadanía no, eh de

explicar qué es lo que hacemos tanto en época electoral y no electoral de qué o qué organismos electorales intervienen en el caso de Perú por ejemplo, eh somos un sistema electoral compuesto por tres organismos cada uno con tareas y responsabilidades diferentes en época electoral sobre todo no, eh entonces hay confusión en la ciudadanía si es que no salimos explicarles eh los riesgos y el impacto de la desinformación esto realmente el día del proceso electoral eh va a afectar bastante y lo hemos vivido aquí en Perú con el tema de la credibilidad, de la confianza en los organismos del sistema electoral no, eh como decía al inicio nosotros brindamos las herramientas la información pero también el ciudadano es responsable de eh buscar la información de recibir la información también de procesarla y de consultar si tiene alguna duda, nosotros como órganos electorales ponemos a disposición varios mecanismos de información las plataformas eh digitales tenemos también esta la página web eh y otras herramientas adicionales que la tecnología nos da no eh pero eh sí es

responsabilidad también de cada ciudadano eh contribuir informarse y contribuir a construir nuestra democracia y preservarla no.

Salvador Sánchez:

Muchas gracias en el caso de la desinformación eh es importante reconocer que entran en posible colisión otros bienes públicos como la libertad de expresión eh precisamente en los torneos electorales pensamos que el contraste entre ideas y proyectos políticos en es indispensable para que los ciudadanos puedan tomar de manera informada la mejor elección según sus criterios e intereses pero eh ¿Cómo puede resolverse esa tensión entre protección de la libertad de expresión y lucha contra la desinformación en los torneos electorales?.

Suedi León Jiménez:

Ha tocado una fibra sensible eh dada yo soy periodista de profesión primaria y cuando hablamos de desinformación hace 15 años atrás que el término el término que se utilizaba no era ni siquiera desinformación porque a medida que se va estudiando va

cambiando la terminología no y periodistas pero en la vida real estamos hablando de un tema que afecta derechos fundamentales, afecta derechos humanos, que afecta la mayoría de la población consume información falsa lo que le pasa por internet es personas toman decisiones basadas en informaciones erróneas, se crean una percepción una idea de algo basado en una información que no es y entonces aquí estamos hablando de que no solamente están afectando su derecho a estar debidamente informado, sino que pueden afectar en un futuro el derecho a elegir no, sin embargo los derechos eh no todos son absolutos, es total es perjudicial para para también para la ciudadanía que en esta limitar el la propagación de desinformación afectan derechos fundamentales de informar, estar informados a la clase periodística también porque lo que se habla por lo general cuando hablamos de regular este tipo de situaciones es mordaza, entonces yo entiendo mi consideración es que debería ser un tema que sea que se aborde multisectorial debe ser una decisión que se tome también a escala más

grande no solamente los órganos electorales o cada país de manera individual, sino que se debería plantear una estrategia global para un problema global.

Salvador Sánchez:

Muchas gracias, bueno ya nos acercamos al final de la jornada de hoy e quisiera de acuerdo a lo que estaba planificado dar una última oportunidad a nuestras invitadas para que redunden las ideas que han podido quedar e digamos sin desarrollar suficientemente o que quieran ellas introducir algún mensaje adicional antes de despedirse tiene la palabra la doctora Susana Vital Reyes.

Susana Vital Reyes:

Sí es solamente eh comprometer a los organismos del sistema electoral incluyendo la institución que represento a seguir eh estas actividades de educación electoral no ligada a todos nuestros stakeholders a nuestro público objetivo digamos no tanto en época electoral y no electoral en todas las plataformas disponibles, en todas las lenguas originarias que hay por un tema de inclusión que es tan importante llegar a cada rincón de

nuestro de nuestro país y a nivel de toda la región con nuestros pares internacionales eh, y también invocar a la ciudadanía a que no crean toda la información que se propaga también en las diferentes plataformas digitales, sino que eh tengan el compromiso de la inquietud de verificar la información que les llega no y nos ayuden a precisamente eh combatir esta desinformación y explicar a quien no conoce del tema en qué consta cada acción, cada actividad que se despliegan durante el proceso electoral que es tan importante.

Salvador Sánchez:

Muchísimas gracias doctora tiene la palabra la doctora Suedi León Jiménez.

Suedi León Jiménez:

Gracias eh yo también me inclinaría por hacer unas recomendaciones a los órganos electorales eh sobre la importancia de reforzar las estrategias de comunicación y los programas permanentes de lucha contra la desinformación, asimismo los tomadores de decisiones de dentro de los órganos electorales, porque estos

temas son costosos requieren que se tenga presupuesto especial para ellos que no necesariamente eh se esté tan dispuesto no a sacar esa partida por lo costoso que son sin embargo como dije hace un momento estamos hablando de afectación de derechos fundamentales de Derechos Humanos eh pienso que a medida que más conversemos sobre los sobre este tema los órganos estarán más sensibilizados, eh los organismos también otros que son pares nuestros hacen un aporte significativo haciendo este tipo de webinarios y este tema entonces hace que la gente se sensibilice más, pero además hay una partida importante para los partidos políticos y los medios de comunicación que no los podemos dejar fuera y sobre todo a las plataformas digitales que son parte fundamental del problema pero que también pueden fungir como nuestro gran Aliado para la solución.

Salvador Sánchez:

Muchísimas gracias doctora y muchísimas gracias realmente a todos los que el día de hoy nos acompañaron en este segundo

webinario de la Unión Interamericana de Organismos Electorales UNIORE, que ha tratado el tema de Identificar las Fuentes de Desinformación; técnicas y actores principales, en este fenómeno contemporáneo de los procesos electorales eh quisiera despedirme yo también pero previamente avisarles de que el día 12 de marzo tendremos el tercero de estos webinarios a las 2 de la tarde hora de Panamá y les invitamos cortésmente para que puedan acompañarnos como lo hicieron el día de hoy a ese y a futuros eventos organizados en el marco de esta campaña que como dijo la doctora de divulgación de promoción del conocimiento en estos temas de interés y de importancia fundamental para todos nosotros, antes de que cierren también la transmisión eh llamarle la atención sobre la que la doctora Sudei León ha colocado también en la plataforma el

documento que nos prometía justamente hacernos llegar y pueden antes de cerrar pues bajarlo de la plataforma los dejo, muchísimas gracias por su excelente compañía y los dejo con la atenta voz de Óscar Adames.

Óscar Adames:

Muchísimas gracias doctor Salvador Sánchez por moderar este webinar y por supuesto reiterar lo que ya ha mencionado, agradecer también a nuestras conferencistas por sus aportes en la Identificación de Fuentes de Desinformación; técnicas y actores principales, también agradecer a los miembros de UNIORE, a la audiencia que estuvo atento al desarrollo de esta jornada académica recordarles e invitarlos al próximo webinar programado para el miércoles 12 de marzo a las 2 de la tarde hora de Panamá agende la fecha saludos a todos y hasta la próxima.

Desmontando mentiras: cómo identificar la Desinformación

Susana Vital

Contrariamente a lo que podríamos creer, las *fake news* o noticias falsas que circulan en Internet no son un fenómeno nuevo o exclusivamente digital. Su precursor fue la transmisión de sucesos, de una persona a otra, con la secreta satisfacción de estar revelando algo tan interesante para ambas que no requería confirmación. En ocasiones, la “noticia” saltaba a los medios de comunicación, identificándose como “rumores” o escudándose tras los verbos en condicional. ¿Qué cambió entonces? Ocu1rre que la digitalización multiplicó su velocidad de propagación, surgiendo una versión sin límites ni parámetros del boca a boca, antecesor de la viralización de hoy.¹

Tal como ocurría con su versión primigenia y orgánica, en el actual mundo digital es difícil descubrir el origen y demostrar la falsedad de la noticia que estamos consumiendo, creyendo, comentando y compartiendo. Además, la extensión del uso de inteligencia artificial facilita su producción, optimiza su divulgación –la acelera, la focaliza– y complica su detección.²

Si se aspira a conocer datos y acontecimientos reales, y no aquellos que queremos creer, se vuelve indispensable entender el fenómeno de la desinformación y las herramientas que ayudan a desmontarla.

Conociendo y reconociendo la desinformación

Se llama desinformación a las mentiras intencionales que buscan tergiversar hechos y presentarlos como verdaderos; al conjunto de engaños sistemáticos y

¹ Sosa-Villagarcia, P. (2024). (Des)información, redes sociales y democracia. *Revista Elecciones*, 23(28), 7–12. <https://doi.org/10.53557/Elecciones.2024.v23n28.00>

² Juneja, P. (2024). Artificial intelligence for electoral management. Strömsborg: IDEA International. <https://www.idea.int/sites/default/files/2024-04/artificial-intelligence-for-electoral-management.pdf>

organizados, como las falsas alarmas y las teorías conspirativas. ³Se diferencia de la información engañosa –lo que en inglés se denomina *misinformation*–, pues esta es inexacta o está incompleta debido al desconocimiento de un tema y no a la intención de faltar a la verdad.

Para reconocer la desinformación, se puede recurrir a las siguientes prácticas.

- ✓ **Desconfiar de titulares sensacionalistas**, alarmistas o que buscan provocar una reacción emocional intensa. Las noticias falsas suelen emplear este tipo de encabezados para captar la atención.
- ✓ **Asegurarse de que la noticia provenga de un medio de comunicación reconocido y confiable**. Si la fuente es desconocida o sospechosa, investigar su credibilidad antes de aceptar la información como verdadera.
- ✓ **Revisar la URL**: Algunos sitios de noticias falsas imitan URL de medios legítimos, añadiendo o modificando letras. Observar cuidadosamente la dirección web para asegurarte de que es auténtica.
- ✓ **Analizar la redacción**: Errores ortográficos, gramática deficiente y un formato desordenado pueden ser indicios de una noticia falsa. Los medios profesionales mantienen estándares altos de redacción y presentación.
- ✓ **Buscar la fecha de publicación**: Las noticias antiguas pueden resurgir y presentarse como actuales. Verificar la fecha para asegurarse de que la información es relevante y está actualizada.

Herramientas

Una vez reconocida una noticia falsa, es posible ubicar su origen aplicando algunas de las técnicas que utilizan los expertos en verificación de datos o *fact-checking*. ⁴

Búsqueda inversa de imágenes

- ✓ Herramientas como Google Imágenes, TinEye o Yandex sirven para identificar de dónde salió la imagen original y así verificar si ha sido usada fuera de contexto o manipulada.

Consultar verificadores de información confiables

³ Hu, B., Mao, Z., y Zhang, Y. (2024). An overview of fake news detection: From a new perspective. *Fundamental research*, 5(1), 332–346. <https://doi.org/10.1016/j.fmre.2024.01.017>

⁴ Olivera, S., y Otero León, A. (2024). Estados *fact-checkers*: una tipología sobre *fact-checking* ejecutado desde el Estado. *Revista Elecciones*, 23(28), 41–76. <https://doi.org/10.53557/Elecciones.2024.v23n28.02>

- ✓ Plataformas como FactCheck.org, Snopes, Maldito Bulo, Chequeado, AFP Factual se especializan en desmentir información falsa. Ubicar a los mejores verificadores locales.
- ✓ Buscar una palabra clave o un término importante en la desinformación puede ayudar a encontrar la fuente de esta.

Aplicar ingeniería inversa

- ✓ Este es un proceso manual que puede tomar tiempo; sin embargo, si se revisa en buscadores como Google, Bing o Edge, así como en redes sociales, y se retrocede y navega entre el contenido compartido, podría llegarse a la fuente original de la noticia o, al menos, a la que amplificó su difusión.

La escucha social

- ✓ Algunas herramientas de *social listening* (como Quántico) analizan la relevancia de las menciones o el *sentiment* de las informaciones en canales digitales, y también pueden identificar la relevancia y los rebotes de usuarios de alto impacto.
- ✓ Uniendo los puntos entre las réplicas de la desinformación, es posible llegar a la fuente original o identificar patrones (como una campaña articulada desinformativa).

La experiencia peruana

Muchas de las prácticas y herramientas mencionadas se utilizaron para enfrentar una de las campañas de desinformación más intensas que se han desarrollado en el Perú. Antes y después de las Elecciones Generales 2021, se generó y difundió una narrativa de fraude electoral. Esta se extendió fácilmente, pues el Perú es un campo propicio para el florecimiento de noticias falsas y de teorías conspirativas, donde las personas se sienten inclinadas a creer informaciones que justifican sus rechazos y confirman sus temores.

Cuando una narrativa de fraude empezó a golpear los comicios generales del año 2021, la entidad que los organizó –la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE)– decidió responder las noticias falsas en donde surgieron: las redes sociales. Sin embargo, los desmentidos no se quedaron únicamente en ese espacio y, con frecuencia, fueron replicados por medios de comunicación masivos.

Las redes sociales de la ONPE se convirtieron en una fuente de información oportuna y confiable. Los contenidos informativos difundidos en otros formatos

(comunicados, notas de prensa, gráficos, videos, podcasts, entrevistas) priorizaron el desarrollo del proceso electoral con el propósito de orientar a los ciudadanos.

Antes de la primera vuelta (11 de abril de 2021), la ONPE empezó a desmentir *fake news* que buscaban atemorizar al electorado para que no acuda a las urnas. Ni bien se produjo la votación, se difundieron noticias falsas que cuestionaban el desempeño del personal de la ONPE y la correcta ejecución de ciertos procedimientos que eran parte del sufragio, el repliegue de material y el procesamiento de actas.

Es entonces cuando la ONPE decidió reforzar su equipo de comunicación digital con la incorporación de *fact-checkers*, periodistas especializados en verificación de datos, y así estuvo mejor preparada para enfrentar la segunda vuelta.

El día de la segunda vuelta (6 de junio de 2021), se produjeron algunos incidentes, pero, en términos generales, el proceso se desarrolló con normalidad, superándose inclusive problemas que se presentaron en la primera vuelta, como la espera de los adultos mayores por la demora en la instalación de mesas de sufragio.

Sin embargo, las *fake news* aumentaron, tanto en cantidad como en agresividad. Usando el formato de denuncia, se sobredimensionaron irregularidades (verdaderas o no), buscando mellar la imagen de las instituciones electorales y, a la vez, hacer creer que dichas irregularidades eran producto de un intento articulado de torcer la voluntad popular.

Ese discurso fue esgrimido por los dos partidos en contienda con mayor o menor frecuencia, dependiendo de cuánto los favorecía el resultado que se iba conociendo conforme avanzaba el procesamiento de los votos. Finalmente, uno de los partidos optó por consolidar las denuncias, poniéndolas al servicio de una narrativa de fraude que desconocía la validez de todo el proceso electoral y exigía su anulación. Aliado con otros partidos y personajes políticos, promovió un movimiento que reclamaba nuevas elecciones y, en ese contexto, destacaron voces que solicitaban la intervención de las Fuerzas Armadas.

La versión difundida se refería a un “fraude en mesa” pero su alcance iba mucho más allá de la labor de miembros de mesa, pues sostenía que se habían emitido, contado y procesado votos de manera irregular. Este tipo de mensaje acompañó y amplificó manifestaciones callejeras y acciones legales. En el ámbito de la justicia electoral, el partido que no fue favorecido en las urnas cuestionó la legitimidad de

actas y solicitó ante el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) que se anularan y que los votos registrados en ellas fueran retirados del cómputo de resultados.

Las acciones y la narrativa se articularon con el propósito de restarle legitimidad al proceso electoral. Al no conseguir invalidarlo, se apostó por postergar su culminación, lo que alargó la entrega oficial de los resultados definitivos.

Durante todo este proceso, la ONPE desarrolló una labor esclarecedora, cuya manifestación más visible fueron los desmentidos de *fake news*. Las respuestas fueron claras y concisas, y se publicaron –lo más pronto posible– en todas las redes sociales donde la institución tenía cuentas oficiales, no solo en aquella donde había surgido la noticia falsa. Siempre se focalizaron en los hechos que servían como evidencia de la falsedad de la información, e incluyeron una apelación final a no compartir *fake news*. La ONPE trató de contribuir a la educación mediática de los usuarios de redes sociales, invitándolos a usar fuentes confiables para informarse.

El equipo de comunicación digital de la ONPE contestó por igual a ciudadanos de a pie, periodistas, líderes de opinión y políticos peruanos y extranjeros, con sobriedad y cortesía, sin tomar en cuenta las motivaciones de sus difusores. Algunos de ellos desconocían la legislación y los procesos electorales, y otros estaban interesados en instalar la idea de que se había producido un fraude e insistían en esta idea, pese a la falta de pruebas y a los pronunciamientos de observadores nacionales e internacionales. Hubo también usuarios nuevos en *Twitter (ahora X)*, con pocos seguidores, que impulsaban la circulación de *hashtags* sobre el presunto fraude o acusaciones contra la ONPE, replicando mensajes falsos innumerables veces.

El impacto buscado por las noticias falsas y la narrativa de fraude fue reducido por una persistente labor comunicativa. El esfuerzo fue reconocido por individuos e instituciones que encontraron en la ONPE una voz efectiva contra la desinformación.

Esta experiencia fue clave para el equipo de comunicación de la ONPE. Si bien se había conformado para la generación de contenidos, el nuevo fenómeno desinformativo no solo los retó, sino que llevó a desarrollar buenas prácticas y procesos que, incluso al día de hoy, marcan la pauta de lo que implica enfrentar a la desinformación electoral en medios digitales, con todo lo que esto conlleva.

Narrativa de fraude

La narrativa de fraude que se difundió en el Perú ya había circulado y siguió circulando en diversos países; entre ellos, Estados Unidos, Bolivia y Brasil.

“En el contexto de un proceso electoral, la palabra fraude es la más contagiosa de todas”, sostiene Gerardo de Icaza, director del Departamento para la Cooperación y Observación Electoral (DECO) de la Organización de los Estados Americanos (OEA).

Tras acumular amplia experiencia en misiones de observación, De Icaza sostiene que los procesos electorales registran irregularidades, en diferentes niveles o gravedad, pero que esto no implica necesariamente la manipulación fraudulenta de un proceso. “Un fraude electoral se consuma cuando estas irregularidades son generalizadas y existe un patrón evidente de intenciones sistémicas y deliberadas que adquieren una magnitud tal que los resultados pueden verse comprometidos”. Coincide con esta definición el entonces consejero presidente del Instituto Nacional Electoral de México, Lorenzo Córdova Vianello: “El fraude implica una actuación o una dolosa alteración sistemática y organizada de los resultados electorales, con la finalidad de que se altere la voluntad expresada en las urnas”. (Instituto de Investigaciones Jurídicas Universidad Autónoma de México (UNAM). (2019). Seminario Avances del Sufragio Efectivo Frente al Fraude Electoral, Inauguración. Video. <https://www.youtube.com/watch?v=yYIR4IKs51k&t=1878s>).

Lorenzo Córdova añade que existe una banalización del concepto de fraude electoral y explica que “las conductas ilícitas [electorales] no son lo que normalmente identificamos como fraude y bien haríamos en distinguir una cosa de la otra”.

Gerardo de Icaza refiere que en América Latina se ha encontrado la denominada narrativa de fraude y lo explica como un fenómeno que incrementa la polarización, genera inestabilidad política, erosiona la confianza ciudadana, atenta contra la calidad de un proceso electoral, socava la institucionalidad y credibilidad de los árbitros electorales y, a largo plazo, acrecienta el desencanto con la política, especialmente en los ciudadanos más jóvenes. (<https://estepais.com/impreso/la-narrativa-del-fraude-en-los-procesos-electorales/>)

Sobre las alegaciones de fraude en la región, el exfuncionario electoral boliviano Salvador Romero Ballivián sostiene lo siguiente en su libro *Elecciones en América Latina*:

“Contados países llevan una sucesión de comicios en los cuales los candidatos derrotados aceptan el veredicto de las urnas como parte de los hábitos democráticos. Por el contrario, abundan los ejemplos en los cuales cuestionan la

autenticidad de los datos, denuncian al organismo electoral y se niegan a admitir el fracaso. Casi nunca hay pruebas que avalen la impugnación, a lo sumo se ofrecen evidencias de errores marginales y sin incidencia en el resultado general (en el peor de los casos, existen elementos probatorios en comicios regionales o legislativos, que responden a dinámicas locales antes que de una orquestación central).” (Página 478).

Acusaciones sin pruebas golpean con más fuerza a personas, instituciones y procesos cuando aparecen en escenarios donde predomina la desconfianza.

Alianzas

Luego de lo sucedido con las elecciones generales peruanas en el 2021, en noviembre de ese año, durante la XV Conferencia de la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE) la ONPE tomó la iniciativa de proponer la creación de un plan para combatir la desinformación electoral.

En este plan se incluye la conformación del Observatorio Interamericano para el Combate a la Desinformación Electoral, una alianza estratégica entre organismos electorales de la región, organizaciones periodísticas de *fact-checking*, centros de investigación y representantes de la sociedad civil.

La misión del Observatorio va más allá del análisis y confrontación a las noticias falsas durante los procesos electorales, sino que también sirve como puente entre los organismos electorales y la ciudadanía, a fin de brindarles las herramientas y conocimientos necesarios para que los propios ciudadanos desarrollen la capacidad de identificar, reportar y mitigar los efectos de la desinformación.

Para conseguir ese objetivo, el Observatorio actualmente cuenta con perfiles sociales activos en redes como [Instagram](#), [Facebook](#), [TikTok](#) y [LinkedIn](#), además del portal oficial observatorio.onpe.gob.pe. Asimismo, tiene alianzas con el Órgano Electoral Plurinacional (OEP), el Consejo Nacional Electoral (CNE) de Ecuador y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) de México.

Y, como parte de su labor de divulgación y alfabetización digital, de manera regular el Observatorio lleva a cabo *webinars* abiertos en sus plataformas digitales, contando para ello con destacados especialistas de organismos electorales de la región, representantes de verificadores independientes y la participación de representantes de las empresas de Social Media, como Meta, TikTok y Google, brindando valiosa información a la ciudadanía y consolidando su propuesta.

La experiencia nacional e internacional muestra que, en la lucha contra la desinformación, los siguientes actores pueden cumplir un papel relevante.

- ✓ **Entidades públicas oficiales.** La información oficial suele requerir varios filtros antes de publicarse, por lo que debe considerarse como un espacio confiable.
- ✓ **Verificadores independientes.** Aunque las instituciones y entidades suelen tener iniciativas para realizar *fact-checking*, los verificadores de medios independientes suelen ser menos proclives a los sesgos por afinidad.
- ✓ **Actores políticos, autoridades y medios de comunicación.** Si bien estos actores también pueden generar desinformación, su rol es clave para contrarrestarla. El trabajo con aliados y los compromisos colectivos generalmente logran mayor impacto.
- ✓ **La ciudadanía.** Cumple un papel fundamental, pudiendo ser tanto víctima como emisor de noticias falsas. Por ello, contribuir a su educación es clave para reducir el impacto de la desinformación.
- ✓ **Plataformas de *social media* y organizaciones internacionales.** Llegar a acuerdos con plataformas de *social media* y contar con la colaboración de organismos internacionales puede contribuir a mejorar el acceso a herramientas, así como la transferencia de conocimientos para combatir la desinformación.

2026: Los desafíos del “súper año electoral” en pleno auge de la IA

Para la ONPE, el 2026 será un año desafiante por varias razones. Se desarrollarán dos procesos electorales de alcance nacional (las elecciones generales y las elecciones regionales y municipales). A este escenario y sus complejidades logísticas, así como comunicacionales, debemos sumarle el factor digitalización y un invitado que se suma a la mesa de manera contundente: la inteligencia artificial. Seamos claros, la IA ya existía, lo que nació con la aparición de ChatGPT fue la democratización y masificación de la inteligencia artificial para el gran público. Esto tiene connotaciones positivas, al facilitar el desarrollo de nuevas soluciones e incluso aplicaciones científicas, sanitarias y para el aprendizaje.

Sin embargo, también conlleva riesgos. Hemos vivido una explosión sin precedentes de riesgos de ciberseguridad, avances descomunales en generación de videos (que cada vez son más difíciles de verificar), generación de imágenes y el *deepfake*, que consiste en el reemplazo digital del rostro de un personaje por el de otra persona.

Hoy en día no solo se pueden clonar rostros, también es posible replicar voces y generar verdaderas bombas de tiempo en cuanto a veracidad del contenido. Esta no es una proyección, es una realidad que ya está ocurriendo.

El ejemplo más reciente lo podemos encontrar en Ecuador. El medio independiente Lupa Media, reportó que durante la última campaña electoral presidencial, se verificaron 247 contenidos virales, de los cuales, el 74 % resultó ser falso (<https://lupa.com.ec/explicativos/desinformacion-electoral-ecuador-2025/>).

De ese total, 1 de cada 5 contenidos falsos o manipulados fueron creados con inteligencia artificial. Es pues, un fenómeno actual y que representa una problemática que, en la medida en que nos acerquemos al día central de la elección presidencial (12 de abril de 2026) irá manifestándose de manera cada vez más contundente.

Ahora bien, ¿cómo nos preparamos para este desafío? Una realidad es que no se pueden eliminar o contrarrestar todas las desinformaciones, hay límites humanos y logísticos que lo hacen inviable, sin embargo, las alianzas actuales, así como los espacios generados por organizaciones independientes u organismos como el PNUD o Unióre, sumados a las experiencias y aprendizajes recopilados en los últimos años, nos han permitido conformar un equipo multidisciplinario que congrega lo comunicacional con lo técnico.

Prepararse para enfrentar a la desinformación impulsada por la IA, ha requerido que no solo entendamos esta tecnología, sino que también la adoptemos, agilizando procesos, optimizando la detección y aprovechando los beneficios que brinda para combatir a las *fake news* usando en su contra aquello que la potencia.

Esta complejidad, nos lleva a reiterar que el trabajo interdisciplinario es clave para combatir la desinformación y también lo es para la alfabetización digital y el desarrollo de mecanismos de fácil adopción por parte de la ciudadanía.

Asimismo, dada la magnitud de la ola desinformativa, se hace indispensable el compromiso de los actores políticos, los sectores público y privado, los medios de comunicación y la sociedad civil en su conjunto.⁵ Dados sus efectos desestabilizadores y polarizantes, la desinformación es una amenaza existencial

⁵ European Movement International. (2023). Fighting the Invisible Enemy: Countering Disinformation & Misinformation. Brussels: European Movement International. <https://europeanmovement.eu/policy/fighting-the-invisible-enemy-countering-disinformation-misinformation/>

para nuestras propias democracias, una amenaza que tenemos el deber de contrarrestar.

Susana Vital Reyes

Es Licenciada en Periodismo por la Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza con especialización en Comunicación Corporativa y Comunicación Política y Electoral y estudios de maestría en Gestión Pública de la Universidad del Pacífico. Profesional con más de 15 años de experiencia en el sector público y privado, planificando y ejecutando estrategias y planes de comunicación, imagen institucional, gestión de marca y reputación, así como gestión de crisis. Ha liderado y gestionado equipos de comunicación, logrando gran compromiso, consolidando buen clima laboral y mostrando resultados tangibles.

Actualmente desempeña el cargo de Gerente de Información y Educación Electoral de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) del Perú. Es Responsable de dirigir las políticas institucionales de comunicación e identidad corporativa, relacionamiento con otras instituciones públicas y privadas, así como el monitoreo y la optimización de la imagen externa de la ONPE. Asimismo, dirige las actividades destinadas a generar información de interés público y, de difundirla directamente a la ciudadanía o a través de medios de comunicación convencionales o digitales. La gerencia a su cargo también brinda educación electoral, desarrolla estudios en materia electoral y gestiona el Centro de Documentación e Investigación Electoral.

UNIORE - Ciclo de webinars 2025

Desafío de las mujeres en las elecciones

 12 de marzo de 2025  2:00 p.m. (Hora de Panamá)



Ivonne Coloma Peralta

Presidenta del Tribunal Contencioso
Electoral de Ecuador

EXPOSITORA



Maritza Martínez Aristizábal

Magistrada del Consejo Nacional
Electoral de Colombia

EXPOSITORA



Erika Jiménez

Jefa de la Oficina de Igualdad de Género
del Tribunal Electoral de Panamá

MODERADORA

Escanea el QR para ver la repetición.



*Conmemorando el día internacional
de la mujer - 8 de marzo*



Desafío de las Mujeres en las Elecciones

Presentador Oscar Adames:

Bienvenidos al tercer webinar programado por la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE), con el tema: Desafíos de las mujeres en las elecciones.

Presentación De Las Expositores:

Ivonne Coloma Peralta Presidenta del Tribunal Contencioso Electoral de la República del Ecuador.

Abogada de los tribunales y juzgados de la República por la Universidad de las Américas, con la distinción *summa cum laude*; designada mejor egresada de la facultad de Derecho y galardonada con el botón de oro de la promoción 2006.

Especialista en Derecho Procesal por la Universidad Andina Simón Bolívar. Asesora de despacho y secretaria relatora desde la creación del Tribunal Contencioso Electoral como parte de la fundación electoral. También fue asesora de Presidencia y primera

mujer secretaria general del máximo organismo de Justicia Electoral.

Trabajó como abogada en libre ejercicio profesional y ha brindado asesoría en Derecho Administrativo en el marco de las facultades y competencias de los gobiernos autónomos descentralizados y municipales en materia constitucional.

Luego de participar en el concurso de méritos y oposición, organizado por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social Transitorio, fue designada juez suplente del Tribunal Contencioso Electoral y, posesionada como juez principal, asume el cargo de presidenta de ese Tribunal de conformidad con el artículo 65 de la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia, para el resto del período.

Maritza Martínez Aristizábal
Magistrada del Consejo Nacional Electoral de Colombia.

Abogada de la Universidad Externado de Colombia, especialista y magíster en Derecho Público y Derecho Disciplinario. En su trayectoria profesional como abogada, ha combinado altos cargos en el sector público, siendo magistrada auxiliar de la Sección Tercera del Consejo de Estado y reconocida litigante en las áreas de Derecho Administrativo, Responsabilidad del Estado y Derechos Humanos.

Ejerció como docente en Derecho Constitucional. Elegida senadora de la República entre 2010 y 2022, durante su paso por el Congreso se destacó por la defensa de los derechos de las mujeres y la búsqueda por ampliar sus espacios de participación política.

Durante sus tres períodos en el Senado de la República, lideró diversas iniciativas legislativas para la protección de la integridad de las mujeres, niñas, niños y adolescentes, y la prevención del acoso. Trabajó en importantes reformas en beneficio del sector agropecuario, la autonomía de las entidades territoriales y la protección del medio ambiente.

Entre 2021 y 2022, ocupó el cargo de primera vicepresidenta del Senado de la República y fue elegida magistrada del Consejo Nacional Electoral para el período 2022-2026, ejerciendo como presidenta de la corporación en el 2024.

Erika Jiménez, Jefa de la Oficina de Igualdad de Género del Tribunal Electoral de Panamá.

Posee una maestría en Derecho Mercantil y una licenciatura en Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Santa María la Antigua; diplomado en Igualdad y Empoderamiento de la Mujer de la Fundación de la Universidad de Salamanca. Maestría internacional en Igualdad de Género y en Prevención de Violencia de Género, Grupo Esneca España (en curso). Diplomado de Violencia Política - IDH AMEA. Diplomado de IDH ONU Mujeres: el rol de los organismos electorales en la prevención y abordaje de la violencia contra las mujeres en política. Diplomado en Desarrollo de Capacidades para una Participación Política de las Mujeres en América Latina, ONU Mujeres. Diplomado

Mujeres Líderes y los Escenarios de la Política Electoral, Universidad de Panamá, Instituto de la Mujer. Seminario Intensivo de Derecho Probatorio, INE. Curso virtual del INE y Mecanismos para Alcanzar la Paridad de Género y Atención a la Violencia Política en Razón de Género.

Fue abogada de la Oficina de Igualdad de Género, de la Dirección de Financiamiento Político del Tribunal Electoral, de Chiquita Bran International, del Grupo Lloros y de First Sty Scrm, entre otros.

ERIKA JIMÉNEZ:

En Latinoamérica, las mujeres seguimos enfrentando desafíos estructurales, culturales y políticos que limitan el ejercicio pleno de nuestros derechos. Nuestra participación en los procesos electorales se ve limitada y, a su vez, el acceso a los puestos de toma de decisión.

Este webinar tiene el objetivo de analizar nuestras realidades electorales desde una perspectiva de

género, a través de las experiencias y vivencias de nuestras distinguidas ponentes, quienes desde sus espacios han liderado cambios a nivel regional.

En el marco del Día Internacional de la Mujer, en este intercambio, exploraremos desafíos, experiencias y aportes de estas dos grandes líderes en el ámbito electoral latinoamericano, donde la violencia, los estereotipos de género y las barreras estructurales y legales siguen impidiendo nuestra participación equitativa en pleno Siglo XXI. Además, discutiremos las oportunidades que existen para impulsar un cambio hacia una mayor equidad en nuestros procesos electorales.

Les invitamos a aprovechar este espacio de reflexión con la finalidad de promover democracias basadas en un principio de igualdad, de ejercicio pleno de nuestros derechos y de promoción del liderazgo político en Latinoamérica.

Vamos a iniciar esta conversación desde sus experiencias para que nos puedan plantear: ¿cuál ha sido el

mayor impacto que las mujeres vemos como apoyo? No vamos a empezar por tantos desafíos que tenemos, vamos a ver cuáles son estas oportunidades que ustedes han visto desde sus experiencias en el apoyo en las campañas políticas, específicamente de las mujeres.

Podríamos empezar con los obstáculos que han vivido dentro de las experiencias en los ámbitos electorales, por ejemplo, las mujeres, generalmente, el primer obstáculo que encontramos en las postulaciones en Panamá, por ejemplo, son la válvula de escape, hay algunos factores regionales que han podido promover quizás un aumento en el porcentaje de participación, que sería en el caso de Colombia las cuotas.

MARITZA MARTÍNEZ ARISTIZÁBAL:

Lo primero que tengo que decir, y creo que coincidiremos todas las mujeres en este aspecto, es que ha habido avances en la lucha por la igualdad de género. No hemos llegado al punto que queremos abordar, pero hemos tenido avances, eso se refleja en el

incremento de la participación. Sin embargo, al identificar cuáles son los obstáculos, encontramos que no son fáciles de quebrantar: estamos hablando de estructuras sociales y culturales muy arraigadas en nuestras sociedades. Estamos hablando de prácticas políticas y económicas que limitan de manera directa la participación de las mujeres.

Te puedo decir cuáles son los cuatro principales obstáculos que enfrentamos las mujeres en Colombia y en buena parte de Latinoamérica cuando pretendemos incursionar en el mundo político, y lo puedo decir como magistrada del Tribunal Electoral o del Cuerpo Administrativo Electoral, Consejo Nacional Electoral, o antes, como congresista, cuando me desempeñé y me hacía elegir senadora y lo fui durante muchos años. Básicamente, lo que encuentra uno es, primero, una instrumentalización de la mujer. Y ahí me refiero a lo que preguntaste: claro, en Colombia tenemos una ley de cuotas y, específicamente, en el tema electoral, consiste en la Ley 1475 de 2011, que establece que las listas

electorales deben estar compuestas por lo menos con un 30% de alguno de los géneros; en realidad se refiere al género femenino, porque los hombres tienen garantizado el 70, 80, 90 y el 100% de su espacio. Pero esta ha sido como la ruta que ha escogido nuestra legislación para obligar a las organizaciones políticas a que vinculen mujeres candidatas en las listas electorales.

La instrumentalización de la mujer, ¿qué es? La ley le exige a una lista que para poder inscribirse a un partido tiene que tener por lo menos el 30% de mujeres; en realidad, buscan a las mujeres y le dan cumplimiento a la norma. Lo que pasa es que en realidad están siendo utilizadas como un símbolo de inclusión o de diversidad, pero no de verdad como unas candidatas con vocación de poder; es para cumplir el requisito que establece la ley y poder inscribir las listas.

El otro reto, además de la instrumentalización, es la desigualdad en la financiación de las campañas, que está estudiado y analizado con cifras, y básicamente lo que hacen las organizaciones políticas es que en esa

lista electoral privilegian las aspiraciones masculinas, los financian de manera decidida, mientras que las mujeres reciben un porcentaje muchísimo menor que no les permite desarrollar ni siquiera una campaña en condiciones dignas, menos aún, en condiciones de verdadera vocación de alcanzar ese espacio.

El tercer obstáculo al que nos enfrentamos es la violencia política. Esto tal vez sea especialmente delicado en Colombia, que tenemos, tristemente, una historia de un conflicto interno que no nos permite abordar nuestra democracia de manera un poco más sana, donde el debate por las ideas se dé en la palabra y no en las armas. Seguimos enfrentando a estos grupos armados que atentan contra mujeres candidatas; pero peor aún, de las elecciones territoriales de 2019 o las territoriales de 2023, que, en lugar de presentarse una disminución en estos temas de violencia, se ha presentado un incremento del 180%, por lo que todas las entidades estamos unidas: órganos de control, órganos de investigación, Fiscalía General,

Procuraduría General de la Nación, Consejo Nacional Electoral, Registraduría. Todos interesados en superar el tema de la violencia, garantizándole condiciones a las mujeres que les permitan participar con seguridad, con tranquilidad, desarrollar una campaña donde no las agredan sexualmente, o no les vulneren su publicidad, pero se sigue presentando ese tipo de hechos.

El último obstáculo que hemos detectado, como muy grave, es la falta de formación para las mujeres que participan en política. Entonces, ¿cómo pretendemos que una mujer sea más o menos tan exitosa como los hombres en una campaña, si ni siquiera conoce las normas que rigen esas campañas, si no conoce las obligaciones que se derivan de una candidatura, como la rendición de unas cuentas, la presentación de unos informes de ingresos y gastos, en qué consisten las funciones de su cargo? Y eso atenta contra la imagen y la capacidad de las mujeres para poder abordar los cargos a los cuales aspiran. Básicamente, diría que para comenzar esto es lo que hemos

detectado como principales obstáculos, más adelante iremos añadiendo otros y posibles soluciones.

ERIKA JIMÉNEZ: Estos retos y obstáculos se presentan en todos nuestros países de Latinoamérica, y la fuerza conjunta que podamos hacer desde sus experiencias para gestionar cambios es: la idea.

IVONNE COLOMA PERALTA:

Cuando hablamos de los obstáculos que impiden a las mujeres participar en la política, es un denominador común en toda la región. Maritza nos hablaba de cuatro puntos: la ley, el financiamiento, la violencia política y la formación. Coincido, en términos generales; efectivamente, no podemos desconocer que todavía, a la fecha, existen estereotipos de género para que una mujer llegue a un cargo. Es más complicado para una mujer que para un hombre: tenemos mayores exigencias y siempre nos van a vincular al tema doméstico, a la vulnerabilidad, la sensibilidad o la falta de preparación.

El tema de la violencia política de la que somos víctimas las mujeres, la falta de financiamiento en las campañas electorales y las barreras que se generan al interior de las organizaciones políticas son verticales y patriarcales. No podemos negar que esto sucede en la mayoría de la región y, a eso, le añadiría el punto familiar y político que vive cada mujer, porque va más allá de la parte electoral; viene de un tema de estructuras y de diseño de los estados.

¿Qué pasa con las mujeres que se quieren lanzar a la política? ¿Tienen algún tipo de beneficio, referencia o ayuda normativa para el cuidado de sus hijos, para el incremento salarial, los permisos que se tienen que pedir o las licencias?

Esto, en términos generales, cuando hablamos de un aspecto social y cultural. Pero, aterrizándolo a la parte legal, ¿qué pasa en la parte legal que hemos visto? Y Erika nos decía: la válvula de escape que tiene Panamá; sí, todos la conocemos. ¿Qué pasa con Colombia, con Honduras, con otros países? Cuando vemos lo que nos indican, tenemos una

presentación paritaria equitativa, pero todavía estamos en ley de cuotas. Luego, vamos a otro país y nos dicen: "Ya hemos avanzado, ya se pide que en las elecciones primarias la postulación sea representativa". Sin embargo, cuando van a la lista, no se garantiza esta representación equitativa y paritaria de las mujeres.

En el caso de Ecuador, se puede hablar de un antes y un después. Antes de 2020, se aplicaba una representación paritaria para las mujeres a través de listas alternadas, lo que garantizaba la paridad vertical.

Con las reformas de 2020, se estableció la paridad horizontal, que obliga a que el 50% de las listas sean encabezadas por mujeres.

Muchos países podrían ver esto como un gran avance. Y, en efecto, lo es. El paso de la paridad vertical a la obligatoriedad del 50% de representación femenina a partir de 2020 demuestra que estamos yendo más allá, buscando resultados concretos. Esto garantiza que el 50% de los cargos de representación popular (en asambleas, municipios y

binomios) sean ocupados por mujeres.

¿Es suficiente? No, no lo es. A la fecha, a pesar de que la reforma en el 2020, se implementó hace poco, ya estamos viendo cómo las listas se conforman por competitividad. Esto significa que los partidos políticos crean bloques de competitividad según la realidad de cada circunscripción del país, lo cual nos permite garantizar una mayor representación.

La violencia política de género es otro tema en el que todavía existen demasiados vacíos en nuestras legislaciones. Cuando uno acude y pregunta: "¿Cómo se está manejando el tema de la violencia?", partiendo de que muchos países están implementando reformas para tratar la violencia contra las mujeres. De manera general, muy pocos han ahondado en el tema de la violencia política de género; son muy pocos los países que tienen una normativa que permita que exista un organismo que conozca, resuelva y sancione la violencia política de género.

Los organismos electorales, cuando les hablamos de violencia política de género, tienen muchos casos que se dan durante la campaña electoral y esto genera un obstáculo en la participación de las mujeres.

La falta de normativa no permite a las autoridades actuar en este caso, y eso también es un obstáculo, porque las mujeres no se postulan ante la violencia política de género que se genera al interior de las propias organizaciones políticas cuando no son seleccionadas en el financiamiento —cuando es más que conocido que tienen más acceso los hombres—, o cuando ya están dentro de la campaña, cuando son víctimas en medios digitales o en la propia campaña física que tienen que realizar, o peor aún, cuando obtienen el cargo y este está condicionado a un movimiento político que simplemente para cumplir con una cuota que determinan ciertos países o con un principio de paridad, resulta en algo que no es real porque van con una carta de renuncia por debajo de la mano para que cuando se postulen, quienes asuman sean los varones.

Creo que esos son los obstáculos que estamos teniendo como región. Sí, me resulta un poco más complicado porque, como todos conocen, creo que en Ecuador sí hemos avanzado bastante en las reformas normativas, a diferencia de México, que lo tuvo que realizar vía reforma a través de sentencias judiciales.

En Ecuador lo hicimos a través de reforma legislativa. Con la reforma legislativa, creo que sí se abrió más fácil el camino para que las autoridades pudiéramos, en este caso, implementar lo que fue la voluntad de las mujeres. ¿Y cómo nació? Producto de este tipo de conversaciones, porque con estas conversaciones nos enriquecemos, vemos las debilidades y fortalezas de cada país de la región y nos ayudamos para, efectivamente, implementarlas en nuestro país.

ERIKA JIMÉNEZ:

Definitivamente, los retos que tenemos en Panamá, al igual que en sus países, para nuestra participación política se replican y un factor importante que incide directamente en

esa participación para ser elegidas son los estereotipos de género. Quisiéramos conocer sus puntos de vista de cómo influyen estos estereotipos de género en estas postulaciones de nuestras mujeres en los sistemas desde sus experiencias.

MARITZA MARTÍNEZ ARISTIZÁBAL:

Antes de cerrar el anterior tema, tengo que decir, que siento mucha alegría de ver cómo Ivonne nos narra los avances en un país hermano como es Ecuador. Nosotros aspiramos a eso, por lo menos, en el tema electoral, porque ya para cargos del ejecutivo sí tenemos las normas que garantizan esa paridad efectiva, porque nosotros tenemos la ley de cuotas que antes era del 30% obligatorio de mujeres en cargos directivos a nivel nacional, después territorial y ahora se ha extendido al 50%: eso es efectividad.

No hemos logrado trasladarla todavía al campo electoral, pero sé que con estas experiencias de países vecinos vamos a lograr avanzar, por lo menos, el Consejo Nacional Electoral, bajo mi presidencia, como tenemos iniciativa

legislativa, presentamos un proyecto de ley estatutaria para obligar a que las listas pasen del 30 al 50% de conformación por uno de los géneros. No nos garantiza nada en realidad, lo único que nos va a garantizar es cuando logremos listas cerradas con alternancia, listas cremallera, eso nos va a garantizar esa representación efectiva, pero mientras tanto vamos dando pasos hacia ello.

Los estereotipos de género es un tema bien complejo para las mujeres. Nosotros acá hablamos un poco de cuando abordamos el tema de las violencias. Una de ellas es la violencia simbólica que tiene que ver un poco con estos estereotipos que les voy a comentar: en primer término, frente a las mujeres se generan unas expectativas de comportamiento; a la mujer se le exige ejercer un liderazgo con parámetros idénticos al liderazgo masculino, cuando en realidad eso es imposible de exigir.

Tenemos miradas diferentes, intereses diferentes y, ahí, es donde está lo interesante de lograr que las mujeres se inserten en estos cargos de poder, porque es lo que termina

impactando positivamente nuestra democracia, pero no, se nos sigue exigiendo que las mujeres sean amables, pero con un liderazgo muy masculino y realmente eso es muy difícil.

El segundo estereotipo que nosotros hemos observado, es que existe aún una desconfianza hacia el liderazgo femenino. Se duda mucho de la capacidad de las mujeres, especialmente en unas materias específicas: manejo económico, el tema de seguridad y el tema de defensa, que es un tema que ven más enfocado hacia el conocimiento de los hombres. Los hombres son por ser hombres conocedores y expertos en esos temas, mientras que en las mujeres se genera esa desconfianza en esos temas específicos.

El otro estereotipo es cómo se generan críticas hacia la apariencia y la personalidad de las mujeres, que son aspectos que, además, nunca se tienen en cuenta cuando es un hombre o, por lo menos, no voy a decir nunca, pero rara vez se les exige.

Las candidatas y las mujeres que acceden a cargos reciben muchas críticas relacionadas con su apariencia física, con su comportamiento; se les juzga por su vestimenta, su tono de voz, su forma de expresarse. En contraste con los hombres se les juzga principalmente por sus ideas y su desempeño.

Otro estereotipo recurrente es el doble estándar de la autoridad: si un hombre es firme, es un líder que genera confianza; si una mujer es firme, si habla duro, si expresa y defiende sus convicciones con vehemencia es una histérica y se le empieza a descalificar desde ese estereotipo.

Finalmente, otro tipo de medición es la desconfianza que se genera hacia la maternidad y la vida familiar de las mujeres: "¿Ella cómo va a poder ocuparse de eso? Que se ocupe de los hijos. Tiene responsabilidades familiares". Esto también termina siendo un arma en contra de las mujeres que incursionan en política. Y, por último, un poco ya relacionado con las otras, la subestimación de su experiencia y de sus habilidades, que básicamente condensa todo lo

anterior que vimos en cuanto a los estereotipos de género, porque así sea una mujer muy competente profesionalmente, si una mujer se postula a un cargo público, ya en ese tema empieza a vérselo como una novata o va a tener barreras temporales para los intereses de un partido político, en lugar de dársele la misma validez que a una contraparte masculina, independientemente de su experiencia. Esos serían los estereotipos a los que principalmente nos enfrentamos las mujeres en esta actividad electoral.

ERIKA JIMÉNEZ:

La verdad que es muy interesante escucharle desde su experiencia no solo como magistrada, sino también como diputada o parlamentaria de su país, -- senadora en Colombia, en Panamá, diputada--. Es interesante porque todos estos patrones o roles, estereotipos de género, se van repitiendo cada vez que nosotras queremos ejercer nuestros derechos.

Doctora Ivonne, quisiéramos escuchar esa experiencia desde su perspectiva en cuanto a cómo inciden estos roles

y estereotipos no solo en el tema de postulaciones, sino también algunas veces violentándonos políticamente a nosotras las mujeres, colocándonos etiquetas de manera particular y requerimientos extras más allá de los hombres.

IVONNE COLOMA PERALTA:

Coincido con lo que nos comentó Maritza, que, efectivamente, los estereotipos de género se visibilizan en los cargos que ocupan las mujeres; desde una parte social, existen, indudablemente, prejuicios hacia la mujer que opta o que llega a un cargo de poder.

Al interior de las organizaciones políticas, decía en la anterior intervención, que Ecuador tiene el 50% de representación que proviene de elecciones primarias; sin embargo, es una reforma del 2020. Cuando se realizaron las elecciones, lo primero que dijeron las organizaciones políticas es que se les dificultaba aplicar esta reforma normativa, porque no existen mujeres; y cuando nosotros hablamos en los diferentes procesos que se han mantenido en la región,

casi siempre las mujeres son más de la mitad del electorado. Entonces, ¿cómo es que no existen mujeres para que se postulen a cargos de representación, si somos más de la mitad? Desde ahí ya viene el tema de los estereotipos y de los obstáculos que se nos presentan a las mujeres para acceder a los cargos de representación popular.

Las redes sociales sí hacen una discriminación, en este caso los ataques que se pueden dar en las redes sociales, que una cuestión son la libertad de expresión que cualquier ciudadano la puede ejercer, y otro tema son los ataques que se dan en razón al género o estereotipos.

Entonces, uno divide entre los candidatos hombres y se da cuenta de que la mayoría de críticas son a los postulados, a su plan de trabajo; más en las mujeres las críticas van dirigidas a su físico, a su cuestión familiar y personal. Muy pocos analizan cuál es, en este caso, su concepción o por qué quieren llegar a un cargo de representación popular o cuáles son sus aspiraciones, cuáles son sus objetivos, cuáles son sus

metas. Eso no está en discusión para una mujer y también lo vemos no solo en las redes sociales, sino también en los medios de comunicación.

Cuando empezó esta pregunta, recordaba que vi una entrevista, no recuerdo en qué país, me imagino que alguno de los que nos acompaña debe saber a qué caso me refiero, en el cual estaban, efectivamente, varios candidatos, no candidatos ya dignidades de elección popular, enfrentando un juicio penal; sin embargo, cuando estaban entrevistando, la única alusión del presentador fue decir que una de las señoras estaba bien vestida y que se le veía muy guapa y que no habían pasado los años; mientras a los demás estaba diciéndoles que llevaban un tema de peculado, de cohechos, de tráfico de influencias, pero él solo se enfocaba en su imagen y que le sorprendía que se presentara a un juzgado bien vestida. Y estamos hablando a la fecha; en teoría hemos superado esas barreras de las que estamos hablando.

La aplicación de acciones afirmativas en las que todos los países, porque

todos tienen una normativa tal vez más desarrollada o menos que otros, nos dicen: tenemos una paridad, un financiamiento, garantizamos una concienciación al interior de las organizaciones políticas para capacitar y que salgan las lideresas femeninas; sin embargo, cuando ustedes ven en la práctica no existen mujeres para los cargos de postulación.

Recuerdo con claridad el caso de Panamá, soy muy respetuosa de la normativa de cada país, porque entiendo que responde a su cultura, a su realidad política y a su realidad económica. Sin embargo, sí me llamaba la atención de que, efectivamente, con un 51% de población de mujeres, indican que no existieran candidatas y sea la misma organización política, a través de una secretaría, y ahí me va a corregir Erika, si era una secretaría de la mujer la que certificaba al interior de la organización política que no existían mujeres para representar. Ahí viene un tema de que obligatoriamente necesitamos reformas normativas que

obliguen a eliminar este tipo de brechas.

En el caso de Ecuador, un ejemplo para la segunda autoridad en los gobiernos municipales que son de elección popular, y que estos son elegidos, en el caso de la segunda autoridad, por el cuerpo colegiado. ¿Qué se hizo? Se les dijo: señores, no es algo optativo, es algo obligatorio. La segunda autoridad tiene que responder al criterio de equidad y paridad, salvo que no tengan mujeres en su conformación no sería obligatorio, pero si a eso le unes lo que se había hablado en este momento ya más allá de una ley de cuotas en una paridad horizontal, una paridad vertical, un método de asignación de escaños, que responda a una representación de mujeres, una forma de votación. En este caso, los estudios te dicen que lo mejor es una lista cerrada para evitar, efectivamente, para garantizar que accedan las mujeres de acuerdo a la organización de la lista, pero todo en este caso es perfectible y también al mismo tiempo es evadido por las propias

organizaciones políticas y por la sociedad.

ERIKA JIMÉNEZ :

Estamos escuchando sus experiencias, pero, desde luego, los retos que tenemos en Panamá los tenemos en Latinoamérica, y las brechas que tenemos en Panamá son las mismas en Latinoamérica, y en ella se replican también aquellas brechas o aquellos desafíos que existen para las minorías, para los grupos indígenas, para los grupos afrodescendientes.

Este tema que va más allá de la participación genérica de las mujeres dentro de las legislaciones, de los fallos de las cortes, por ejemplo, en el caso de Panamá: la Corte Suprema; sé que en sus legislaciones es distinto, necesitamos una perspectiva de género, pero cuán necesaria es esta perspectiva de género en estas poblaciones, que, muchas veces, son dejadas atrás, doctora Maritza, usted ha impulsado este aspecto en estas áreas para el abordaje de estas brechas, quisiéramos escuchar sus experiencias.

MARITZA

MARTÍNEZ

ARISTIZÁBAL:

Ahora que la escuchaba, estaba recordando mis épocas de senadora, cuando defendíamos el tema de las mujeres campesinas y Naciones Unidas, ONU Mujeres, decía que las mujeres campesinas en Colombia eran triplemente discriminadas: primero, por ser mujeres; segundo, por ser pobres; y tercero, por ser campesinas. Pues les quiero decir que, en política, estas mujeres que viven en el campo que pertenecen a etnias indígenas: son cuatro veces discriminadas, porque a los factores anteriores se suma este.

En realidad, nuestros países, a pesar de que nuestra sociedad y nuestro desarrollo poblacional provienen de estos pueblos indígenas, en realidad los discriminamos y los irrespetamos.

Todo tipo de discriminación, de desventajas, todos reunidos cuando pensemos en una mujer campesina o indígena que haga política. Sin embargo, tengo que resaltar algo, y es que en Colombia existen las jurisdicciones especiales que le dan

un escaño mínimo obligatorio en la Cámara de Representantes o Senado a comunidades indígenas y a comunidades afro.

Obviamente, no tenemos la jurisdicción de la mujer ni nada, pero al lado de nuestra lucha se han logrado conquistas para estas poblaciones que, aunque no son tan minoritarias, en todo caso, son bastante discriminadas; están apartadas, no tenían tanta representación que hoy sí la tienen y la ejercen.

Es maravilloso ver cómo los afros defienden y en cada proyecto de ley están incluyendo sus derechos, y en las oportunidades que pretenden dar una norma a la población, ellos siempre están defendiendo esos derechos para su comunidad afro y lo mismo ocurre con los indígenas. Por lo tanto, digamos que ahí sí tengo una luz de esperanza, porque a pesar de la dificultad de estos liderazgos, nuestra legislación le genera esos espacios, no así nuestra sociedad; no porque ellos no solo pueden lanzarse por su jurisdicción especial, también pueden lanzarse a través del mismo

sistema general y, sin embargo, pocas veces tienen éxito cuando lo hacen a través de esa ruta. ¿Por qué? Por lo que le mencionaba ahora, aún hay creencias, normas culturales y sociales restrictivas con estas comunidades que dificultan su participación incluso dentro de ellas mismas, porque si para un hombre indígena o afro es difícil, para una mujer pues ya les dije: cuatro veces más difícil, porque a ellas esas comunidades tienen la convicción de que su rol principal es el hogar y la crianza de los hijos. Entonces es muy difícil y la verdad es que aún hay demasiados desafíos en ese aspecto, porque su participación es muy escasa su liderazgo es impresionante.

Las mujeres campesinas son muy activas en los temas de tierra y todo, pero la violencia que contra ellas se ejerce es muy grave. Son cifras muy elevadas de muerte de lideresas sociales y campesinas.

ERIKA JIMÉNEZ:

Interesante escuchar esa experiencia, por lo menos en nuestro país, Panamá, no hemos llegado a ello,

pero es una experiencia interesante en el contexto en que está entrando Panamá en estos días, que es la Comisión Nacional de Reformas Electorales, donde concurre la sociedad civil, las asociaciones partidarias, comunicación y de educación, contextualizar un poco esa participación política de nosotras tomando en consideración a las minorías. Escuchar sus apreciaciones en este interesante tema.

IVONNE COLOMA PERALTA:

Cuando hablamos de comunidades indígenas, rurales, minorías étnicas, el problema se agudiza en la condición de la mujer. Todo lo que hablamos se agudiza en la participación política y tenemos que ir a un tema de concepción del Estado.

Nos decía Maritza que ellos tienen una normativa de representación de la asamblea a estas minorías. Voy a enfocar el tema de que el Ecuador garantiza los derechos de participación. La participación política contemplada no solo como el derecho de elegir y ser elegido, sino también en participar o ejercer cargos públicos.

En estos cargos públicos y en cargos de organismos de control sí tenemos acciones afirmativas para el tema de minorías, pero creo que va más allá. ¿Cuál es el problema que tenemos? Ya citamos todos los anteriores, ahora vamos al tema de minorías: tenemos barreras geográficas, barreras económicas, barreras lingüísticas.

Cuando no tienes una sociedad que está preparada, cuando una sociedad en este caso desconoce su propio patrimonio cultural, aquello intangible que es parte de que pasa de época en época, de generación en generación y se desconoce, ¿cómo pretendes que una lideresa que tiene una agenda local sea percibida que pueda tener una incidencia a nivel nacional porque la gente lo desconoce? Creo que aquí el problema sí se genera más en un factor social del que no hemos salido, se agudiza con la parte de la estructura del Estado que no les da un apoyo y sí se vuelve una problemática a nivel de toda la región la participación de las mujeres.

¿Cómo lo vas mejorando? A través de políticas o a través de reformas normativas. En el caso nuestro,

cuando yo les decía, nosotros sí tenemos una violencia política de género, qué problema mantuve y es algo nuevo que hemos sacado recientemente.

Efectivamente, puede ser que no conozcas la ideología de una comunidad, lo que hablamos, la tradición propia o la forma de comportarse. ¿Qué hemos sacado en este momento? Ya peritajes. Ya estamos, si bien el derecho electoral, como creo que sucede en la mayoría de los países de la región, no es un derecho comúnmente conocido ni dado dentro de las mallas curriculares, ya nosotros hemos logrado de que primero se estén creando mallas curriculares dentro de la carrera de derechos a nivel nacional y a la fecha ya contamos con expertos técnicos que se están calificando. No podría decir que los tenga porque recién se abrió el banco para que se puedan calificar y postular expertos en violencia política de género a nivel nacional, para los peritajes que nosotros realizamos en este caso dentro de nuestras audiencias, con eso qué generamos. No solo

generamos tener un experto dentro del área de violencia política de género que nos pueda dar esa parte técnica que tal vez desconocemos los juristas, sino que de la mano que el Tribunal Contencioso Electoral que es el órgano que administra justicia y que sus fallos son de última instancia, generamos jurisprudencia.

Como bien es conocido, la jurisprudencia es fuente del derecho. Por lo tanto, nosotros también podemos incidir en esas formas y más aún, si ustedes me dicen hemos tenido casos en el cual se vea esta discriminación interseccional, me vienen muy pocos a la mente, creo que lo hemos tocado superficialmente y es parte de un reto que tenemos como tribunal para realizarlo.

ERIKA JIMÉNEZ:

Esas experiencias son el mayor ejemplo de por qué las mujeres debemos llegar a los puestos de toma de decisión.

Es necesario tener esta perspectiva de igualdad en estos puestos de toma de decisión para poder ejercer desde

sus espacios estas acciones como las que nos acaba de mencionar.

Invitamos a las personas asistentes a realizar sus preguntas en el panel de preguntas y respuestas, las que serán leídas próximamente.

Para terminar, antes de entrar a las preguntas del público, quiero preguntarles ¿cuáles son sus opiniones, tomando en consideración todo lo que nos han dicho, desde la experiencia que tienen ambas, desde diversos espacios, porque la doctora también como colega, como magistrada; la doctora Maritza desde el espacio de su parlamento y hoy magistrada, ¿qué opiniones pueden darnos en cuanto al impacto que debe tener las campañas políticas de nosotras las mujeres si nos apoyamos entre nosotras?

MARITZA ARISTIZÁBAL:

MARTÍNEZ

Con una población donde las mujeres representamos cerca del 52%, se podría pensar que la falta de participación y representación se resolvería si tan solo nos apoyáramos

entre nosotras. Sin embargo, la cultura machista y patriarcal aún nos impide confiar plenamente en las capacidades de nuestro propio género.

El impacto de las mujeres en Colombia sería inmenso. Aunque no sé cómo sea en otros lugares, debo decirles que las mujeres colombianas son una maravilla. Aquí, un problema social grave ha hecho que cerca del 40% de los hogares estén encabezados por una mujer, ya sea por violencia, irresponsabilidad u otras circunstancias familiares. Son mujeres a cargo de sus hijos y de sus familias, que enfrentan el desafío diario de conseguir el alimento y los recursos para la educación y las necesidades básicas.

Aunque uno podría pensar que estas mujeres no tienen tiempo para la política, siempre resalto que en Colombia a las mujeres nos encanta la política, sin importar los problemas o limitaciones que tengamos. En cualquier campaña política o en un "directorio" (como se le llama aquí al lugar donde se organiza la logística de una candidatura), se encuentran

muchísimas mujeres. Las mujeres son las grandes electoras en Colombia, con cerca del 61% de participación, en comparación con el 55-56% de los hombres. Esta diferencia de seis puntos demuestra nuestro deseo de estar presentes, participar en la logística y elegir a los candidatos que consideramos más idóneos.

Sin embargo, cuando avanzamos al plano de la política, las cifras cambian drásticamente. Mientras el 61% de las mujeres vota, el porcentaje de quienes se inscriben como candidatas ya comenzamos a bajar considerablemente en la tabla porque solo cerca del 38-39% de los candidatos son mujeres. Y cuando vemos cuántas son elegidas, la cifra es aún más baja: en Colombia, solo el 24.5% de los cargos de elección popular son ocupados por mujeres, siempre hago una reflexión que me parece trágica, pero que a la vez es una luz de esperanza: en Colombia, el voto femenino fue reconocido hace setenta y un (71) años, pues el año pasado conmemoramos el setenta (70) aniversario. Setenta (70) años después de haber comenzado a

ejercer nuestros derechos políticos, nuestra representación es de apenas el 24.5%. Esto significa que, si seguimos a este ritmo, la paridad se lograría hasta el año 2095, dentro de otros 70 años.

Suelo decir a quien me quiera escuchar que esto no es aceptable, ya que denota una sociedad y una democracia enferma que no representa verdaderamente a su población. Sin embargo, el gran interés de las mujeres y la tenacidad con la que se abren camino, a pesar de tener muy pocas herramientas, nos hacen soñar con que podremos acelerar este incremento en la participación femenina en nuestros países

ERIKA JIMÉNEZ :

Realmente es un panorama bastante parecido al de Panamá. Al ritmo que va Panamá, si no eliminamos la válvula, si no hacemos los ajustes, en nuestro humilde análisis, aproximadamente en 80 años puede que lleguemos solo a la paridad en postulaciones, ni siquiera en representación. Entonces, son retos a

nivel de nuestros países que se replican. Quisiéramos escuchar, doctora Coloma, sus experiencias.

IVONNE COLOMAPERLATA:

Las brechas de género persisten, se agudizaron con la pandemia —un tema que aún no hemos tocado— y nos obligan a reflexionar sobre nuestro papel como autoridades y mujeres en cargos públicos, y sobre cómo podemos generar un cambio. Maritza nos recordaba que el voto femenino en Colombia fue reconocido hace 70 años; en Ecuador, cumplimos el año pasado el centenario del voto femenino, siendo, según creo, los primeros de Latinoamérica. Sin embargo, a la fecha, damos por hecho que los derechos que tenemos nos fueron dados, sin reconocer que son producto de una lucha histórica.

Las nuevas generaciones a menudo creen que el derecho a votar y ser votadas no fue parte de una batalla social. Este tema, de hecho, daría para un webinar y un día entero de análisis sobre las historias y democracias de nuestra región. El punto al que quiero llegar es que, si

bien muchas mujeres no se consideran feministas, de una u otra manera, todas lo somos. No debemos olvidar que estar en el cargo que ocupamos implicó el esfuerzo de muchas antecesoras. Si hoy estamos en un cargo de postulación, debemos representar y continuar con esa misma lucha.

¿Cómo se logra esto ahora? Creo que, en gran medida, a través de las redes sociales. Aunque se les critica por no fomentar la relación humana cotidiana, en este caso, sí pueden ayudarnos a establecer una agenda común entre mujeres.

Cuando analizamos las reformas para la erradicación de la violencia contra la mujer, vemos que las leyes modelo se crearon mediante paneles como el que tenemos hoy, compartiendo experiencias a nivel regional. Hemos superado la primera etapa —la cual, es importante destacar, aún no se ha implementado en muchos países— y ya estamos en una segunda fase. Recientemente, el año anterior, la SINOE estaba trabajando en una ley modelo para erradicar la violencia en las redes sociales dentro de los

países. En muchos colectivos de mujeres estamos trabajando, y aquí viene lo importante, sin bandera política, porque el objetivo es la representación de las mujeres.

Cuando las mujeres se unen para crear leyes que fomenten su participación e integración en cargos de poder, es cuando se pueden reducir las brechas que, como mencionábamos, nos costarán al menos unos 80 años en cerrar. Si en este momento todavía estamos hablando de que una de las formas de erradicar la brecha es concientizando a la ciudadanía para que entienda lo que es una igualdad sustancial, formal y material, es porque no hemos avanzado lo suficiente.

Aún me preguntan, como me sucedió recientemente en Panamá, por qué considero que es importante que existan listas paritarias y equitativas si ya tenemos una cuota del 30-40%, o por qué no me parece viable la "cremallera". Esto demuestra que, como sociedad, todavía no somos conscientes de que sí existe una diferencia. La prueba es que aún hay ataques contra las mujeres por luchar

por estos derechos. Eso nos indica que nos falta mucho por hacer. Y ahí, justamente, es donde la unión es clave.

ERIKA JIMÉNEZ :

Todavía falta muchísimo por hacer.

MARITZA MARTÍNEZ ARISTIZÁBAL:

Es que me gustaría, me encanta lo que Ivonne habla de la agenda común, eso es tan importante. Hoy teníamos reunión de sala plena en el Consejo Nacional Electoral y estábamos hablando sobre la conmemoración del Día de la Mujer, hablando cómo había sido y algunos sintiéndose excluidos y algunos compañeros dijeron: "Nunca en la vida nos invitan a ninguna charla sobre este tema de género", y en realidad estamos cometiendo ese gravísimo error.

Nosotras mantenemos una agenda como un diálogo abierto entre mujeres, pero ellos no conocen ni los términos, no se les ha hecho parte, cuando en realidad buena parte de la discriminación decimos que proviene

de ellos. Pero además de resaltar esto que habló Ivonne, yo quería decirle que otra luz de esperanza inmensa que tengo son dos temas que tiene nuestra legislación y nuestra democracia: uno, los gobiernos estudiantiles. Desde hace muchísimos años en cada colegio de Colombia se elige su personero.

Todos los estudiantes se reúnen, hacen campañas dentro de las normas electorales y eligen a quien los va a representar en los diferentes cursos o en el colegio, y eso es muy exitoso. Allí creo que hay una luz de esperanza para una mayor participación de las mujeres.

Desde ese núcleo primario, es desde donde podemos cambiar la dinámica que trae nuestra participación, porque los viejos ya no fuimos capaces. Son los jóvenes, los muchachos, porque ellos participan. Todos los estudiantes participan en la escogencia, la elección de sus gobiernos estudiantiles. Además, tenemos los Consejos de Juventud y esos los eligen jóvenes desde los 14 hasta los 28 años, se hacen elecciones nacionales en octubre 19 tal vez de

este año; y cada 4 años se elige a los Consejos de Juventud y ellos tienen esos consejos son municipales y se supone que los alcaldes tienen que consultarlos para toda la implementación de la política pública en materia de juventud. Allí también hay otro espacio muy importante que nos va a permitir que las mujeres podamos incrementar cada vez más nuestra presencia y nuestra participación.

IVONNE COLOMA PERALTA:

Es justo lo que estaba hablando Maritza desde los colegios y las escuelas, cuando ya comentaba cómo se están formando los consejos, se me vino también a la mente que recientemente nosotros dimos una capacitación igual a universidades como equipo del despacho. Cuando finalizamos lo que dijimos es: "Estamos lográndolo porque ya los objetivos de ellos eran no solo las elecciones que se están realizando a nivel de consejos estudiantiles desde la educación primaria, secundaria y de tercer nivel, sino que ellos ya querían

implementar los principios constitucionales que establecen paridad, equidad y alternancia en los cargos para implementarlos desde los consejos estudiantiles".

Cuando tienes una formación ciudadana que desde el principio conoce y ya sabe que existen cargos de elección, que es legítimo que te puedas postular, que una lista debe ser integrada de manera paritaria y equitativa y alternancia, porque también hay una segunda parte que no le hemos tocado: se habla mucho de los cargos de representación, pero no se habla nada de las reformas al interior de las organizaciones políticas, porque las organizaciones políticas son las primeras que deben cumplir con estos principios, son las primeras que deben tener una estructura paritaria y representativa y conformada por mujeres. Y, es más, en eso yo saludo, por ejemplo, las reformas de México. México tiene algunas sentencias en las cuales se ha establecido que, si ya la presidencia de una entidad le tocó a un hombre, la siguiente debe ser alternada no solo en cuestión de una

persona, sino en el género, que la siguiente le corresponda a una mujer, y esos son los avances que tenemos que ir trabajando día a día.

ERIKA JIMÉNEZ :

Interesante internalizar dentro de las colegiaturas promoviendo estos liderazgos de manera paritaria para cambiar nuestra visión de sociedad y buscar esa representación de las mujeres. En nuestro panel de preguntas y respuestas, una de las preguntas más recurrentes es: ¿Cuál es la fórmula legal para que exista no solo una paridad en las postulaciones, sino al momento de ser elegidas en esas representaciones?

MARITZA MARTÍNEZ ARISTIZÁBAL:

Acá las mujeres tenemos, digamos, como una ruta clara que básicamente se condensa en esta frase: "La igualdad es la meta y la paridad es el camino", nosotras no estamos defendiendo y exigiendo la paridad porque sí, esto es para llegar a un valor mayor que es una verdadera igualdad, y cuál es el fundamento de

esto: las normas constitucionales y el bloque de constitucionalidad y todas las convenciones y tratados de los cuales hacemos parte los estados que obligan a que adelantemos acciones afirmativas encaminadas a lograr esta paridad para lograr, a su vez, esta igualdad.

IVONNE COLOMA PERALTA:

Una reforma. La fórmula perfecta, creo que no existe la fórmula perfecta, no se puede dar porque tiene que responder a la realidad de cada país.

Entiendo que tenemos instrumentos internacionales y todos respetamos el bloque de convencionalidad, pero si no tenemos un ordenamiento jurídico que permita a las autoridades aplicar en este caso principios de paridad en la conformación de listas, no va a suceder. Necesitamos legisladores que tengan realmente la convicción de hacerlo. En este momento, en métodos, la mayoría va a decir: "Yo creo que una buena fórmula es la que tiene Ecuador, porque efectivamente cuando pones el 50% de encabezamiento tienes una paridad horizontal y vertical, garantizas de que

lleguen mujeres a los cargos de representación popular". A eso le sumas lo que yo les decía anteriormente, asignación de puestos a través de una fórmula de votación de listas cerradas, sí te permite, pero viene un antes o después: lo que yo hablaba, ¿qué pasa al interior de las organizaciones políticas? ¿qué me dice la normativa de cómo se realizan las primarias, cómo se seleccionan a los candidatos, cómo están conformadas las estructuras internas de las organizaciones políticas? Y viene a posterior, cómo mantienes a la mujer que fue elegida durante su período de representación para que efectivamente no sea víctima de la violencia política y termine renunciando y eso sea en vez de un incentivo para las mujeres más bien una fórmula de no participar en la vida política. Creo que me reitero, creo que corresponde a cada realidad, pero todos estamos luchando por algo en común: participación igualitaria de las mujeres.

ERIKA JIMÉNEZ :

Hemos escuchado las experiencias de las doctoras Maritza Martínez e Ivonne Coloma, ambas con diversas acciones que impulsan estos derechos de las mujeres; sin embargo, podemos concluir que existen muchos desafíos que, hoy en día, tenemos y que se replican a nivel regional.

Este espacio tiene el objetivo de poder gestionar cambios a través de las experiencias, más adelante vamos a continuar con un ciclo de webinarios en torno a diferentes temas, pero no quiero concluir sin antes agradecerles por esas experiencias dadas y concluir con lo siguiente: los problemas que tenemos las mujeres son los mismos en todos los países, pero está en cada uno de nosotros ser promotor y promotoras de cambios, pero los cambios solo se logran a través de una verdadera representación.

Desafíos de las mujeres en las elecciones

Erika Jiménez

Para poder comprender cuáles son los desafíos que presentamos las mujeres en las elecciones es del todo necesario podamos entender los retos que presentamos las mujeres a lo largo de la historia y que de alguna manera se repiten hoy en día, se hace necesario un análisis de los retos a los cuales nos enfrentamos las mujeres en nuestra sociedad, y para lo cual haremos un breve análisis a nivel regional de ellos.

Antes de poder entender un poco los desafíos que tenemos como sociedad, no debemos perder de vista los roles y estereotipos de género con los que crecimos; creyendo que eran las figuras “socialmente aceptables”. Vivimos en una sociedad que popularizó como series televisivas “Mi bella genio” o “Hechizada”, donde sus actrices principales tenían como escena únicamente el hogar y no necesariamente por elección propia; donde se determinaba en algunas escenas que, a la hora de la toma de decisiones, ellas correspondían únicamente para los varones. Lo anterior nos hace reflexionar sobre las figuras que como parte de una sociedad crecimos mirándolas como “aceptablemente correctas” y que de alguna manera se refleja en las deconstrucciones que tenemos como reto para la actualidad.

A, 60 años del estreno de una de estas famosas series, aún tenemos este tipo de roles de género muy latentes, y que afectan la representación de las mujeres en los espacios de toma de decisión; la conciliación de lo personal - laboral, la distribución de las tareas domésticas, la asignación de roles que tradicionalmente han sido asignados a las mujeres y hombres, han restringido el ejercicio de la vida pública de manera plena por parte de las mujeres. El pensamiento sociocultural del “lugar natural de la mujer” se refleja en el tiempo que las mujeres dedican a las tareas del hogar, el cual es significativamente mayor al de los hombres. A nivel global, las mujeres destinan en promedio de entre 22 a 43 horas semanales versus 10 a 20¹ horas semanales que dedican los varones a las labores de trabajo doméstico y de

¹ OIT. Serie Panorama Laboral en América Latina y el Caribe de 2024. Nota técnica: Cerrar la brecha de género para impulsar la economía y la productividad en América Latina, pag. 8.

cuidado, dicho de otra forma, la carga de las tareas no remuneradas recae en las mujeres.

Hoy en día, las mujeres en Latinoamérica somos quienes más estamos accediendo a la educación superior, preparándonos activamente para participar en la vida pública y profesional. Según el Foro Económico Mundial, seis de cada diez ² estudiantes universitarios en la región somos mujeres.

Sin embargo, esta preparación no se traduce en igualdad de oportunidades laborales. De acuerdo con estadísticas de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), entre los años 2000 y 2022, la tasa de desempleo ha sido consistentemente más alta para las mujeres, con un promedio del 18,7 %, frente al 13,4 % en el caso de los hombres.

Este contexto nos invita a reflexionar sobre los factores que profundizan la brecha en el ámbito laboral. Uno de los más relevantes está relacionado con el tiempo que muchas mujeres nos vemos obligadas a dedicar al trabajo no remunerado —como el cuidado del hogar y de personas dependientes— una carga que sigue recayendo principalmente sobre nosotras debido a los roles de género tradicionales y la falta de corresponsabilidad.

Pero estas brechas, ¿hasta dónde llegan? ¿Estamos logrando acceder a los espacios de toma de decisiones?

La respuesta dibuja una realidad que plantea enormes desafíos para nuestras sociedades y que, además, incide directamente en la calidad de nuestras democracias.

Para poder vislumbrar la dimensión de cómo este tipo de problemáticas envuelve nuestra democracia, es necesario recordemos los conceptos que dan origen a los principios democráticos.

El concepto de democracia, en su definición etimológica de *demos* (pueblo) y *kratos* (poder), sugiere que el poder emana del pueblo. Sin embargo, surge entonces una pregunta fundamental: ¿qué se entiende exactamente por “pueblo”? en lugar de recurrir a esta noción ambigua, Norberto Bobbio ³ propone una redefinición de la democracia moderna, entendiéndola como el poder político ejercido por todos los

² WEF. (2023). This is how Latin American women came to be more educated than men.

³ Bobbio, N. (1984). *El futuro de la democracia* (4ª ed., trad. J. F. Fernández Santillán). México: Fondo de Cultura Económica, pag. 45 y 52.

ciudadanos que son iguales ante la ley, conforme al principio de “una persona, un voto”. Esta concepción se vincula directamente con su distinción entre democracia directa — en la que los ciudadanos participan activamente en la toma de decisiones — y democracia representativa —en la que delegan el poder a representantes elegidos.

Si la democracia se entiende entonces por el poder político ejercido por la ciudadanía “iguales ante la ley”, entonces debemos reflexionar si las mujeres realmente lo ejercemos; y es que esa democracia representativa debe ir de la mano del ejercicio pleno de los derechos políticos, ello implica el aseguramiento de una participación igualitaria y que garantice un acceso al poder en igual medida, sin embargo, estas condiciones no se cumplen en los puestos de elección popular.

Estos derechos políticos que nos hacen “iguales ante la ley”, se encuentran consagrados en las Cartas Magnas de América Latina, de países como: “Costa Rica, Paraguay, Guatemala, El Salvador, Ecuador, Panamá, Venezuela y Nicaragua”⁴.

En un sistema democrático representativo, los derechos políticos no se limitan únicamente al ejercicio del derecho al sufragio activo, sino que el mismo debe ser comprendido en su amplitud, es decir “Derecho a votar y ser votado”⁵; en este sentido, el sufragio debe entenderse en su doble dimensión: como el derecho a elegir a los representantes y a postularse para cargos de elección popular. Este último, es decir, el derecho a ser elegida, es un componente fundamental de la participación política. Este concepto es a su vez enunciado en el Pacto de San José, el cual tiene efecto vinculante a los países que lo han suscrito y refuerza ese concepto de derechos políticos que hemos mencionado, entre ellos el “de tener acceso, en condiciones generales de igualdad, a las funciones públicas de su país”⁶, y como en este caso nos atañe lo que se refiere al acceso a los puestos de toma de decisión por medio de las postulaciones a los cargos de elección popular.

Las cifras hablan de una desigualdad evidente y un ejercicio de derechos políticos con una notable brecha, que nos distancia de lo que en el papel se consagra. Según el Banco Mundial⁷ las mujeres en América Latina representamos un 50.8%, lo que significa que representamos más de la mitad de la población, sin embargo, según el Foro Económico Mundial la brecha de género en 146 economías, para el tema de

⁴ IDEA INT. Extracted from Treatise on Compared Electoral Law of Latin America © International Institute for Democracy and Electoral Assistance 2007, pag. 52

⁵ Diccionario Panhispánico del español jurídico. https://dpej.rae.es/lema/derecho-al-sufragio?utm_source

⁶ Pacto de San José, art. 23.

⁷ Banco Mundial. Población, mujeres (% de la población total) Latin America and Caribbean <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL.FE.ZS?locations=ZJ>

participación política es de 22.5%, ello se traduce en aproximadamente 169 años para lograr un verdadero empoderamiento político, esto contrasta con una realidad regional de representación en los parlamentos para el año 2023 de la Cepal de un 35.8%⁸

Desde la década de 1980 la mayoría de los países latinoamericanos ratificaron a la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW), siendo su efecto vinculante para quienes adoptaron este compromiso.

La CEDAW, en su artículo 7, consagra el derecho de las mujeres a participar en la vida política, incluyendo el derecho a votar, a ser elegidas y a formar parte de organizaciones públicas.

Para el año de 1992 se adopta la “Declaración de Atenas” en la primera Cumbre Europea, “Mujeres en el Poder”, donde mencionaron entre algunas cosas la necesidad de una “igualdad en la adopción de decisiones fortalece y legitima la democracia y contribuye a una mejor representación de los intereses de toda la sociedad”⁹.

Todas estas acciones en favor de un ejercicio pleno de derechos políticos no surgieron recientemente, y ellas suman esfuerzos por la representación de nosotras las mujeres en los espacios de toma de decisión, en este caso desde el punto de vista electoral y con ellas una verdadera democracia; lo cual nos lleva a reflexionar: ¿qué tipo de decisiones es necesaria para realmente fortalecer la democracia? La respuesta no es tan difícil de imaginar, desde luego es necesario todo tipo de medidas afirmativas, pero a nuestro análisis no hay nada mejor que lo escrito, es decir ordenamientos legales dentro de cada legislación de cada uno de nuestros países.

Conociendo un poco de nuestro panorama de nuestra América Latina de brecha de género en lo que se refiere a la participación política de las mujeres a nivel mundial hay una herramienta que nos ayuda a contextualizar esa representación; la fórmula que nos promueve esa democracia que tanto queremos en igualdad en el ejercicio pleno de derechos políticos de las mujeres, se llama “La Paridad”.

La paridad tiene como objetivo primordial lograr esa representación en los puestos de toma de decisión electorales, a través de fórmulas legales que buscan en primera

⁸ PNUD – CEPAL (<https://oig.cepal.org/es/indicadores/mujeres-parlamentos-nacionales>)

⁹ Declaración de Atenas de 1992.

instancia una mayor cantidad de mujeres postuladas – candidatizadas, y que éstas puedan acceder al poder. En línea con este principio, en el año 2024 el Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer emitió su Recomendación General N.º 40, relativa a la representación igualitaria e inclusiva de las mujeres en los sistemas de toma de decisiones.

En esta recomendación, el Comité proporciona a los Estados parte orientaciones detalladas para alcanzar una representación equitativa e inclusiva de las mujeres en todos los sectores y niveles de toma de decisiones, con el objetivo de lograr un cambio estructural y sostenible. Se describen medidas legislativas, normativas y programáticas necesarias para cumplir con esta obligación y enfrentar los desafíos globales en la materia.

La “representación igualitaria e inclusiva”, se define en esta recomendación como la paridad total (50/50) entre mujeres y hombres respecto al acceso y ejercicio del poder en los sistemas de toma de decisiones. La Paridad no puede entenderse como una opción variable, ya que se hace un llamado enérgico en ella a no optar por cuotas de participación sino por una verdadera paridad real de 50/50 de mujeres y hombres donde existan leyes que así lo promuevan.

La realidad en nuestra región muestra la necesidad de cumplir con lo que hemos prometido en nuestros países, estaremos dejando sin respeto, ni reconocimiento a más de la mitad de la población, y eso termina afectando y fragmentando en definitiva a nuestras democracias.

El investigar sobre la necesidad de paridad en nuestras normativas para la promoción de cambios hacia una verdadera igualdad, nos ha hecho notar que este concepto pese a que su génesis viene de la Conferencia de Atenas de 1992, no ha habido pronunciamientos claros sobre ella y su necesidad, sino hasta recientes años. Al analizar realmente no es que la paridad sea una fórmula mágica o que por sí sola realmente garantice el acceso al poder en igual proporción que los hombres, pero podríamos decir que es la apuesta para cambiar mentalidades con el fundamento de la ley; pero por sí sola implica ser garante del acceso al poder en este caso electoral, sino más bien a las postulaciones, las cuales son sólo la aspiración a obtener mayor cantidad de escaños.

Es necesario comprender que la paridad busca garantizar el acceso equitativo al ejercicio del poder, promoviendo una correlación real y equilibrada tanto en la toma de decisiones como en el reparto del poder mismo. Tal como se ha esbozado a lo largo de este escrito, la realidad tanto regional como mundialmente está aún lejos de reflejar esta equidad en los espacios de decisión. Cuando los países gestionan

estos ajustes dentro de sus legislaciones las cifras de representación muestran un cambio real y de notoriedad.¹⁰ Esta recomendación va de la mano con la XI Conferencia Regional de la Mujer de América Latina y el Caribe, que aprobó el Consenso de Brasilia (2010)¹¹, la cual ratificó este llamado hacia la paridad abogando, una vez más, por la adopción de políticas afirmativas y la importancia de garantizar no sólo una composición paritaria de las listas electorales, sino también la paridad de resultado en los cargos y el acceso igualitario de las mujeres a los espacios de decisión de los partidos políticos, y al financiamiento de campañas y la propaganda electoral.

A pesar de que las mujeres contamos con derechos consagrados en nuestras cartas magnas y de que nuestros países han asumido compromisos internacionales, como la CEDAW, no debemos olvidar que dichos compromisos implican la obligación de realizar todos los ajustes necesarios en nuestras legislaciones para avanzar hacia una democracia verdaderamente representativa.

La realidad regional ilustra lo que popularmente se conoce como “no dejes para mañana lo que puedes hacer hoy”, porque, en definitiva, si no actuamos en nuestros países para cumplir con los compromisos asumidos, estaremos dejando al 50.8 % de la población sin el respeto ni el reconocimiento de sus derechos, lo que inevitablemente se traduce en una democracia fragmentada.

Otro gran desafío que presenta nuestra democracia tiene que ver con que las condiciones en las cuales nos desempeñamos sean libres de toda violencia y discriminación, al momento de cuando una mujer decide emprender su camino en la vida pública, y en este caso en la vida política específicamente.

Así como con la Cedaw nuestros países han adoptado la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y erradicar la Violencia contra la mujer “Convención Belem do Para”, desde aproximadamente 20 años por la mayoría de nuestros países de América Latina; en ella como lo indica su nombre, se busca abordar a la violencia contra nosotras las mujeres, tanto en el ámbito público, como en el privado.¹²

¹⁰ <https://www.unwomen.org/es/digital-library/publications/2020/03/women-in-politics-map-2020>

¹¹

¹² Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer “Convención Belem do Para”, art. 1. <https://www.oas.org/juridico/spanish/tratados/a-61.html>

Entendamos entonces, desde lo que hemos tratado de plasmar en este artículo, que cuando nos referimos a la vida pública de las mujeres en el ámbito electoral, hablamos de ejercer el derecho de participación y representación política.

Las mujeres en nuestros países han estado expuestas a todo tipo de violencia que de alguna manera impide ese ejercicio de derechos políticos de manera plena, que incide en esa vida pública y que en definitiva se refleja en las limitantes del acceso al poder. Para lo cual quisiera mencionar de manera reflexiva el caso de la concejala Juana Quispe Apaza de Ecuador quien fue asesinada en el ejercicio de su cargo para el año 2012 (q.e.p.d.) “De acuerdo a las investigaciones la exconcejala fue objeto de innumerables amenazas de muerte e incluso sufrió agresiones físicas por parte del entorno del exalcalde Huanca, quienes no permitían que ejerciera su mandato como fiscalizadora del municipio. Incluso ella advirtió a sus familiares y a diversas personas e instituciones que su vida corría peligro e identificó a sus verdugos con antelación”¹³.

Con el objetivo de que nuestros países enfrenten de manera efectiva la problemática de la violencia política, se creó la *Ley Modelo Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en la Vida Política*¹⁴. Su propósito fundamental es servir como una guía para la creación o adecuación de marcos legislativos nacionales que aborden de forma integral la violencia que enfrentan las mujeres en el ámbito político.

A su vez, con objetivos muy parecidos tenemos el “Protocolo modelo para partidos políticos: Prevenir, atender, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en la vida política” promovido desde la CIM-OEA.¹⁵

Desde mi humilde análisis, tanto la Ley Modelo Interamericana, como el Protocolo antes mencionado nos invitan en primer lugar, forjar un autodiagnóstico de nuestras realidades locales y los tipos de violencia a las cuales nos enfrentamos las mujeres en los espacios de la vida pública a nivel electoral y que en definitiva inciden en

¹³ <https://www.defensoria.gob.bo/noticias/defensoria-del-pueblo-destaca-sentencia-emblematica-en-el-caso-del-asesinato-de-la-exconcejala-juana-quispe-apaza,-proceso-que-acompanyo-por-casi-12-anyos>

¹⁴ Ley Modelo Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en la Vida Política, chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.oas.org/en/mesecvi/docs/LeyModeloViolenciaPolitica-ES.pdf

¹⁵ Protocolo modelo para partidos políticos: Prevenir, atender, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en la vida política. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.oas.org/en/cim/docs/ViolenciaPolitica-ProtocoloPartidos-ES.pdf

nuestras decisiones. Si el camino que tenemos que recorrer está en distintas condiciones, lleno de inseguridad, discriminación, y que a su vez se suma un reparto no equilibrado de las tareas domésticas, nos debe hacer reaccionar como sociedad, a la necesidad de un cambio de ruta y que dejemos de pensar como hace 60 años, como las afamadas series que mencioné en un principio.

Quisiera vivir en una sociedad, donde nuestras niñas puedan tener igualdad de condiciones no sólo en “papel”, como si bien hemos visto es consagrado en nuestras Cartas Magnas, Convenciones y demás. Si no, que en ejercicio seamos conscientes que nuestros países y sociedades requieren de un reparto equilibrado de tareas en todos los aspectos, tanto en la vida privada como en la pública.

¿Cuántos años más tendrán que pasar para que las mujeres ejerzan esos derechos políticos a plenitud? ¿Cuántos casos como el de Juana Quispe tienen que pasar para que reflexionemos?

Los desafíos que enfrentamos las mujeres en nuestros países hoy en día son, lamentablemente, tan latentes como lo fueron en tiempos de las luchas sufragistas, casi 80 años después de haber conquistado nuestros derechos políticos. Como sociedades, como países, como sistemas democráticos, estamos llamados a tomar todas las acciones afirmativas necesarias para garantizar un reparto equilibrado en las postulaciones y candidaturas, así como en el ejercicio y la representación política, en una sociedad que aspire a una verdadera democracia. Una democracia representativa, igualitaria, justa y que responda a esa mitad de la población que somos las mujeres, no solo en términos legales, sino también en el ejercicio real de nuestros derechos. Es momento de adoptar todos los cambios sin paños tibios, con leyes sin válvulas de escape de ningún tipo, que aseguren una verdadera **¡PARIDAD Y UN CONTEXTO ELECTORAL LIBRE DE TODO TIPO DE VIOLENCIA!**

Erika Jiménez

Maestría en Derecho Mercantil Universidad Santa María la Antigua.

Licenciatura en Derecho y Ciencias Políticas por la Universidad Santa María la Antigua.

Diplomado en Igualdad y Empoderamiento de la Mujer de la Fundación de la Universidad de Salamanca.

Maestría Internacional en Igualdad de Género y Maestría Internacional en Prevención Violencia de Género, Grupo Esneca España, en curso.

Diplomado de Violencia Política, IIDH-Amea.

Diplomado de IIDH, Onu Mujeres, “El Rol de los Organismos Electorales en la prevención y abordaje de la Violencia contra las mujeres en política”.

Diplomado en Desarrollo de capacidades para una participación política de las mujeres en América Latina-ONU Mujeres.

“Diplomado – Mujeres Líderes y los Escenarios de la Política Electoral, Universidad de Panamá- Instituto de la mujer.

Seminario Intensivo de Derecho Probatorio, Ined.

Curso Virtual del INE, “Mecanismos para alcanzar la paridad de género y atención a la Violencia Política, en razón de género”.

Abogada de la Oficina de Igualdad de Género del Tribunal Electoral, Abogada de la Dirección de Financiamiento Político del Tribunal Electoral, Abogada de Chiquita Brands Int., Abogada de Grupo Yohoros, Abogada de First Title Escrow and First Closing Services de Panamá, entre otros.

Hacia una democracia paritaria en América Latina: desafíos estructurales y contingentes para la participación política de las mujeres

Ivonne Coloma Peralta

Resumen

El objetivo de este artículo es analizar los desafíos estructurales y contingentes que limitan la participación política efectiva de las mujeres en América Latina, con especial atención al contexto ecuatoriano. Se emplea una metodología cualitativa, que combina análisis documental, revisión de estadísticas oficiales y experiencias compartidas en foros de la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE), así como el examen de estándares internacionales y jurisprudencia relevante. Los resultados identifican como principales obstáculos la persistencia de estereotipos de género, el acceso desigual a recursos de campaña y la violencia política de género, especialmente en espacios digitales. Se concluye que la paridad formal no garantiza la igualdad sustantiva y que es indispensable avanzar en la armonización normativa, el fortalecimiento institucional y la adopción de enfoques interseccionales para erradicar la violencia y garantizar derechos políticos efectivos.

Palabras clave

Democracia paritaria; Violencia política de género; Participación política de las mujeres; Discriminación estructural; Derechos políticos.

I. Introducción

La subrepresentación de las mujeres en los órganos de decisión pública se mantiene, en el contexto latinoamericano, como una de las manifestaciones más constantes y complejas de la desigualdad estructural¹. A pesar de los avances derivados de la implementación de mecanismos como cuotas de género, alternancia o paridad, la brecha entre la igualdad formal y la igualdad sustantiva persiste y desafía los cimientos de la democracia en la región.

¹ La subrepresentación significa una presencia notoriamente inferior al porcentaje poblacional de mujeres en los espacios de poder público, evidenciando un desfase entre ciudadanía formal y participación efectiva.

No se trata únicamente de un déficit cuantitativo. A medida que se amplía la presencia femenina en los espacios legislativos y ejecutivos, surgen nuevas formas de exclusión, hostilidad y resistencia. Los estereotipos de género, la desigualdad en el acceso a recursos para campañas, la opacidad en los procesos partidarios y, de manera creciente, la violencia política de género (VPG), —incluida su dimensión digital— configuran un conjunto de obstáculos fácticos que trascienden de la promulgación de normas o la consagración de derechos formales.

El panorama regional, aunque heterogéneo, revela que las mejoras en los indicadores de representación no garantizan por sí solas el ejercicio efectivo y autónomo del poder político. Informes recientes de organismos internacionales muestran que, si bien América Latina supera el promedio mundial en escaños ocupados por mujeres, la región ha alcanzado un promedio de 33,6 % de legisladoras en los parlamentos nacionales (IDEA Internacional, 2023). Datos más recientes de ONU Mujeres y la Unión Interparlamentaria sitúan la participación femenina en 34,5 % en 2025 y señalan que las Américas cuentan con 33,3 % de presidencias de parlamentos (ONU, 2025). Estos avances conviven con dinámicas de exclusión que afectan particularmente a mujeres indígenas, afrodescendientes y rurales, quienes enfrentan patrones interseccionales de discriminación. Así, la paridad numérica coexiste con la persistencia de prácticas que restringen el acceso a posiciones de liderazgo y someten a las mujeres políticas a hostigamientos que van desde la deslegitimación simbólica hasta formas sistemáticas de violencia política.

Con estos antecedentes, el presente artículo desarrolla una aproximación reflexiva a tales problemáticas, nutrida por los aportes, experiencias y opiniones intercambiadas, especialmente aquellas que tuvieron lugar en el ciclo de *webinars* impulsado por la UNIORE. En consecuencia, no se pretende realizar un diagnóstico exhaustivo, sino recoger algunas claves interpretativas acerca de los desafíos que persisten en la participación política de las mujeres y sobre el alcance de las estrategias institucionales implementadas hasta ahora en América Latina. Se privilegia el estudio de la experiencia ecuatoriana, en contraste con desarrollos observados en la región, sin perder de vista el impacto de los estándares internacionales y la jurisprudencia interamericana relevante.

Desde una perspectiva jurídica y comparada, el análisis articula la revisión de los instrumentos normativos internacionales (CEDAW, Convención de *Belém do Pará*), el examen de pronunciamientos de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, y la identificación de tendencias regionales y vacíos persistentes en la protección

de los derechos políticos de las mujeres. Se parte del supuesto, ampliamente compartido en la literatura especializada, de que la discriminación estructural y la VPG configuran fenómenos multifactoriales, cuya superación exige la combinación de reformas legales, ajustes institucionales y transformaciones culturales sostenidas.

Para ordenar las aristas de la discusión, el artículo se organiza en varias secciones. Primero, se aborda una delimitación conceptual que permite precisar el alcance de la discriminación estructural y la VPG en el ámbito latinoamericano. Posteriormente, se examinan los desarrollos normativos y jurisprudenciales más relevantes a nivel internacional y en la región, antes de centrarse en el análisis de los obstáculos persistentes y en la identificación de tendencias comparadas, así como de buenas prácticas. Y, por último, se ofrece una serie de propuestas y líneas de reflexión, con la convicción de que la cooperación regional y el aprendizaje recíproco son indispensables para avanzar hacia una democracia realmente paritaria.

Desde el inicio, este trabajo reconoce tanto la provisionalidad de sus conclusiones como la urgencia de que el debate siga nutriéndose de experiencias diversas. Las reflexiones aquí planteadas buscan aportar mecanismos útiles para la discusión académica y para el diseño de políticas públicas más inclusivas, partiendo de la premisa —compartida por quienes participaron en los *webinars*— de que los desafíos de la igualdad sustantiva exigen respuestas colectivas, sostenidas y siempre abiertas a la crítica informada y al intercambio entre pares.

II. Discriminación estructural y violencia política de género

Aproximaciones conceptuales a la discriminación estructural en la política latinoamericana

La discriminación estructural, en el contexto de la participación política, constituye un fenómeno multidimensional cuyo análisis exige trascender la visión individual o episódica de la exclusión. Tal como lo ha delineado la literatura especializada, el concepto se refiere al conjunto de reglas formales, prácticas informales, creencias y patrones socioculturales que, al interactuar y acumularse en el tiempo, generan desventajas persistentes para determinados grupos —en este caso, las mujeres— en el acceso y ejercicio del poder político. Investigaciones recientes confirman que tales “pisos pegajosos” operan aún en sistemas con legislación paritaria avanzada (Klimenko et al., 2023).

En el ámbito electoral, la discriminación estructural se manifiesta, en primer término, a través de la persistencia de estereotipos de género que cuestionan la idoneidad,

el liderazgo y la autonomía de las mujeres en la vida pública. Estos estereotipos, basados en visiones patriarcales y jerarquizadas de la organización social, permean tanto el discurso político como la cobertura mediática y las percepciones del electorado, lo que se traduce en una mayor exigencia de credenciales, resultados y conducta para las candidatas, en comparación con sus pares hombres (ONU Mujeres, 2025). Es decir, los obstáculos no son meramente simbólicos, pues la evidencia empírica demuestra que los prejuicios inciden en la disposición de los partidos para ubicar a mujeres en posiciones competitivas y también afectan la recepción de las propuestas y agendas que ellas promueven.

En segundo lugar, la discriminación estructural en política se proyecta en la desigualdad en el acceso a recursos financieros, logísticos y de apoyo. Las mujeres candidatas enfrentan con frecuencia una doble limitación. Por un lado, la ausencia de redes de financiamiento consolidadas, derivada de la histórica exclusión de los espacios económicos de poder y, por otro, la existencia de reglas o prácticas partidarias que, aunque formalmente neutras, privilegian el acceso de los hombres a los recursos estratégicos para campañas (Krook & Restrepo Sanín, 2020).

El tercer eje se relaciona con la violencia simbólica, económica, psicológica, física y sexual, que opera como un dispositivo de disuasión y castigo para las mujeres que aspiran a ocupar espacios de decisión. Según la Ley Modelo Interamericana sobre Violencia Política contra las Mujeres esta forma de violencia busca menoscabar o anular sus derechos políticos y comprende específicamente violencia simbólica, física, sexual, psicológica y económica (MESECVI, 2016). Así, la discriminación estructural en política es inseparable de la violencia que, de manera directa o indirecta, restringe la autonomía y la seguridad de las mujeres que participan en la vida pública.

Violencia política de género: conceptualización y alcances

La violencia política de género (VPG) se ha consolidado, en la última década, como categoría jurídica y sociológica indispensable para el análisis de la participación política de las mujeres en América Latina. A diferencia de la violencia general que puede afectar a cualquier candidato o actor político, este tipo de violencia tiene como elemento central su vinculación causal con el género. En otras palabras, se dirige contra las mujeres por ser mujeres o las afecta de manera desproporcionada en razón de los roles y estereotipos asignados socialmente.

De acuerdo con la doctrina, la VPG se ha definido como toda acción, omisión, tolerancia o amenaza que, basada en el género, tenga por objeto o resultado menoscabar, anular o restringir el ejercicio de los derechos políticos de las mujeres

(CEDAW/C/GC/35, 2017). Esta conceptualización abarca desde agresiones físicas y sexuales hasta formas más sutiles y *normalizadas* como el acoso psicológico, deslegitimación pública, campañas de desprestigio en medios y redes sociales, y el uso instrumental de procedimientos legales para obstaculizar o desalentar la participación femenina.

A nivel normativo, la incorporación de la VPG en la legislación ecuatoriana representa uno de los hitos más relevantes en la lucha contra las formas específicas de violencia que afrontan las mujeres en la esfera política. En efecto, mediante las reformas al Código de la Democracia del 3 de febrero de 2020, se incluyó en los artículos 279 numeral 14 y 280 como infracción electoral muy grave a la VPG, definida como la agresión perpetrada contra mujeres candidatas, militantes, electas, designadas o que desempeñen cargos públicos, así como contra lideresas políticas o sociales. Esta disposición prevé sanciones que van desde la imposición de multas económicas hasta la destitución y/o suspensión de derechos de participación, y constituye el primer procedimiento jurídico formal ante el TCE orientado a la sanción de tales conductas, lo que supone un avance determinante en la protección de los derechos políticos de las mujeres.

Ahora bien, con la reforma del 24 de julio de 2025, el legislador introduce un desarrollo más minucioso de las reglas aplicables a los casos de VPG, previendo, entre otros aspectos, el derecho de las víctimas a la no revictimización y al acceso a asesoramiento jurídico especializado y gratuito; la protección frente a amenazas o actos de intimidación; la observancia de los enfoques de género e interseccionalidad en la valoración de la prueba; y la obligación del TCE de resguardar la privacidad y confidencialidad de las víctimas, prohibiendo la difusión de información que posibilite su identificación. Además, se establece que en la sentencia condenatoria deberán adoptarse medidas de protección y de reparación integral, de conformidad con los mecanismos previstos en el Código Orgánico Integral Penal (COIP) para los casos de violencia de género contra las mujeres.

En Ecuador, la labor jurisprudencial del TCE ha sido determinante para el desarrollo conceptual de la VPG y, en general, para la vigencia de los derechos políticos de las mujeres. Por ejemplo, la sentencia en la causa acumulada Nro. 159-2023-TCE interpretó el artículo 99 del Código de la Democracia y estableció que las listas y binomios presidenciales deben cumplir desde la inscripción con el 50 % de encabezamiento femenino; la falta de paridad en la inscripción se consideró una medida regresiva que vulnera los derechos de las mujeres. Además, esta sentencia resaltó que las organizaciones políticas no pueden subsanar la paridad con hechos posteriores, pues el porcentaje debe cumplirse desde el inicio del proceso.

De igual forma, en la causa Nro. 026-2022-TCE, el Tribunal declaró que la aplicación retroactiva de una ordenanza municipal que redujo el periodo de funciones de una vicealcaldesa constituía VPG. La sentencia determinó que el alcalde incurrió en una infracción electoral muy grave y lo sancionó con la destitución del cargo, suspensión de sus derechos de participación y multa; también ordenó medidas de reparación, como disculpas públicas y capacitación institucional. Además, en la causa 135-2022-TCE, el Tribunal ha señalado que en casos de VPG la carga de la prueba no debe recaer exclusivamente en la víctima y que el denunciado tiene la obligación de probar que los hechos no ocurrieron cuando se aplica la reversión de la carga de la prueba.

Paulatinamente, este desarrollo jurisprudencial ha elevado el estándar nacional, buscando alinear el ordenamiento interno con los principios de igualdad y debida diligencia reconocidos internacionalmente. No obstante, subsisten desafíos prácticos, entre los que destacan la necesidad de fortalecer el compromiso de las organizaciones políticas, ampliar los procesos de sensibilización institucional y optimizar la eficacia de los mecanismos de protección, en particular en el entorno digital. Todo ello evidencia que la distancia entre la norma y su aplicación efectiva persiste, cuestión que demanda respuestas integrales y sostenidas, más allá de los avances normativos y jurisprudenciales alcanzados.

De esta forma, la jurisprudencia ecuatoriana ha comenzado a consolidar criterios que reconocen el carácter estructural y sistemático de la VPG, estableciendo deberes reforzados de prevención, protección y reparación.

Interseccionalidad y barreras específicas

El análisis contemporáneo de la discriminación estructural y la VPG ha incorporado crecientemente la perspectiva de interseccionalidad como herramienta analítica para comprender las múltiples dimensiones de la exclusión que enfrentan ciertos colectivos de mujeres. La interseccionalidad —concepto originado en los estudios feministas y de derechos humanos (Crenshaw, 1991)— alude a la confluencia de varios ejes de subordinación, tales como el género, la etnia, la condición socioeconómica, la discapacidad o la residencia en zonas rurales.

La literatura empírica y los informes regionales demuestran que las mujeres indígenas, afrodescendientes, rurales o con discapacidad no solo encuentran mayores dificultades para acceder a candidaturas competitivas, sino que además sufren formas específicas de violencia y exclusión, tanto desde el entorno político-

institucional como desde sus propias comunidades (ONU Mujeres, 2025). Por ejemplo, la ausencia de formatos de denuncia en lenguas originarias, la falta de acompañamiento técnico y la invisibilización de las agendas de diversidad cultural y territorial refuerzan la marginalización de estos grupos en los procesos políticos formales.

De ahí que se recomienda indicadores diferenciados y políticas con enfoque interseccional para reducir brechas y garantizar igualdad en la competencia electoral en estos grupos vulnerables. Organismos internacionales sugieren que solo mediante la incorporación de indicadores diferenciados y la adopción de políticas públicas con enfoque interseccional será posible reducir las brechas persistentes y garantizar condiciones mínimas de igualdad en la competencia electoral (CEDAW, 1979; CEDAW/C/GC/25, 2010).

Perspectiva internacional: aportes normativos y jurisprudenciales

El desarrollo doctrinal y normativo en torno a la discriminación estructural y la VPG se encuentra fuertemente influido por los instrumentos internacionales sobre derechos humanos y por la jurisprudencia de los órganos de protección. La CEDAW (1979), en su artículo 7, impone a los Estados la obligación de garantizar a las mujeres la participación política en igualdad de condiciones. A nivel regional, la *Convención de Belém do Pará* (1994) constituye un hito al consagrar la violencia pública y política como ámbitos específicos de tutela y protección.

La jurisprudencia interamericana ha jugado un papel central en la densificación de estos estándares. El caso *Yatama vs. Nicaragua* (Corte IDH, 2005) representa un precedente clave al declarar que la exclusión de candidaturas indígenas —en su mayoría mujeres— vulnera los derechos de participación política (arts. 23 y 24 CADH), y al establecer la participación política como prerequisite instrumental para el goce de los demás derechos humanos. Más recientemente, la Opinión Consultiva OC-23/17 refuerza la exigencia de acciones afirmativas para contrarrestar la discriminación de género en la vida pública, instando a los Estados a diseñar medidas concretas y efectivas para garantizar la igualdad real de oportunidades. En materia de violencia, el estándar consolidado a partir de *González y otras (“Campo Algodonero”) vs. México* (Corte IDH, 2009) obliga a investigar y sancionar, con debida diligencia, todo acto de violencia basado en el género, con aplicación extensiva a la violencia política.

La interacción entre estos instrumentos y la legislación interna, mediada por la implementación de instituciones como el bloque de constitucionalidad y el control de convencionalidad, ha impulsado la progresiva incorporación de la perspectiva de género en los sistemas electorales nacionales, aunque la eficacia de dichas reformas depende en gran medida de la voluntad política y de la consolidación de (órganos de control autónomos y sensibles al fenómeno).

Estado actual del debate y retos de implementación

La revisión de la literatura reciente y los estudios empíricos revela que, si bien la región ha avanzado en la formalización de derechos con la adopción de normas específicas para combatir la discriminación y la VPG, los resultados en términos de igualdad sustantiva distan de ser homogéneos o concluyentes (González Aguilar, 2024). La persistencia de la discriminación estructural y la violencia de género, así como las dificultades para traducir los marcos normativos en prácticas institucionales y culturales, evidencian la necesidad de una revisión crítica y permanente de las estrategias adoptadas, pues la norma, por sí sola, no cambia las realidades sociales.

Entre los principales desafíos identificados por la doctrina y los organismos internacionales se encuentran: **i)** la insuficiencia de los mecanismos de denuncia y protección; **ii)** la fragilidad de los sistemas de sanción y reparación; **iii)** la resistencia de los partidos a la transformación de sus estructuras internas; y **iv)** la dificultad para monitorear y evaluar el impacto real de las políticas públicas en poblaciones diferenciadas.

El enfoque interseccional, la consolidación de datos desagregados, la formación continua de operadores judiciales y electorales, y la cooperación técnica regional aparecen como condiciones indispensables para el avance hacia una democracia paritaria y libre de VPG. El análisis comparado de buenas prácticas y la integración sistemática de estándares internacionales constituyen estándares valiosos para cerrar las brechas y propiciar una transformación gradual, pero sostenible, del campo político en América Latina. De ahí que espacios de discusión e intercambio de experiencias, como los *webinars* organizados por la UNIORE, sean imprescindibles en el campo electoral.

III. Desafíos persistentes y tendencias en la construcción de una democracia paritaria en América Latina

Como se ha anticipado, esta discusión se encuentra marcada por avances normativos y desafíos sociales que dificultan la efectividad de los derechos políticos de las mujeres en la vida real. América Latina exhibe uno de los promedios más altos de representación parlamentaria femenina a nivel mundial. Para 2024, según ONU Mujeres y la Unión Interparlamentaria, el promedio regional de mujeres en los parlamentos nacionales asciende al 33,6 % —una cifra superior a la media global, pero aún lejana del ideal de paridad— y, de acuerdo con datos actualizados para 2025, las Américas cuentan con 34,5 % de mujeres parlamentarias y 33,3 % de presidentas de Parlamento. En países como México y Argentina la representación supera el 40 %, mientras que en otros, como Ecuador, tras las elecciones anticipadas de 2023, la representación femenina se ubicó alrededor del 44 % de la Asamblea Nacional, cayendo notablemente en gobiernos locales y órganos ejecutivos.

Estos logros, aunque significativos, no deben conducir a una lectura complaciente. Estudios especializados evidencian que la ampliación de la presencia de la mujer en cargos de elección popular no se traduce automáticamente en el ejercicio sustantivo y autónomo del poder político. En Ecuador las mujeres representan apenas una cuarta parte de las alcaldías y menos de una quinta parte de las prefecturas (CNE, 2024), lo que revela la dificultad de acceso a posiciones ejecutivas de mayor poder y visibilidad.

Estos datos deben valorarse a la luz de los factores que inciden sobre la brecha entre igualdad formal y sustantiva. Los estereotipos de género, profundamente arraigados en el discurso político y en la percepción social, imponen estándares diferenciados para las mujeres, quienes suelen ser objeto de escrutinio desproporcionado en campañas, debates y cobertura mediática. Las retroalimentaciones recogidas en los diversos foros de discusión, con funcionarias electorales y candidatas, dan cuenta de cómo las campañas negativas y la deslegitimación simbólica afectan de manera especial a mujeres jóvenes, indígenas y afrodescendientes, cuya presencia en cargos de alta responsabilidad continúa siendo excepcional. Así, por ejemplo, la Unión Interparlamentaria y ONU Mujeres han señalado que el 33,3 % de las presidencias parlamentarias en las Américas están en manos de mujeres.

Otro elemento crucial es la desigualdad en el acceso al financiamiento político. La experiencia regional demuestra que, aun existiendo normas que formalmente garantizan el acceso igualitario a fondos de campaña, las prácticas partidarias y la ausencia de mecanismos de control perpetúan inequidades significativas. Varios informes han señalado que la asignación de recursos para la formación política de

las mujeres continúa siendo limitada y depende de estructuras internas poco transparentes (ONU Mujeres, 2024). En Ecuador, aun cuando la normativa prevé la distribución paritaria de los fondos para promoción electoral, los testimonios recabados indican que los partidos continúan priorizando candidaturas masculinas, especialmente en territorios donde los liderazgos femeninos carecen de redes de apoyo previas.

En cuanto a la VPG, un estudio de la Unión Interparlamentaria citado por el Instituto Nacional Electoral de México encontró que 82 % de las parlamentarias encuestadas en el mundo ha sufrido violencia psicológica; 67 % ha recibido insultos; 44 % ha sido amenazada de muerte, violación, palizas o secuestro; y 20 % ha enfrentado acoso sexual o violencia en su lugar de trabajo. Estas cifras, referidas a mujeres en cargos legislativos, muestran la magnitud del problema. Además, investigaciones sobre violencia digital en América Latina revelan que 27 % de los mensajes enviados a mujeres políticas en redes sociales contienen violencia de género, que 73 % de ellas ha experimentado alguna forma de violencia en línea y que más de 25 % ha recibido amenazas físicas o sexuales, lo que ha llevado a que más del 75 % modifique su forma de usar las redes.

El fenómeno resulta todavía más preocupante para mujeres indígenas, afrodescendientes y rurales, quienes afrontan obstáculos adicionales para acceder a mecanismos de denuncia y protección. Informes de organismos internacionales y datos de la Red de Mujeres Políticas Latinoamericanas indican que, en Ecuador, menos del 10 % de las denuncias por violencia política provienen de zonas rurales o de comunidades indígenas, lo que evidencia tanto el subregistro cuanto las barreras de acceso a la justicia electoral en territorios periféricos o en condiciones de vulnerabilidad acentuada (RedMujeres, 2024).

La revisión de experiencias comparadas aporta claves para el diseño de estrategias más efectivas. En México, la reforma constitucional de 2019 —la llamada “*paridad en todo*”— impuso la igualdad de género en los tres poderes y niveles de gobierno; la Ley 3 de 3 contra la violencia ha impedido la postulación de más de 150 aspirantes con antecedentes de agresión o deudores alimentarios (INE, 2024). Argentina, con la Ley 27.412 de 2017, exige alternancia y equivalencia de género en las listas, complementada con medidas de financiamiento específico; el Observatorio de Igualdad de Género reportó un 45 % de representación femenina en el Congreso en 2023 (CEPAL, 2023). Costa Rica, por su parte, ha institucionalizado la paridad horizontal y vertical y consolidó un observatorio nacional para el seguimiento y la capacitación en materia de VPG (TSE-CR, 2024).

Todas las discusiones convergen en la necesidad de que los organismos electorales y los partidos políticos adopten un papel más proactivo tanto en la erradicación de la violencia como en la promoción de la igualdad efectiva. Entre las recomendaciones, se enfatiza la armonización normativa con los estándares de la CEDAW y de la Convención de *Belém do Pará*, el fortalecimiento de los tribunales electorales para investigar y sancionar con enfoque de género, y la creación de fondos de campaña diferenciados y auditorías con perspectiva de género. Asimismo, la alfabetización digital y la seguridad en línea se reconocen como prioridades urgentes, particularmente ante la sofisticación de las campañas de acoso y hostigamiento en redes sociales. La capacitación permanente de operadores judiciales, funcionarios electorales y dirigentes partidarios — preferentemente en espacios regionales y comparados— constituye una condición indispensable para traducir las nuevas reglas en cambios tangibles.

Desde una perspectiva analítica, los hallazgos descritos permiten establecer la siguiente relación causal nítida: la discriminación estructural genera desventajas competitivas, la VPG refuerza esas desventajas mediante la intimidación y el descrédito, y ambos fenómenos confluyen para mantener la paridad en un plano meramente numérico, sin lograr su traslación al ejercicio efectivo del poder. Es por ello que, solo a través de estrategias integrales —normativas, financieras, políticas públicas y culturales— será posible transformar la representación descriptiva en representación sustantiva.

Para concluir, se debe resaltar que las cifras y experiencias examinadas confirman que la paridad formal constituye el punto de partida de un proceso que exige, además, transformar prácticas institucionales, imaginarios sociales y cultura política. El desafío radica en diseñar políticas que respondan a la complejidad de las barreras detectadas y atiendan las necesidades diferenciadas de las mujeres en toda su diversidad. La construcción de una democracia paritaria en América Latina permanece como horizonte en disputa, cuyo avance dependerá tanto de la aplicación sostenida de las normas como de la capacidad de los actores institucionales y sociales para innovar, cooperar y sostener el cambio a largo plazo.

IV. Propuestas para UNIORE y sus organismos miembros

A partir de los hallazgos expuestos y del intercambio generado durante el ciclo de webinarios, es posible delinear tres ejes estratégicos —interdependientes y susceptibles de adaptación gradual— que podrían contribuir a cerrar la brecha entre la paridad formal y la igualdad sustantiva, así como a prevenir y abordar la VPG en la región.

En primer lugar, diversos aportes coinciden en la necesidad de avanzar hacia una mayor armonización normativa y una observación comparada sistemática. En este sentido, parecería oportuno explorar la elaboración de un Protocolo Regional sobre Paridad y Violencia Política de Género, construido colaborativamente con instancias como la CIM/OEA y la Red de Magistradas Electorales de las Américas. Este instrumento podría facilitar la consolidación de definiciones, tipologías y umbrales cuantitativos mínimos, tomando como referencia la CEDAW, la Convención de *Belém do Pará*, la jurisprudencia interamericana y las experiencias normativas nacionales. En paralelo, la construcción de una matriz de indicadores públicos —alineada con la metodología de ONU Mujeres— permitiría monitorear de manera más precisa los avances y desafíos, incorporando variables como sexo, pertenencia étnica, condición de discapacidad y nivel territorial. Esta estrategia podría potenciar la comparabilidad regional y, probablemente, abriría la puerta a estudios especializados y al fortalecimiento del diálogo con la academia y la sociedad civil. En cuanto al fortalecimiento institucional, múltiples intervenciones resaltan la importancia de adoptar una perspectiva de género e interseccionalidad en la gestión electoral. Bajo esta óptica, sería aconsejable considerar la creación —por parte de los tribunales y consejos electorales— de unidades técnicas y autónomas especializadas en género y diversidad, dotadas de recursos suficientes para recibir denuncias, activar medidas cautelares y garantizar acompañamiento *psicojurídico*. Adicionalmente, la inclusión de auditorías de financiamiento con enfoque de género y la definición de mecanismos de ciberseguridad orientados a la protección de candidatas aparecen como caminos prometedores, especialmente si se articulan con iniciativas como el *OEA-CyberWomen Challenge* y plataformas de monitoreo en tiempo real.

Por último, el tercer eje alude a la importancia de la capacitación, la cooperación técnica y la generación de conocimiento aplicado. Sería conveniente impulsar un Programa Regional de Capacitación Continua —con módulos estandarizados y metodologías mixtas— dirigido a magistraturas, personal técnico y dirigencias partidarias, así como promover fondos de investigación para evaluar el impacto de las reformas implementadas en materia de paridad y VPG. La conformación de un repositorio abierto de buenas prácticas, sentencias relevantes y herramientas de prevención podría facilitar la transferencia y adaptación de soluciones exitosas en distintos contextos.

La articulación progresiva de estos ejes —normativo, institucional y cultural— se vislumbra como una vía idónea para propiciar un esquema de mejora continua,

manteniendo siempre el carácter deliberativo y abierto a nuevos aprendizajes que ha caracterizado a la comunidad de organismos miembros de UNIORE.

V. Conclusiones

Estas reflexiones confirman la persistencia de barreras estructurales —estereotipos, brechas de recursos y VPG— que impiden que la paridad numérica se traduzca en un ejercicio efectivo y sustantivo del poder político. Si bien las reformas adoptadas en Ecuador y en la región evidencian avances significativos, la eficacia de tales medidas está condicionada por la convergencia normativa regional en torno a definiciones, procedimientos y sanciones, que elimine zonas grises y habilite acciones coordinadas de prevención y reparación; por la existencia de instituciones electorales fortalecidas y sensibles al género, capaces de aplicar estándares internacionales con diligencia reforzada, especialmente en contextos digitales y territorios periféricos; por la disponibilidad de mecanismos de transparencia y rendición de cuentas que garanticen la asignación equitativa de recursos de campaña y la debida atención a las denuncias de VPG; así como por la adopción de un enfoque interseccional transversal, imprescindible para que mujeres indígenas, afrodescendientes, rurales y con discapacidad accedan en condiciones de igualdad a los beneficios de la paridad.

Desde la perspectiva académica, se pone a consideración un marco comparado que integra obligaciones convencionales, legislación interna y experiencias de implementación, ofreciendo indicadores específicos para la evaluación de políticas de paridad y VPG. La investigación, no obstante, se sustenta en las conclusiones de las ponencias y en algunos datos oficiales disponibles. Ciertamente, estudios futuros podrán ampliar la muestra a otros países y aplicar métodos cuantitativos longitudinales a fin de medir el impacto de las reformas recientes. Entre las líneas de investigación prospectiva se destacan la evaluación experimental de campañas de alfabetización digital orientadas a candidatas, el análisis econométrico del efecto de las cláusulas de paridad horizontal en la asignación de puestos ejecutivos locales y los estudios etnográficos sobre la recepción comunitaria de liderazgos femeninos en zonas rurales e indígenas.

La democracia paritaria en América Latina exige transitar de la igualdad formal a la igualdad sustantiva mediante políticas integrales, cooperación regional y una vigilancia ciudadana activa. Si en las décadas pasadas se luchó por romper el llamado *techo de cristal*, en la actualidad la meta también es superar los desafíos estructurales que perpetúan los denominados *pisos pegajosos*. Las reflexiones aquí formuladas ofrecen a UNIORE algunas propuestas concretas para avanzar en ese

cometido y a la academia, al mismo tiempo, algunas ideas de investigación destinadas a profundizar en la comprensión y solución de los desafíos identificados.

Referencias bibliográficas

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2023). Observatorio de Igualdad de Género.
- Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer (CEDAW). (2017). General Recommendation No. 35 on gender-based violence against women. Naciones Unidas.
- Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención de Belém do Pará). (1994). Organización de los Estados Americanos (OEA).
- Corte Interamericana de Derechos Humanos (Corte IDH). (2005). Caso Yatama vs. Nicaragua. Sentencia.
- Corte Interamericana de Derechos Humanos (Corte IDH). (2009). Caso González y otras ("Campo Algodonero") vs. México. Sentencia.
- Crenshaw, K. (1991). "Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color." *Stanford Law Review*, 43(6), 1241–1299.
- Idea Internacional. (2023). *Inclusión de grupos discriminados en los procesos políticos y electorales en América Latina*.
- Instituto Nacional Electoral (INE) & Meta. (2024). *Enfrentando la violencia política contra las mujeres*. México.
- Krook, M. L., & Restrepo Sanín, J. (2020). "Gender and Political Violence in Latin America: Concepts, Debates and Solutions." *Política y Gobierno*, 27(1), 9–42.
- Ley Modelo Interamericana sobre Violencia Política contra las Mujeres. (2016). Mecanismo de Seguimiento de la Convención de Belém do Pará (MESECVI), OEA.
- Nodal. (2023). "Ecuador | Presencia de las mujeres en el Congreso alcanza un 44 %, el mayor porcentaje de la historia".
- ONU Mujeres & Unión Interparlamentaria (UIP). (2024). Informe sobre participación política de las mujeres en América Latina.
- ONU Mujeres & UIP. (2025). Las funciones de liderazgo político en 2025.
- Tribunal Contencioso Electoral de Ecuador. (2023). Participación política de las mujeres: retos y desafíos de la justicia electoral en Ecuador.
- Tribunal Contencioso Electoral de Ecuador. (2023). Sentencias Nros. 159-2023-TCE; 024-2022-TCE; 026-2022-TCE; 1297-2021-TCE.
- Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) de Costa Rica. (2024). Informe sobre paridad y violencia política de género.

Uruguay – ONU Mujeres. (2024). “Casi el 80 % de las mujeres políticas encuestadas ha sufrido o presenciado algún tipo de violencia de género en este ámbito”.

Abg. Ivonne Coloma Peralta

Presidenta del Tribunal Contencioso Electoral

Abogada de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador por la Universidad de las Américas, con la distinción *Summa Cum Laude*. Fue designada mejor egresada de la Facultad de Derecho y galardonada con el botón de oro, como mejor egresada de la promoción 2006. Es especialista en Derecho Procesal por la Universidad Andina Simón Bolívar. Fue asesora de despacho y secretaria relatora desde la creación del Tribunal Contencioso Electoral, como parte de la Función Electoral; posterior a ello, también se desempeñó como asesora de presidencia y primera secretaria general mujer del máximo órgano de justicia electoral. Trabajó en la Corte Constitucional del Ecuador y, en el ejercicio independiente de la profesión, ha prestado asesoría en derecho administrativo, en particular sobre las facultades y competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales, así como en materia constitucional. En 2019 fue designada jueza suplente del TCE mediante concurso público, y en 2022 fue posesionada como jueza principal. Actualmente, ejerce la presidencia del Tribunal Contencioso Electoral.

Los Desafíos de las Mujeres en las Elecciones

Maritza Martínez Aristizábal

En los últimos años, hemos visto avances importantes hacia la igualdad de género en la política. Cada vez más mujeres participan activamente en la vida democrática: votan, se postulan y logran acceder a cargos que durante mucho tiempo estuvieron fuera de su alcance. Estos logros reflejan un cambio positivo y necesario. Sin embargo, aún persisten desafíos importantes. El camino que va de ser ciudadana a convertirse en candidata, y luego en funcionaria electa, sigue teniendo obstáculos. Muchos de ellos están profundamente arraigados en estructuras sociales, políticas y económicas que aún necesitan transformarse para garantizar una verdadera equidad.

Uno de los primeros y más sutiles desafíos es la instrumentalización de la mujer en el ámbito político. Muchas veces su inclusión en listas o cargos de elección responde más a estrategias simbólicas o al cumplimiento formal de cuotas, que a un verdadero compromiso con su liderazgo. Se las exhibe como prueba de modernidad o inclusión, pero sin garantizarles espacios reales de decisión. En ese escenario, ser candidata no es lo mismo que tener poder.

A esto se suma un problema estructural que rara vez se discute con la seriedad que merece: la desigualdad en el financiamiento de campañas. Las mujeres tienen menos acceso a redes de apoyo económico, a grandes donantes y a las estructuras partidarias tradicionales, que en muchos casos siguen dominadas por lógicas tradicionales. Sin recursos suficientes, competir en una campaña es prácticamente imposible, y eso se traduce en una exclusión silenciosa pero efectiva.

Otro obstáculo, quizá el más crudo, es la violencia política por razones de género. Esta violencia no es solo física —aunque también existe—, sino simbólica, digital o psicológica. Las mujeres que se atreven a disputar el poder reciben ataques coordinados, burlas, amenazas e intentos de desprestigio, tanto en medios como en redes sociales. Es una violencia que busca disciplinar, expulsar y hacer desistir. Y lamentablemente, muchas veces lo logra.

Por si fuera poco, persiste una brecha formativa: el acceso de las mujeres a espacios de formación política, liderazgo y negociación sigue siendo limitado. Esto no es por falta de interés, sino por la forma en que se construyen los espacios de

poder. La política aún se reproduce desde redes masculinas donde se negocia entre pares, se comparten recursos y se toman decisiones desde códigos a los que muchas mujeres —sobre todo jóvenes— simplemente no tienen acceso.

El caso de Colombia ofrece un ejemplo ilustrativo. En las elecciones territoriales de 2023, las mujeres representaron el 61,8 % del electorado, frente al 56,1 % de los hombres. Es decir: no es falta de interés. Las mujeres votan, se informan, se movilizan. Pero cuando intentan pasar de votantes a candidatas, el terreno comienza a inclinarse en su contra. La participación política femenina se restringe no por falta de vocación, sino por un sistema que hasta ahora está trabajando para incluirlas de manera justa y efectiva.

Hablar de estos obstáculos no es victimizar a las mujeres, es describir una realidad que necesitamos transformar. Porque más mujeres en política no es solo una cuestión de justicia o de representatividad simbólica: es una condición esencial para mejorar la calidad de nuestras democracias. Diversificar la toma de decisiones implica incorporar más miradas, más experiencias y más soluciones a los problemas públicos.

La pregunta ya no es si las mujeres pueden gobernar —eso está más que demostrado—. La pregunta es: ¿por qué seguimos permitiendo que tantas barreras impidan que lo hagan?

El techo de cristal electoral: ser mujer y querer poder

¿Y si ser mujer fuera, todavía hoy, un obstáculo para ejercer plenamente la ciudadanía? En pleno siglo XXI, el simple acto de querer postularse a un cargo político sigue siendo un campo minado para millones de mujeres en el mundo. Y no por falta de talento, preparación o voluntad, sino por una combinación perversa de violencia, discriminación, estructuras caducas y falta de voluntad real para el cambio.

Los techos de cristal son barreras invisibles que dificultan o impiden que las mujeres accedan a puestos de poder o liderazgo, a pesar de que tengan la capacidad, la preparación y la experiencia necesarias. Estas barreras no están escritas en leyes ni son explícitas, pero se manifiestan en actitudes culturales, estereotipos de género, estructuras tradicionales y prácticas discriminatorias que predominan en muchos ámbitos, incluida la política.

En el caso de las mujeres que quieren participar en política, estos límites se reflejan en múltiples formas: la baja representación en cargos de alta responsabilidad, la resistencia a aceptar liderazgos femeninos, el cuestionamiento constante a sus capacidades y la exigencia de cumplir con estándares más altos que los hombres. Además, muchas veces enfrentan dobles jornadas, conciliación desigual entre la vida política y familiar, y hasta violencia política de género.

Sí, hay más mujeres en política que antes. Las cifras lo confirman. Pero cuando las miramos de cerca, el entusiasmo se enfría: solo el 27 % de los escaños parlamentarios en el mundo están ocupados por mujeres, y en 2024 apenas cinco mujeres ganaron elecciones presidenciales en sus países, según datos de ONU Mujeres.

Una de las principales razones por las que muchas mujeres no se postulan —o desisten al poco tiempo— es la violencia política por razones de género. Entre mayo y octubre de 2023, el Observatorio de Violencia contra las Mujeres en Política reportó 34 casos de violencia política hacia mujeres en Colombia. De estos, el 88,2 % correspondieron a violencia psicológica, el 17,6 % a violencia física y el 2,9 % a violencia sexual. Durante ese mismo periodo, se registraron dos asesinatos de candidatas y un atentado, lo que evidencia la gravedad del fenómeno y su impacto directo sobre la integridad de las mujeres que participan en política (ONU Mujeres, 2023).

Por su parte, la Misión de Observación Electoral (MOE) documentó en 2022 un total de 516 hechos violentos contra mujeres en el ámbito político. De estos, 137 afectaron directamente a lideresas políticas, sociales y comunales, siendo especialmente preocupante que cerca de una tercera parte de las agresiones tuvieran un carácter letal. Estos datos reflejan un patrón de violencia sistemática que desincentiva la participación femenina y vulnera derechos fundamentales, como el derecho a la vida, a la libre expresión y a la participación política.

En Indonesia, más de la mitad de las candidatas en las elecciones legislativas de 2024 reportaron haber sufrido acoso sexual, amenazas y violencia digital, según un informe de Westminster Foundation for Democracy. Algunas declararon que no volverán a participar si la situación no cambia. ¿Qué clase de democracia estamos construyendo si la mitad de la población no se siente segura para ejercer su derecho a ser elegida?

Y no es un problema del “Sur Global” únicamente. En el Reino Unido, la ex ministra y ahora parlamentaria Rushanara Ali alertó que el acoso está desalentando a mujeres jóvenes a postularse. La violencia simbólica y mediática también cuenta: cómo se visten, si son madres, si “mandan demasiado” o “no lo suficiente”. Las

mujeres enfrentan un doble estándar constante. Al parecer, cualquier mujer que aspire al poder debe demostrar que lo merece de formas que a sus colegas hombres ni se les exige.

En el plano internacional, el fenómeno de la violencia política de género ha sido reconocido como una violación a los derechos humanos por organismos como la ONU y la OEA. Tratados como la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) y la Convención de Belém do Pará establecen la obligación de los Estados de prevenir, sancionar y erradicar toda forma de violencia contra las mujeres, incluyendo la que ocurre en el ámbito político (Naciones Unidas, 1979; OEA, 1994).

Estas barreras siguen siendo una realidad que limita las posibilidades de muchas mujeres de acceder al poder político en condiciones de igualdad. Aunque se han logrado avances importantes en materia de paridad y representación, persisten obstáculos culturales, sociales y estructurales que dificultan su participación plena. Ser mujer y querer poder no debería implicar enfrentar más barreras que los hombres; sin embargo, los prejuicios, la violencia política de género y la falta de apoyo real dentro de los partidos y las instituciones son aún desafíos vigentes.

Romper estos límites implica transformar no solo las leyes, sino también las mentalidades. Requiere fomentar una cultura política más inclusiva, promover la equidad en el acceso al poder y reconocer que la participación plena de las mujeres en la política es esencial para una democracia real y representativa.

Acabar con ese techo de cristal no es solo responsabilidad de las mujeres, sino de toda la sociedad, que debe comprometerse con una democracia verdaderamente inclusiva, donde el género no determine quién puede liderar.

La trampa del financiamiento y las reglas del juego

Otro muro que enfrentan es el económico. Las campañas políticas cuestan, y las mujeres, en general, acceden a menos recursos. Las redes de donantes, los partidos, los fondos públicos, todo tiende a girar en torno a estructuras masculinas. Aunque estudios muestran que las mujeres recaudan casi lo mismo que los hombres, les cuesta más acceder a grandes donantes y a fondos institucionales.

Tampoco ayuda que los sistemas electorales no estén hechos para facilitar la equidad. En sistemas mayoritarios o con alta reelección de incumbentes, como en Estados Unidos, las oportunidades para que nuevas voces —especialmente femeninas— emerjan, son escasas. Aunque existan cuotas de género, como en

varios países de América Latina, no siempre se aplican de forma efectiva. Las listas “de relleno” o el lugar que se les asigna a las mujeres en las boletas a menudo anulan el espíritu de la ley.

Por lo que uno de los principales obstáculos que enfrentan las mujeres en su camino hacia cargos de elección popular es el acceso desigual al financiamiento de campañas. Aunque en muchos países existen leyes que promueven la paridad y la participación femenina como por ejemplo Colombia entre las que destacan la Ley 581 de 2000, la Ley 1257 de 2008, Ley 1475 de 2011, la Ley 2424 de 2024 y la Ley 2453 de 2025, en la práctica, el dinero sigue siendo una barrera silenciosa pero poderosa que limita sus posibilidades reales de competir.

Esta situación se conoce como la trampa del financiamiento electoral. Las mujeres candidatas suelen recibir menos recursos que sus contrapartes masculinas, tanto por parte de los partidos políticos como de donantes privados. Esta desigualdad no solo afecta la visibilidad de sus propuestas en medios de comunicación o redes sociales, sino que también condiciona su capacidad para recorrer territorios, organizar eventos o contratar equipos profesionales de campaña.

En el caso de Colombia se han logrado avances normativos para promover la participación política de las mujeres y el enfoque de paridad en las listas electorales, en la práctica persiste una barrera silenciosa pero poderosa: el acceso desigual al financiamiento de las campañas, que limita de manera significativa las oportunidades reales de las mujeres para competir en condiciones de igualdad por cargos de elección popular.

En el cuarto Ranking de Igualdad de Mujeres y Hombres en Partidos y Movimientos Políticos en Colombia, elaborado por el PNUD, ONU Mujeres, el Consejo Nacional Electoral, con apoyo de la Embajada de Suecia, se evidenció una brecha significativa en la elección de mujeres, tanto en las elecciones al Congreso de la República en 2022 como en las elecciones territoriales de 2023. Aunque el número de mujeres candidatas fue considerable, su representación entre las personas electas fue notablemente menor. Además, se identificó una desigualdad en la asignación de recursos: en promedio, los hombres recibieron 3,3 veces más financiación que las mujeres.

En las elecciones regionales de 2023, de los más de \$671 mil millones de pesos reportados como ingresos en campañas políticas, solo el 21,4 % fue destinado a candidatas mujeres, a pesar de que representaban cerca del 39 % del total de aspirantes. En promedio, cada mujer candidata recibió aproximadamente 2,9

millones de pesos, frente a los 6,7 millones en promedio que recibieron los hombres (El Espectador, 2024; El Universal, 2024).

Además, estudios han demostrado que cuando las mujeres logran ser elegidas, lo hacen a un mayor costo personal: destinan en promedio un 20 % más de recursos propios que los hombres electos, lo que refleja una sobrecarga económica adicional que deben asumir para competir (Infobae, 2022). Esta situación no solo afecta su bienestar personal, sino que desincentiva la participación de mujeres sin recursos económicos suficientes, restringiendo aún más la diversidad de liderazgos femeninos en la política.

A esto se suma que los partidos políticos en Colombia invierten apenas entre el 2,4 % y el 3 % de los recursos públicos asignados en programas para fortalecer la participación política de las mujeres, a pesar de que la ley exige destinar una parte significativa a la inclusión de género (Transparencia por Colombia & ONU Mujeres, 2022). Esta baja inversión en formación, liderazgo y comunicación política impide el desarrollo de candidaturas femeninas competitivas y consolidadas.

La desigualdad también se evidencia en el acceso a la financiación privada, ya que las candidatas mujeres reciben menos apoyo de donantes, tienen más dificultades para acceder a créditos y son menos favorecidas en la asignación interna de recursos por parte de los partidos. En las campañas a gobernaciones de 2023, las candidatas recibieron \$20.321 millones frente a los \$90.468 millones que recibieron los hombres, y en las campañas a alcaldías, solo el 4,7 % del anticipo estatal se destinó a mujeres, a pesar de que representaban el 16 % de las candidaturas (El Tiempo, 2024).

La trampa del financiamiento no es solo una cuestión de dinero, sino un reflejo de las estructuras de poder profundamente desiguales que aún permean el sistema político colombiano. Para avanzar hacia una democracia realmente paritaria e inclusiva, es indispensable garantizar mecanismos de financiamiento con enfoque de género, mayor transparencia en la asignación de recursos y un compromiso real de los partidos para apoyar a las mujeres candidatas en igualdad de condiciones. Además, muchos partidos asignan los recursos de manera discrecional, favoreciendo a quienes ya tienen poder o redes de influencia, que en la mayoría de los casos siguen siendo hombres. Esta falta de transparencia y equidad refuerza los techos de cristal políticos y margina a mujeres con propuestas sólidas, pero sin acceso a recursos.

La trampa del financiamiento no solo es una cuestión económica, sino también una expresión de las estructuras tradicionales que aún persisten en la política. Superarla implica garantizar mecanismos claros, equitativos y obligatorios de distribución de recursos, así como fortalecer la rendición de cuentas y la formación de liderazgos femeninos.

Sin una distribución justa del financiamiento, la participación política de las mujeres seguirá siendo desigual, y la democracia, incompleta.

El lastre de los estereotipos: ¿por qué a las mujeres en política aún se les juzga distinto?

A medida que las mujeres ganan terreno en la política, una pregunta incómoda se vuelve inevitable: ¿realmente las estamos evaluando por sus propuestas y capacidades, o seguimos atrapados en una mirada llena de prejuicios?

Los estereotipos de género siguen siendo una barrera poderosa y silenciosa que condiciona la forma en que percibimos a las mujeres candidatas. Estos estereotipos, arraigados en concepciones tradicionales sobre lo que "debe ser" un hombre o una mujer, moldean las expectativas sociales y, con ello, influyen directamente en las posibilidades reales que tienen las mujeres de acceder y mantenerse en cargos de poder.

Uno de los sesgos más extendidos tiene que ver con las expectativas de comportamiento. A las mujeres se les exige ser amables, empáticas, cuidadoras. Pero en política, esas cualidades suelen interpretarse como falta de firmeza o liderazgo. En cambio, cuando una mujer intenta mostrarse asertiva, decidida o con autoridad, rápidamente es tildada de "agresiva" o "mandona", mientras que un hombre en el mismo tono es valorado como fuerte o determinado. El doble estándar es evidente: las mujeres deben encontrar un equilibrio imposible entre ser lo suficientemente fuertes, pero no demasiado; lo suficientemente femeninas, pero no débiles.

También persiste una desconfianza arraigada en su capacidad de liderazgo. Aún se asume que los hombres son líderes naturales, mientras que las mujeres pertenecen a roles de apoyo. Este estereotipo mina la confianza en su habilidad para tomar decisiones estratégicas, especialmente en áreas históricamente dominadas por varones como la economía, la defensa o la seguridad. Se les cuestiona, se les

prueba, se les exige demostrar una y otra vez que están preparadas, incluso cuando su experiencia es igual o mayor que la de sus colegas hombres.

La crítica a la apariencia y a la personalidad es otra forma de violencia simbólica. Las mujeres candidatas son escrutadas con lupa por cómo visten, cómo hablan, cómo se mueven. Se juzga su tono de voz, su peinado, su sonrisa. Y todo eso desvía la atención de lo importante: su agenda, su visión, su programa político. A los hombres, en cambio, rara vez se les pide ser estéticamente agradables. A ellas, se les exige que lo sean... sin que parezca que lo están intentando demasiado.

La vida familiar tampoco escapa al juicio. Las mujeres son vistas —todavía hoy— como madres antes que como líderes. Se duda de su capacidad para equilibrar las tareas del hogar con las responsabilidades públicas, como si no existieran hombres que también son padres y políticos. La maternidad, lejos de ser vista como un activo, se convierte en una excusa para poner en duda su disponibilidad, su enfoque, incluso su objetividad.

Y no podemos olvidar la subestimación de sus habilidades. Una mujer candidata puede tener la misma formación o más experiencia que sus contrincantes hombres, pero muchas veces es tratada como una “figura de transición” o una cuota obligatoria. No se le ve como una contendora legítima, sino como alguien que está ocupando momentáneamente un espacio que no le pertenece.

Todo esto configura un escenario en el que las mujeres deben avanzar cuesta arriba en su camino político. No basta con tener propuestas sólidas ni con ser capaces: tienen que trabajar el doble para convencer, para gustar, para no molestar, para no parecer demasiado... todo.

Superar estos estereotipos no es solo responsabilidad de las mujeres. Es una tarea de la sociedad entera. Requiere transformar profundamente la cultura política y los imaginarios sociales sobre el poder, la autoridad y el liderazgo. Requiere que dejemos de mirar a las mujeres a través de un filtro de expectativas imposibles y empecemos, de una vez por todas, a juzgarlas por lo que realmente son: personas con ideas, capacidades y derecho a liderar.

Conclusión: De la simulación a la democracia real

La participación política de las mujeres sigue estando atravesada por barreras estructurales, simbólicas y culturales que dificultan su acceso real y equitativo al poder. Desde los estereotipos de género que condicionan su liderazgo, hasta la violencia política, la falta de financiación, y las múltiples formas de discriminación

interseccional que enfrentan especialmente las mujeres de comunidades rurales, indígenas y afrodescendientes, el panorama demuestra que aún estamos lejos de una democracia verdaderamente paritaria e inclusiva.

Si bien se han logrado avances normativos y una mayor visibilidad de las mujeres en la política, esto no siempre se traduce en una participación sustantiva, segura ni duradera. El camino hacia la igualdad no puede limitarse a cumplir cuotas o incluir candidatas por obligación. Es necesario transformar las condiciones materiales, simbólicas y culturales que hoy siguen frenando el liderazgo femenino.

Garantizar una representación política justa implica dismantelar estereotipos, erradicar la violencia de género en todas sus formas, redistribuir los recursos de forma equitativa y construir espacios políticos donde todas las mujeres —sin importar su origen, identidad o territorio— puedan participar con libertad, dignidad y poder de decisión.

Porque una democracia sin mujeres en condiciones de plena igualdad no es democracia: es una simulación del poder compartido. Y ha llegado el momento de dejar de simular.

Bibliografía

- El Espectador. (2024, febrero 2). Candidatas tuvieron menos de la mitad de recursos que los hombres para hacer campaña en 2023. <https://www.elespectador.com/politica/candidatas-tuvieron-menos-de-la-mitad-de-recursos-que-los-hombres-para-hacer-campana-en-2023-noticias-hoy/>
- El Universal. (2024, febrero 2). Brecha de género en financiación de campañas políticas en elecciones de 2023. <https://www.eluniversal.com.co/politica/2024/02/02/brecha-de-genero-en-financiacion-de-campanas-politicas-en-elecciones-de-2023/>
- El Tiempo. (2024, febrero 1). Brecha de género se reflejó en financiación de campañas políticas en 2023. <https://www.eltiempo.com/politica/partidos-politicos/brecha-de-genero-se-reflejo-en-financiacion-de-campanas-politicas-en-2023-850451>
- Infobae. (2022, abril 15). Las mujeres destinan más recursos para ser elegidas que los hombres en Colombia. <https://www.infobae.com/america/colombia/2022/04/15/las-mujeres-destinan-mas-recursos-para-ser-elegidas-que-los-hombres-en-colombia/>
- Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral (2023). La perspectiva de género en la observación electoral: Guía global para analizar la participación política de las mujeres.

<https://www.idea.int/sites/default/files/2023-11/perspectiva-de-genero-en-observacion-electoral.pdf>

- Misión de Observación Electoral (MOE). (2020). Informe anual sobre violencia política. <https://moe.org.co>
- Misión de Observación Electoral (MOE). (2023). Informe de violencia política contra las mujeres – Elecciones 2022. <https://moe.org.co>
- Misión de Observación Electoral (MOE). (2023). Informe de violencia contra lideresas durante el proceso electoral 2023. <https://moe.org.co>
- MGCI (Mesa de Género de la Cooperación Internacional). (2016). Participación política de las mujeres: Avances, obstáculos y desafíos en Colombia. <https://mesadegenero.org>
- NIMD (Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria). (2020). Mujeres y participación política en Colombia: El fenómeno de la violencia contra las mujeres en política. <https://colombia.nimd.org>
- Naciones Unidas. (1979). Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW). <https://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/>
- ONU Mujeres. (2020). Violencia contra las mujeres en la política: una barrera para la igualdad. <https://www.unwomen.org/es>
- ONU Mujeres. (2022). Colombia está avanzando hacia la paridad política. Recuperado de <https://colombia.unwomen.org/es/stories/noticia/2022/03/colombia-esta-avanzando-hacia-la-paridad-politica>
- Organización de los Estados Americanos (OEA). (1994). Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer – Convención de Belém do Pará. <https://www.oas.org/es/mesecvi/docs/BelemDoPara-ESP.pdf>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) & ONU Mujeres, con apoyo de la Embajada de Suecia y el Consejo Nacional Electoral. (2025, 7 de abril). Ranking de Igualdad de Mujeres y Hombres en Partidos y Movimientos Políticos en Colombia [Informe]. <https://www.undp.org/es/colombia/publicaciones/ranking-de-igualdad-de-mujeres-y-hombres-en-partidos-y-movimientos-politicos-en-colombia>
- Transparencia por Colombia & ONU Mujeres. (2022). Los partidos políticos en deuda con las mujeres: inversión de recursos públicos para la inclusión política de las mujeres. <https://transparenciacolombia.org.co/los-partidos-politicos-en-deuda-con-las-mujeres/>

Martiza Martínez Aristizábal

Abogada de la Desinformación en la era Digital: Un Desafío para la Democracia en Ecuador

Carlos Alberto Yaguachi Mazaho Disciplinario. En su trayectoria profesional como abogada, ha combinado altos cargos en el sector público con el litigio y la docencia del derecho.

Fue magistrada auxiliar de la Sección Tercera del Consejo de Estado, y reconocida litigante en las áreas de derecho administrativo, responsabilidad del Estado y derechos humanos. Ejerció como docente en Derecho Constitucional.

Fue elegida Senadora de la República entre 2010 y 2022; durante su paso por el Congreso se destacó por la defensa de los derechos de las mujeres y la búsqueda por ampliar sus espacios de participación política.

Durante sus tres periodos en el Senado de la República, lideró diversas iniciativas legislativas para la protección de la integridad de las mujeres, niñas, niños y adolescentes y la prevención del acoso. También trabajó en importantes reformas en beneficio del sector agropecuario, la autonomía de las entidades territoriales y la protección del medio ambiente.

Entre 2021-2022 ocupó el cargo de Primera Vicepresidenta del Senado de la República, y fue elegida magistrada del Consejo Nacional Electoral para el periodo 2022-2026, ejerciendo como presidenta de la Corporación en el 2024.

UNIORE - Ciclo de webinars 2025

Herramientas y estrategias para verificar la información electoral

 26 de marzo de 2025  2:00 p.m. (Hora de Panamá)



Norma Irene De La Cruz Magaña

Consejera Electoral
Instituto Nacional Electoral (INE) de México

EXPOSITORA



Carlos Alberto Yaguachi Maza

Coordinador Nacional de Comunicaciones
Consejo Nacional Electoral (CNE) del Ecuador

EXPOSITOR



Manuela Cosme Garcia

Asesora del Centro de Estudio y Monitoreo Digital
(CEMD) del Tribunal Electoral (TE) de Panamá

MODERADORA

Escanea el QR para ver la repetición.



Herramientas y Estrategias para Verificar la Información Electoral

Presentador Oscar Adames:

Mensaje de bienvenida a los miembros de la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE) que se conectan desde el Tribunal Electoral de Panamá, para dar inicio cuarto webinar de un ciclo programado por UNIORE para este año 2025.

Tema abordado: Herramientas y Estrategias para verificar la información electoral

Presentación de los expositores:

Norma Irene De La Cruz Magaña, Desde el 22 de julio de 2020 fue nombrada por la Cámara de Diputados como Consejera Electoral del Instituto Nacional Electoral, cargo que ha desempeñado desde el 27 de julio de 2020.

Preside la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica del del Instituto Nacional Electoral.

Licenciada en Periodismo y Comunicación Colectiva por la Universidad Nacional Autónoma de México, FES Acatlán, y maestra en Gestión de Mantenimiento de la Paz por la Universidad de Turín.

Desde 2005 ha realizado diversas tareas de cooperación internacional y asesoría técnica en materia electoral, destacando su participación; como jefa del Departamento de Elecciones en Kosovo con la Organización de Seguridad y Cooperación Europea.

Ha participado en misiones de mantenimiento de la paz de las Naciones Unidas en Liberia, Sierra Leona, Nepal y Sudán como asesora técnica en Somalia, Liberia, Guatemala, Irak y Mozambique.

Especialista en capacitación electoral, administración electoral, operaciones, desarrollo de capacidad institucional de autoridades electorales en varios países. Ha coordinado los equipos de observadores de las misiones de observación electoral de la Unión

Europea en Perú, El Salvador y Gambia.

Ha observado elecciones en varias organizaciones internacionales en Sri Lanka, Ucrania, Uzbekistán, Macedonia y Uganda.

Ha desarrollado trabajos de consultoría técnica especializada en materia electoral, principalmente en programas de voto en el extranjero para Irak, en el programa de voto en el extranjero para el referendo de secesión de Sudán del Sur en Uganda.

Consultora con diversas organizaciones internacionales, entre ellas IFES, PNUD, ONU y la Comisión Europea.

Carlos Yaguachi, desde noviembre de 2018 se desempeña como Coordinador Nacional de Comunicación del Consejo Nacional Electoral.

Periodista e investigador ecuatoriano con cerca de más de 20 años de experiencia.

Magíster en Comunicación Política con mención en Gobernanza y Procesos Electorales, graduado en la Universidad Andina Simón Bolívar.

Licenciado en Periodismo y Comunicación Social. Cuenta con amplia experiencia en el desarrollo de la comunicación en diarios de amplia circulación nacional como La Hora y Expreso.

Trabajó como coordinador zonal de Comunicación del Ministerio del Ambiente, así como coordinador regional de la Agencia Pública de Noticias Andes. En ese sentido, ha sido coordinador general de los debates electorales presidenciales en Ecuador en el año 2021, de las elecciones seccionales del año 2023 y de los comicios anticipados 2023 y elecciones generales 2025. Estos espacios se constituyen en espacios de diálogo político donde los candidatos discuten y muestran sus planes de trabajo con altura y absoluto respeto.

Se desempeñó como director nacional de comunicación del Banco del Estado y ha ocupado diferentes funciones del

Estado, responsabilidades de dirección y asesoría.

Manuela Cosme García, moderadora:
Desde abril de 2018 es funcionaria del Tribunal Electoral de Panamá, desempeñándose en el campo de la comunicación social.

Actualmente es la responsable de la administración del sitio web verificadocontigo.com, a cargo del Centro de Estudios y Monitoreo Digital, Canal Comunicacional Oficial del Tribunal Electoral de Panamá, dedicado a la verificación de contenidos y al combate de la desinformación sobre temas electorales que se difunden, principalmente, a través de redes sociales y medios digitales.

Comunicadora social con más de 30 años de experiencia en periodismo, relaciones públicas, comunicación pública y producción de televisión. Licenciada en Periodismo, cuenta con una maestría en Periodismo Digital y otra en Comunicación Política y Marketing Digital.

Posee estudios de maestría en Ciencia de la Educación con especialización en Didáctica y Tecnología Educativa. A través de diplomados de universidades nacionales e internacionales se ha especializado en comunicación pública, periodismo económico, periodismo científico, periodismo y seguridad ciudadana, en producción de televisión educativa, cultural y social, y en inteligencia artificial.

Desde el 2018 colabora con artículos para la revista internacional Mundo Electoral del Tribunal Electoral.

MANUELA COSME:

Gracias, Óscar, por la presentación de nuestros panelistas. En esta ocasión nos dedican parte de su tiempo para compartir la experiencia de los organismos electorales, a los que ellos representan, en un tema de relevancia e impacto en los procesos electorales de la región: Herramientas y estrategias para la verificación de la información electoral.

Esta es una actividad de la Unión Interamericana de Organismos

Electorales (UNIORE), quien es consciente de la importancia de la capacitación y docencia permanente de sus miembros, como estrategia para enfrentar la desinformación electoral digital, uno de los flagelos de mayor preocupación y riesgo para la integridad de los procesos electorales. Y justo a través de un ciclo de webinarios se busca propiciar este intercambio de experiencias y aprendizaje para el fortalecimiento de los organismos electorales.

Agradecemos a los participantes, que sabemos que tienen múltiples ocupaciones, pero han hecho un alto para acompañarnos hoy, como es el caso de la Consejera Norma, y también del organismo electoral de Ecuador.

Norma Irene de la Cruz del Instituto Nacional Electoral de México, un país que en el 2024 recientemente tuvo que enfrentar un proceso electoral con un registro de más de 98 millones de electores habilitados para acudir a las urnas en el territorio nacional. Quien nos va a hablar de ¿cuáles son esos retos que ha tenido que enfrentar su

país en materia de desinformación electoral en redes sociales y medios digitales y qué estrategias y herramientas implementaron para la verificación de información electoral?

NORMA IRENE DE LA CRUZ:

Es un gusto poder compartir con nuestros colegas de UNIORE, ya que estos espacios son importantísimos para ir desarrollando estrategias no solo integrales. Estos espacios que permiten compartir buenas prácticas. En 2024, tuvimos una elección que, según nuestros estándares, ha sido de las más grandes: se renovaron la Presidencia, el Senado, la Cámara de Diputados; se realizaron elecciones en los 32 estados, y, esto nos habla de la dimensión que tenemos de población.

Les comparto, por ejemplo, que la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares en el 2023 nos indica que había 97 millones de usuarios de internet en México, o sea, estamos hablando, y tenemos 98 millones de electores. Entonces, nada

más para ponerlo en perspectiva: ¿cuál ha sido el mayor impacto que tiene internet y que se utiliza en México? Hay un estudio bien interesante donde, por ejemplo, nos dice que en México se utilizó el internet con más frecuencia, el 93.3% de esos usuarios lo hizo para comunicarse, el 91% para acceder a redes sociales y un 88% para entretenimiento.

Esto nos habla primero de la dimensión. ¿Qué retos encontramos? Obviamente, hablamos de que tiene que ver con las mismas dinámicas y cómo funcionan estas redes sociales y plataformas. Ustedes se acuerdan, en el pasado, cuando yo quería convencer a mucha gente, me tenía que ir a un auditorio, al ágora. Tenía que convencerlos y hacer que varias personas crearan nuestra cámara de eco. Eso no me llevaba trabajo. Pero ahora, con estos algoritmos, cada persona tiene su propia cámara o su propia burbuja. Te van presentando contenidos que parecen ser los que a ti te gustan, y así se van creando estas cámaras de eco. Este es uno de los grandes riesgos que tenemos, porque

con la característica de la inmediatez, la información falsa se hace viral y llega a más personas y a más cuentas. Eso es un gran reto.

El otro que tenemos tiene que ver con todas estas teorías. Seguramente las autoridades electorales saben que cada vez que nos acercamos a una elección, hay ciertas mentiras, la infodemia, vuelven a surgir: el video de que si tus marcadores o plumas no funcionan, que si les pasas fuego se borran los votos y los pirómanos hacen fiesta. En fin, hay una serie de mentiras, como, que no vas a poder votar o que si tienes pelo amarillo no puedes votar. En fin, hay una serie de mentiras, como que no vas a poder votar o que si tienes pelo amarillo no puedes votar. Estas mentiras tienen un gran alcance y pueden reproducirse. Además, aquí son muy efectivas porque apelan a la curiosidad y a la emoción de las personas. Entonces, este es otro reto.

El otro reto que tenemos es el anonimato. Muchas de estas cuentas o fuentes de información no sabemos quiénes son. La identidad de la persona que está detrás no está, no

sabemos cómo se llaman, ni ponen su foto. esto es un gran reto. Por ejemplo, en el proceso electoral que pasó en el 2024, se presentaron 205 quejas, y de ellas, el 42% fue por violencia manifestada en redes sociales, ya fuera por mensajes sobre estereotipos de género, imágenes, memes que ridiculizaban o ponían en duda la capacidad de las personas, videos y fotografías, y sin hablar del uso de imágenes con índole sexual para descalificar candidaturas.

Otro de los retos tiene que ver con la polarización que se ha estado alimentando desde diferentes narrativas y que. obviamente. encuentran eco en ciertos grupos.

El mayor reto es la infodemia. La infodemia en el sentido que son noticias que tienen un pedacito de verdad y mucho de mentira. ¿Y qué se puede hacer? Primero, que uno de los filtros de las personas no pase. Tú ves esta información y dices: "Bueno, esta parte me suena, es lógico, es cierto, yo lo sé, pero el resto ya no". Ese es uno de los retos mayores, porque tienes que actuar muy rápido.

¿Qué hicimos en México? Una de nuestras estrategias fue el programa Certeza. Este es un proyecto institucional que empezamos a trabajar desde el proceso 2017-2018, y se ha ido mejorando en cada proceso electoral. Esto nos permite tener una metodología. Primero, para monitorear la actividad en redes sociales y para ir detectando qué temas van a surgir.

Nos requiere de una cooperación con diferentes medios, así como también con las grandes compañías: Meta, Google, TikTok., con todas ellas estamos trabajando para poder tener el monitor y detectar la desinformación, Esto no es solo a nivel federal, sino en coordinación con toda la estructura y el sistema electoral mexicano,

También hemos hecho una serie de cosas para verificar la información. Otra de nuestras herramientas ha sido, por ejemplo, tener cuentas especializadas de Certeza en las redes sociales, para que sean una fuente de información verídica y para que los usuarios puedan ver que esa cuenta es la oficial. Otra de las

herramientas que para nosotros ha sido muy útil ha sido la integración de un asistente virtual, un chatbot que se llama Inés. Y tiene, y va en dos caminos: uno es un canal de WhatsApp donde la ciudadanía puede consultar noticias. Este tiene toda la base de datos de estas noticias falsas que ya hemos ido desmintiendo. Entonces, tú le puedes preguntar por WhatsApp a Inés si una noticia es falsa o no, e Inés te responde. Nuestro asistente también les decía, ya incorporó la tecnología de verificación de hechos. También te permite tener un intercambio para darte información básica para que puedas votar. Es muy interesante porque algunas personas hasta le platican de más a Inés, ¿no? Es tan efectivo que de verdad hay estas interacciones. Eso es por un lado.

El otro es el fact-checking. Estas alianzas nos facilitan mitigar los efectos. Esto también nos ha permitido colaborar con varias organizaciones. Otra de las herramientas que hemos utilizado es la colaboración con las grandes compañías tecnológicas. Tenemos

algunos acuerdos de colaboración y, con otras, aunque no hay un instrumento formal, sí hay una cooperación de buena comunicación. Entonces, estas son algunas de las medidas que hemos tomado y que también nos ha permitido ir combatiendo la desinformación. Obviamente, esto sigue. Podemos ir viendo algunos de los resultados que obtuvimos sobre el día de la jornada electoral que tuvimos en junio. Lo que fuimos encontrando no solo son los 500, encontramos, por ejemplo, esto les permite un poco ver las acciones que encontramos aquí. Esta es la fotografía de lo que pasó el 2 de junio: cómo tuvimos que ir detectando información sobre delitos electorales, desmentir información falsa sobre la organización electoral o la violencia, y las encuestas electorales. Algunos de los retos también es el cómo los mismos participantes de los procesos electorales usan estas tecnologías. Ese es otro reto que tenemos que trabajar con ellos.

Para continuar ¿qué otras herramientas estamos usando? hablando de esta desinformación, en

México, estamos viviendo un proceso inédito. Estamos organizando una elección donde se va a elegir por primera vez todo, bueno, sí, la estructura, todos los niveles del Poder Judicial en México. Este primero de junio vamos a elegir la mitad de ese Poder Judicial, y obviamente nos estamos enfrentando, pues, a muchos retos porque tenemos que comunicar cuáles van a ser las diferencias de este proceso electoral inédito con los que conocemos, ¿no? Y entonces, esto nos está llevando a una serie de medidas para ir dando fuentes de información verídica. Tenemos un micrositio donde las personas pueden consultar qué estamos haciendo. Tenemos a nuestra Inés activa, que está contestando ya preguntas de la ciudadanía sobre el proceso. También el operativo de certeza ya está funcionando. Y entre otras de las cosas que estamos haciendo, es cómo adoptamos esta tecnología para hacer más accesible este proceso para la ciudadanía. Y algo que estamos desarrollando, una plataforma que vamos a lanzar el 30 de marzo, se llama CPU: Conóceles, Practica y Ubica.

Esta plataforma Conóceles contiene toda la información que estará disponible a partir del inicio de las campañas, donde todas las personas candidatas tienen un perfil y ahí tú puedes ver su información, su foto, sus ligas para sus redes sociales y cómo te puedes comunicar con ellos. Esta es la parte de Conóceles: conoce a tus candidatos.

La parte de Practica tiene que ver con que vamos a utilizar boletas de un nuevo diseño. En México, el paradigma para nuestras elecciones de representación de presidencia era: una persona, un voto. Este proceso nos está cambiando ese paradigma, porque una persona puede tener varios votos en cada una de las elecciones. Van a ser seis elecciones. Nuestra plataforma de Practica lo que te permite es que tú conoces las boletas, puedes practicar tu voto y te va a dar una retroalimentación. Entonces, te puede decir: "Oye, pusiste números que no están", porque tienes que anotar tus números; "Oye, te falta, todavía puedes votar por más personas", o "Ese número que pusiste no es válido". Esto es para

que las personas se vayan familiarizando con estas boletas y, cuando estén en la mampara, listas para ejercer su voto, estén familiarizadas y pasen menos tiempo a la hora de marcar sus votos.

Otro componente de esta plataforma es el Ubica, que es ubica tu casilla. Esta herramienta te permite poner tu número de sección electoral, que es nuestra división geográfica electoral más pequeña, y no solo te da la dirección de tu casilla, también te muestra los mapas de Google y te puede dar opciones de cómo puedes llegar. Esta es una herramienta que nos va acercando a la ciudadanía, para no solo integrar las nuevas tecnologías, sino ir familiarizándonos y generando estas fuentes de información confiable que están en las redes sociales y en las diferentes plataformas.

Entre las herramientas que estamos utilizando para integrar la inteligencia artificial las estamos integrando, porque nos permiten, primero, ir teniendo el control de cómo se van desarrollando y de cómo lo vamos mejorando.

Tener nuestros agentes virtuales especializados en la materia electoral nos ayuda como punto de partida en la verificación de la información. Estamos afinando estas herramientas porque ese es otro de los retos.

Las autoridades electorales estamos usando la inteligencia artificial. ¿Cómo vamos también a convivir con el uso de la ciudadanía, los partidos políticos y las candidaturas con la inteligencia artificial? Esto nos habla de la necesidad de ir pensando en un marco que nos permita regular y tener una atención integral a la hora de que estamos utilizando estas nuevas herramientas tecnológicas

MANUELA COSME:

Nuestro siguiente expositor Carlos Alberto Yaguachi Maza, coordinador nacional de Comunicaciones del Consejo Nacional Electoral de Ecuador.

Ecuador, en el mes de abril de este año tendrá la segunda vuelta electoral en la que más de 13.700.000 ciudadanos están habilitados para escoger a sus autoridades. Al igual

que los otros países de la región, Ecuador no es la excepción; la desinformación electoral también busca permear a pasos acelerados la integridad de los procesos electorales.

CARLOS YAGUACHI:

Mi saludo fraterno para todos los integrantes de UNIORE y por supuesto, también para la consejera que, desde México la hemos escuchado, quien nos ha dado una cátedra importante respecto a aquellas herramientas que a nivel de Latinoamérica son muy importantes como parte de experiencias positivas que podríamos ir implementando.

Ecuador actualmente está a 19 días de desarrollar la jornada de votación de la segunda vuelta electoral, es decir, esto ocurrirá el 13 de abril del año 2025. Estamos ya a nada, estamos solo a unos días, y eso también ha incluido o ha involucrado que obviamente la desinformación se haga presente de forma mucho más intensificada de lo que veíamos en otros momentos.

Quiero señalar que pasamos hace poco, el pasado 23 de marzo, se desarrolló el debate presidencial de segunda vuelta en Ecuador. El área que yo dirijo es la encargada de organizar los debates presidenciales, y también ha sido una especie de caldo de cultivo este tipo de espacios o hitos que desarrolla de forma obligatoria el Consejo Nacional Electoral para aquella información errónea y que hemos tenido que combatir.

Ecuador viene enfrentando, tal como ocurre con otros organismos electorales de la región, este tipo de fenómeno ya denominado, hoy por hoy, infodemia, porque precisamente se ha convertido en una especie de pandemia luego de la que vivimos el año 2020. Y lo que hemos hecho es implementar una serie de elementos y de herramientas tecnológicas, pero también lo que hemos hecho, tal como ha ocurrido también con otros países y México, también lo exponía la consejera, es realizar alianzas con algunos organismos, particularmente plataformas multinacionales como

Meta, Instagram, X, a efecto también de contribuir y contrarrestar.

Actualmente el Consejo Nacional Electoral de Ecuador mantiene un convenio con la plataforma TikTok con el objetivo, precisamente, de contrarrestar la información falsa que está generándose a través de esta plataforma. Lo importante de esto es que, a través de estos acuerdos o alianzas, el Consejo Nacional Electoral ha establecido una guía de elecciones donde a nivel del mundo pueden encontrar la información principal del proceso electoral y a través de esto también se contribuye a combatir precisamente la desinformación.

Señalarles que, desde febrero de 2024, Ecuador viene desarrollando y ejecutando un calendario electoral porque, tal como ocurre con otros países, en Ecuador se organizan elecciones con un año de anticipación. Eso ha implicado que a lo largo de todo ese tiempo tengamos que enfrentar varios sucesos y hechos que también han permitido que Ecuador vaya haciéndole frente a la desinformación.

Lo primero que hemos hecho es fidelizar nuestros canales oficiales de información. Creemos que precisamente la forma efectiva de combatir la desinformación es entregando la información oportuna, oficial e inmediata, particularmente a los medios de comunicación que son los primeros que nos ayudan a amplificar la información generada por el Consejo Nacional Electoral.

Lo segundo, y que también creemos muy importante, es fidelizar los canales de comunicación que tenemos con partidos y movimientos políticos, considerados hoy por hoy, claro que sí, nuestros principales clientes y por supuesto a los que tenemos que entregarles la información porque parte de la credibilidad que se pone en duda con la desinformación que se genera particularmente a nivel de redes sociales, pues es precisamente desemboca en estos criterios que emiten muchas de las veces representantes de organizaciones políticas. Por ello, la fidelización de los canales de comunicación que tenemos con ellos ha sido clave para

que la información precisa y aquello que precisamente genere en algún momento alguna incomodidad —que no ha sido el caso en Ecuador, pero que nos ha correspondido enfrentarlo de forma directa— estos canales estén fidelizados y nos permitan ser una fuente oficial de información de manera permanente.

Y lo otro que es parte de la información que generamos y como parte de la fidelización de nuestros canales, es que en nuestra página web y por supuesto en las cuentas oficiales, institucionales en redes sociales del Consejo Nacional Electoral, de forma permanente alimentamos la información. Si bien es cierto estas medidas que, probablemente, muchos digamos son habituales y muchas de las veces probablemente pareciera que son actividades normales de una institución, la fidelización también ha incluido el hecho de que en el caso ecuatoriano hemos tenido que incorporar algunos mecanismos hasta de inteligencia artificial para precisamente mejorar, por ejemplo, la línea de respuesta que normalmente existe en la de consultas que existen

en las redes sociales, y pues al utilizar herramientas de inteligencia artificial también ha permitido que de forma rápida e inmediata los internautas que tienen una serie de consultas a nivel de Ecuador pues puedan tener la información de primera mano.

Lo importante a esto es también contarles que como parte de estas acciones que ha emprendido el Consejo Nacional Electoral es que actualmente mantenemos un convenio con el programa de Naciones Unidas. En el caso panameño también creo que tienen una experiencia y otros países tanto de Centroamérica como de Latinoamérica también han implementado el sistema de Monitor Plus, que es una herramienta de monitoreo de redes sociales.

Primero, al ser un mecanismo de alerta temprana sobre precisamente estos casos de desinformación, ha permitido que el Consejo Nacional Electoral implemente estrategias a nivel de comunicación con el objetivo, primero de construir una narrativa que creemos que es muy importante: construir una narrativa comunicacional

que permita a los ciudadanos, primero, poner esta información a nivel de medios de comunicación tradicional y también medios digitales para que ellos sean los que tengan y cuenten con esta información, pero sobre todo esta narrativa lo que nos permite es el posicionamiento de la información del proceso electoral.

Lo que ha ocurrido y lo que normalmente ocurre con los organismos electorales es que prácticamente en proceso electoral tenemos que enfrentarnos a escenarios complejos y muchas de las veces adversos. ¿Por qué digo esto? Al ser el Consejo Nacional Electoral, en el caso ecuatoriano, los organismos electorales en otros países, los que organizan las elecciones, ya lo decía la consejera mexicana, somos precisamente a quienes apuntan, y en muchos de los casos eso está comprobado; existe data respecto a que muchas organizaciones políticas levantan sus estrategias pensando también en cómo, en, este caso, minar la confianza del organismo electoral. Eso implica que las estrategias de

comunicación precisamente tengan que hacer frente a este tipo de hechos, y es por ello que normalmente los organismos electorales tienen que convertirse en una especie de agencia de publicidad y tener una serie de piezas comunicacionales permanentes para estar respondiendo no solamente lo que en muchos de los casos circula a nivel de redes sociales, sino también hacer uso de los medios tradicionales como la radio y la televisión, que son también medios de comunicación que en muchos de los casos nos ha correspondido utilizar. Esto en función de la escalada o del crecimiento o de la influencia de la información que en muchas de las ocasiones ha escalado a partir de una publicación en redes sociales.

Lo que hemos hecho, como lo decía entonces, es tener una campaña de difusión que ponga sobre la mesa toda la información electoral y que, con contenidos creativos, innovadores y precisamente con este relato creativo, pues el Consejo Nacional Electoral llegue con información mucho más precisa y oportuna a la ciudadanía.

Actualmente, como les comentaba, estamos a pocos días del desarrollo de la jornada de votación de segunda vuelta y lo que nos ha correspondido, hace poco, nuestras autoridades electorales, el pleno del Consejo Nacional Electoral aprobó una resolución que precisamente lo que busca, de acuerdo con la Constitución y normativa electoral vigente en Ecuador, es que el voto es secreto y se lo ejerce de manera libre. Precisamente para garantizar estos principios, debido a que el pasado 9 de febrero, en la primera vuelta electoral, tuvimos una serie de denuncias que se evidenciaron a nivel de redes sociales, luego fueron colocadas también a nivel de informes de Fuerzas Armadas y Policía Nacional que son las autoridades competentes.

Hubo las denuncias de que, en el caso ecuatoriano, hubo algunos ciudadanos extorsionados, es decir, que tenían que tomar su fotografía y de alguna forma pues esto se registró y se puso en evidencia el hecho de que algunos estaban siendo víctimas de este tipo de extorsiones. Precisamente para evitar este tipo de

casos, el pleno del Consejo Nacional Electoral aprobó una resolución que evita que el elector —esta resolución está dirigida directamente al elector— utilice su teléfono, es decir, al momento que ingresa al recinto o al centro de votación, como en otros países los denominan, puede utilizar su teléfono. La prohibición del uso del celular está únicamente para el circuito en que el elector depositará sufragio, es decir, entre 2 y 3 minutos no tendrá que hacer el uso del teléfono.

Y precisamente al emitirse esta resolución, el Consejo Nacional Electoral tuvo que enfrentarse a una serie de contenidos falsos. Aún los vemos y los estamos observando en cuentas particularmente que muchas de las veces son anónimas, pero que están prácticamente circulando en plataformas de redes sociales. Y lo que ha hecho el Consejo Nacional Electoral, precisamente, es ya plantear y lanzar una campaña de difusión con algunos insumos comunicacionales que son muy didácticos y muy creativos, que precisamente ponen sobre el tapete

cómo funciona la resolución y de qué forma el elector tiene que ir informado.

Me voy a permitir compartir parte de estas piezas que hemos hecho, voy a compartir un video para que ustedes un poco tengan presente la manera en que el Consejo Nacional Electoral Ecuatoriano está enfrentando este tipo de casos y que creemos que es un mecanismo importante para enfrentar la desinformación de la forma en que está ocurriendo en el caso de Ecuador. A ver, no sé si ahí tienen audio y lo pueden escuchar.

[Video] "¿Puedo llevar mi celular el día de las votaciones?" "Sí, pero ¿y cómo dicen que no puedo llevarlo?" "A ver, te explico: puedes llevar tu teléfono y utilizarlo sin problema mientras estés en el recinto electoral. Nadie te va a retirar o solicitar que lo entregues. Nadie. Lleva tu celular sin miedo. Lo único que no puedes hacer es usar el teléfono al momento del voto. Repito, no podrás utilizar el celular o cualquier dispositivo desde que entregues tu cédula en la Junta Receptora hasta el momento del sufragio. Guarda tu teléfono porque no podrás fotografiar tu voto. Así garantizamos elecciones

libres, que el voto sea secreto y evitas presiones externas. Recuerda, una vez cerrada la votación, a partir de las 5 p.m., durante el conteo de votos, únicamente los miembros de las Juntas Receptoras del Voto no podrán utilizar sus celulares, a excepción del vocal escrutador, quien lo usará para las operaciones matemáticas propias del escrutinio. Entonces, que quede claro: en todo momento, incluyendo el escrutinio, los delegados de organizaciones políticas, medios de comunicación y observadores podrán utilizar todo el tiempo su teléfono para tomar fotografías e incluso transmitir el conteo de votos si así consideran necesario. Infórmate y comparte este video para que todos lo sepan. Este domingo 13 de abril, la democracia nos une. ¡Vamos todos por Ecuador!"

Esto es parte de la información que hemos estado compartiendo. No sé si lo pudieron observar, espero que sí, escuchar y que el audio haya estado excelente. Para que puedan valorar lo que ha hecho el Consejo Nacional Electoral, quiero hablarles de las condiciones.

Además de este tipo de acciones, actualmente existe una coalición de organismos, tanto de la sociedad civil como de universidades de acá en Ecuador. Desde ahí, también se hace un trabajo de verificación de contenidos falsos. ¿Qué significa esto? Significa que el Consejo Nacional Electoral de Ecuador tiene alianzas con organismos encargados de hacer verificación de noticias y *fact-checking*. Particularmente, el día de la jornada de votación o durante el desarrollo de hitos como los debates presidenciales del pasado 23 de marzo, estos organismos son los responsables de hacer este proceso de verificación.

Esto forma parte de las acciones que, en materia de comunicación, ha implementado el Consejo Nacional Electoral, dado que la información falsa sigue circulando a lo largo de estos días. Lo que hace el Consejo Nacional Electoral, más allá de emitir comunicados o usar cualquier otra alternativa de comunicación, es implementar talleres. Hacemos talleres permanentes con periodistas, representantes de medios de

comunicación y organizaciones de la sociedad civil, hablando de la influencia que tienen los contenidos falsos, que tienen la posibilidad de poner en duda cualquier proceso organizativo de las elecciones generales 2025. Esto nos ha funcionado bastante bien.

El Consejo Nacional Electoral, a través de su dirección de capacitación, también ha tomado medidas adicionales. A los miembros de las juntas receptoras del voto (conocidos en otros países como jurados o integrantes de mesa de votación) se les entrega información sobre lo perjudicial que es compartir información sin verificarla previamente.

Esta iniciativa forma parte de un proceso de alfabetización digital que, consideramos, es fundamental para educar a la población a mediano y largo plazo. Creemos que este es un reto en el que Ecuador, Latinoamérica y el resto del mundo deben involucrarse para evitar el gran impacto que, en muchos casos, tiene la desinformación que circula en

cadena de WhatsApp y otras plataformas.

Creemos que esto es lo que da resultado. En resumen, eso es lo que les puedo comentar. Si tienen alguna pregunta o comentario, estamos a su disposición para responder.

MANUELA COSME:

Muchas gracias, Carlos, por esta interesante participación que nos ilustra mucho sobre lo que hace Ecuador en materia de desinformación, sobre estrategias para contrarrestar la desinformación. Vamos ahora, después de ustedes haber culminado esta etapa de exposición, a pasar ahora a la etapa de preguntas, principalmente de nuestros participantes. Y aquí tenemos una pregunta que va dirigida a los dos: si existe en sus países leyes que regulen las redes sociales, que permitan penalizar la divulgación a través de ellas, sobre todo de información falsa. Para ver, vamos a empezar primero con el INE, la representante del INE, bienvenida para que nos pueda, se puede presentar y para que también a su vez

nos pueda responder la pregunta. Después vamos entonces con Carlos.

MARISA ARNELE CABRAL:

Nombre de la consejera Norma de la Cruz, que comentó hace un momento que tenemos sesión y tuvo que retirarse Responderé las preguntas.

En México no existe una ley que regule redes sociales, ese es uno de los temas pendientes, podríamos decir, en toda América Latina. Sin embargo, desde el INE hay una leve regulación específicamente con el tema que tiene que ver con violencia política contra las mujeres en razón de género y con temas que tienen que ver con una influencia directa de actores de la campaña, candidaturas, por ejemplo, en las campañas electorales. Pero estos se atienden por denuncias.

MANUELA COSME:

Carlos, la misma pregunta.

CARLOS YAGUACHI:

En el caso ecuatoriano tampoco existe un marco jurídico que sancione este tipo de amenazas, como lo hemos

denominado, amenazas en este caso incluso a la estabilización democrática, porque en muchos de los casos a través de una serie de mentiras se quiere posicionar algo que no es real y por tanto sí requiere como tal seguir un camino de ese tipo.

Han existido casos en los que, a través de videos, en este caso que han sido alterados y que están muchas de las veces utilizando inteligencia artificial, lo que se ha hecho y creo que son casos muy puntuales, es que los mismos podrían ser materializados para ser denunciados ante la Fiscalía General del Estado en el caso de Ecuador y seguir un proceso, pero ya en el ámbito penal, mas no electoral.

En el caso electoral, pues existen infracciones que precisamente no está tipificada la desinformación como un caso para que siga precisamente un procedimiento de ese tipo.

MANUELA COSME:

Hay otra pregunta, dice: "¿Qué tan importantes son los tiempos de respuesta a la hora de verificar y desmentir una información o

contenido falso que circula en redes sociales?". Ya ustedes han dado a conocer las herramientas que de seguro son exitosas en cada una de las tareas para contrarrestar la desinformación, pero hay esta pregunta muy interesante: ¿qué tiempo es el más, el ideal, el tiempo ideal para dar respuesta? ¿Debemos demorarnos o debemos responder de una vez ante pues esta acelerada desinformación que nosotros estamos viviendo, cada uno de los países está viviendo? Vamos con la licenciada Marisa Arnele Cabral, coordinadora de Asuntos Internacionales.

MARISA ARNELE CABRAL:

Definitivamente es fundamental, porque una vez que sale esta noticia falsa, se empieza a difundir, por lo que el tiempo que tardemos en responder siempre va a ser negativo. Pero creo que más importante que ser reactivos ante la noticia falsa, un antes de que salga la noticia falsa se empiezan a generar rumores y esos no necesariamente salen en redes. Entonces, más que una reacción tenemos que generar unas campañas

proactivas de información y eso nos gana tiempo porque una vez que sale la noticia falsa se empieza a difuminar y por más que reaccionemos en la inmediatez siempre habrá un efecto negativo.

CARLOS YAGUACHI:

Coincido, efectivamente, lo que ocurre en el caso de Ecuador contamos con un protocolo que nos habla sobre los tiempos en los que debe darse la respuesta; sin embargo, también en el mismo protocolo se contempla el hecho de que haya un análisis previo y un análisis que debe ser muy rápido, dependiendo un poco del impacto de esa información. Así es como hemos procedido. Hay casos en los que incluso no solamente el hecho de responder por la misma vía ha sido algo que lo hemos hecho de manera inmediata, sino que ha implicado, en algunos casos, hacer conferencias o ruedas de prensa para que de forma inmediata se desmienta por parte de los voceros principales, que son nuestras autoridades electorales, y de esa forma se evite el crecimiento de esa información.

Ese es el procedimiento que hacemos en Ecuador y que ha sido efectivo hasta el momento.

MANUELA COSME:

Otra pregunta para la representante de México: ¿Si existe algún plan especial contra la desinformación en las próximas elecciones judiciales?

MARISA ARLENE CABRAL:

Tenemos dos proyectos, los mencionaba la consejera en su exposición. El primero es un proyecto que ya tenemos historia con él, que es Certeza. Este es nuestro proyecto, precisamente, desde donde enfrentamos la desinformación, es decir, estamos constantemente trabajando las áreas para, una vez que sale una noticia falsa, poder salir a desmentir lo más rápido posible, pero sobre todo tratar de evitar que haya noticias falsas, es decir, informar.

El otro que tiene que ver con generación proactiva de información, que es nuestro nuevo proyecto de este proceso electoral, que es el Conoce, Practica y Ubica, que tiene que ver con

una estrategia digital para conocer la forma de votación. En México, este es uno de los temas más relevantes para este proceso en particular, porque, efectivamente, la desinformación sobre la forma de votar puede generarse de un día a otro, porque es una manera distinta a la que históricamente hemos emitido el voto. Entonces, estamos enfocando de manera muy importante los esfuerzos institucionales proactivos a que la ciudadanía sepa cómo votar y ubique sus centros de votación o sus casillas, en caso de México.

MANUELA COSME:

Las estrategias que ustedes han mencionado, por supuesto que son exitosas o han demostrado ser exitosas, pero de repente, ¿existe alguna estrategia que nos puedan compartir y que nos sirva a todos los organismos de experiencia que ustedes consideran que no les funcionó? Si es así, ¿por qué no les funcionó? ¿La pusieron en práctica, pero no funcionó y que nosotros también podamos tomarlas de referencia?

MARISA ARLENE CABRAL:

En el caso de México, algo muy importante es: no respondemos todo lo que se genera como desinformación, es decir, primero hacemos una evaluación del impacto. Y creo que eso lo aprendimos con la experiencia, porque antes, insisto, éramos reactivos. Cualquier nota falsa, salíamos a desmentir. Entonces, enfocábamos todos nuestros esfuerzos en desmentir, y había veces que era una cuenta que tenía tres vistas, cinco vistas, diez vistas la que estaba generando la noticia falsa, realmente no estaba impactando, pero institucionalmente estábamos gastando esfuerzos tanto humanos como materiales para salir a desmentir.

Seleccionar qué es lo que requiere un esfuerzo institucional, creo que ha sido un cambio positivo, un acierto que hemos tenido como institución. Y tener este grupo de Certeza, en donde estamos integrados un representante de cada área técnica del Instituto, también ha sido un acierto que hemos aprendido sobre la marcha.

Originalmente, solo había un área que manejaba esto, y Certeza se alimenta en este momento de todas las áreas del Instituto.

MANUELA COSME:

Carlos, en el caso de Ecuador, ¿existe alguna experiencia que no les funcionó y que nos puedan compartir también?

CARLOS YAGUACHI:

Como tal, como que no funcionó, probablemente lo que no se logró es en algunos casos mantenerla en el tiempo. No obstante, sí fue positiva. Es el caso de la implementación de talleres en donde, de forma técnica, era una explicación técnica dirigida a los partidos y organizaciones políticas, pero también a los medios de comunicación para amplificar. Este fue un ejercicio interesante, porque le denominamos el 'Paso a paso del proceso electoral', donde explicábamos desde el momento A al Z del proceso electoral, pero particularmente lo que hacían era enfocarse y centrarse en el desarrollo del conteo de votos, que era en donde

había una serie de dudas una vez cerrada la jornada de votación: ¿cuál es la presencia de delegados de los partidos y movimientos políticos?, ¿si los medios de comunicación podían hacer la transmisión, tomar fotografía del escrutinio en ese momento?

En Ecuador, el escrutinio es público. Esto significa que los aspectos relacionados con el proceso están establecidos por ley y debían ser divulgados a través de actividades como esta.

En el caso ecuatoriano, la iniciativa resultó muy beneficiosa. Sin embargo, no se pudo mantener en el tiempo debido a la periodicidad que requería y a la proximidad de la jornada de votación. Solo por comentarte, fue tan exitosa esta actividad que vamos a implementarla nuevamente; vamos a hacer dos talleres explicativos la semana que viene, el 31 de marzo y el 4 de abril, en ciudades principales de Ecuador con los mismos actores, pero vamos a involucrar un tercer actor que en este caso son los observadores internacionales y la sociedad civil, que nos parece importante que también ayuden a multiplicar este tipo de

ejercicios que, por un lado, transparentan el proceso electoral, dejan a un lado estas dudas y sobre todo le da certezas.

A veces creemos que los medios de comunicación son los más, digamos, inteligenciados en cómo funciona el proceso electoral; en muchos de los casos, tengo colegas que llevan años cubriendo este ámbito, pero resulta que, incluso llevando ese tiempo, se olvidan de ciertos aspectos que establece la propia ley sobre los plazos en los que se tienen que entregar los resultados, cómo deben acreditarse los delegados de las organizaciones políticas, los simulacros que son muy importantes para establecer en muchos de los casos.

En el caso de Ecuador, lo que ha ocurrido en cada jornada de votación es que tipo 8-9 de la noche ya hay una tendencia y, por tanto, las autoridades salen a dar estos resultados y eso también nos ayuda a desmitificar el hecho de que en muchos de los casos hay empresas de pronósticos electorales que cerrada la jornada de

votación ya quieren dar datos y eso también ha tenido que comunicarlo de forma inmediata.

En Ecuador, nadie, a excepción del Consejo Nacional Electoral, debe entregar resultados oficiales, y eso lo hemos dicho de forma reiterada a través de todos estos ejercicios. Más bien, creo que ha habido este tipo de acciones que probablemente hay que seguir generando en muchos de los casos con tiempo de anticipación e intensificarlas en aquellos momentos en que se produzca ya el momento cercano a la jornada de votación, que es el caso de ahora en Ecuador, y que lo vamos a seguir haciendo

MANUELA COSME:

Vamos a darles oportunidad para un mensaje final.

MARISA ARLENE CABRAL:

Agradecer a UNIORE estos webinarios han sido maravillosos. Hemos dicho siempre que juntos nos fortalecemos; es muy positivo para el INE poder ser parte de estos ejercicios y, sobre todo, poder aportar desde

nuestra experiencia, así como invitarles a que participen en nuestro proceso electoral de este año. Es un proceso único, es un proceso que no tiene precedentes no solo en México, sino en el mundo, ya que elegiremos al Poder Judicial en su totalidad de cargos, es decir, aunque no se van a elegir el 100%, en este año, se elegirá el 100% de los niveles de cargos eventualmente en el Poder Judicial, y creo que es un elemento a observar. Por lo tanto, les invitamos a que participen.

Y con respecto al tema de la desinformación, el consejo que siempre nos damos es revisar fuentes e ir directamente a la fuente de la información. En este caso, como decía Carlos, es importante ir al Consejo, ver qué está diciendo y dónde están sus acuerdos antes de difundir la nota.

Creo que es muy importante que los medios, debido a la urgencia de la inmediatez que nos dan las redes sociales, no lo están haciendo con la misma claridad que lo hacían antes. Por lo tanto, debemos trabajar muy de cerca con los medios para que

siempre tengan la información de primera mano y la respuesta antes de publicar una nota. Insisto, la comunicación proactiva siempre será mejor que la comunicación reactiva.

CARLOS YAGUACHI:

En esa misma línea, señalar, nada más, que en esta etapa de la comunicación digital lo que hemos observado es una presencia de la inteligencia artificial y en muchos de los casos puede ser utilizada de forma contraria.

En el caso de los organismos electorales y en el caso ecuatoriano, estamos utilizando precisamente para fortalecer y fidelizar nuestros canales. Ese debería ser el uso efectivo de la inteligencia artificial. No obstante, para otros actores involucrados en el proceso electoral, esto ha servido también para masificar la forma en que esos contenidos hacen presencia en redes sociales.

Lo que quiero decir es que, como organismos electorales, el seguir generando estos espacios de discusión, de análisis y reflexión,

precisamente, para el intercambio de experiencias, contribuye por un lado a conocer este tipo de acciones, en algunos casos replicarlas, aquellas buenas prácticas que nos han funcionado y nos han dado resultados exitosos.

México para nosotros es un referente muy importante, hemos tenido una serie de intercambios en varios talleres. Quiero aprovechar para decir que México, en la parte inicial de Ecuador, cuando empezó a implementar los debates, fue uno de los primeros referentes, precisamente, para la organización de estos procesos, y lo propio ha ocurrido con el tema de desinformación. Conozco

Certeza, conozco cómo funciona su proyecto.

Ecuador aspira y espera en algún momento tener e implementar un proyecto de las características de México porque sabemos los resultados exitosos que existen.

felicitó a UNIORE. Hay que seguir generando estos espacios, hay que seguir intercambiando estas experiencias, porque precisamente aquello fortalece los sistemas electorales, pero sobre todo también fortalece la confianza de la gente hacia sus democracias, que básicamente es lo que todos buscamos.

La desinformación en el proceso en el escenario digital: Un desafío para la democracia en Ecuador.

Carlos Alberto Yaguachi Maza

Para entender el rol determinante que ha cumplido la comunicación política en los recientes procesos electorales en Ecuador, primero es necesario hacer una revisión conceptual que permita entender las nuevas dinámicas sociales e informativas en el contexto ecuatoriano.

En el Ecuador, según Data Reportal (2025), hasta marzo de 2025, existían alrededor de 18 millones de líneas celulares, lo que equivale a casi el 98,8% del total de la población. Además, se contabilizó a 15,2 millones de usuarios de internet, lo que representa un acceso del 83,7% .

Estos datos toman relevancia, ya que, gracias a la masificación del Internet y el acceso a las nuevas tecnologías de información y comunicación, se ha propagado un fenómeno que puede poner en riesgo a nuestras democracias: la desinformación.

¿Qué entendemos por desinformación? Pese a que no hay una definición global aceptada, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) describe a la desinformación como la difusión de información inexacta o deliberadamente falsa, con el objetivo de engañar y causar graves prejuicios (ONU 2021).

La ONU menciona que la desinformación puede ser difundida por Estados o por agentes no estatales y que puede afectar a un amplio abanico de derechos humanos, socavando las respuestas a las políticas públicas o amplificando las tensiones sociales.

La desinformación puede incidir en múltiples dimensiones sociales, como en los sistemas electorales, en las relaciones internacionales, en el cambio climático, entre otras temáticas. La Fundación Gabo (2021) identificó tres acciones que se buscan generar a través de la desinformación: modificar o influenciar la opinión pública, modificar la agenda política y promover nuevas ideas. Por tanto, una información

falsa distribuida masivamente por internet se ha convertido no sólo en un acto considerado normal, sino también en un elemento estratégico potente, con distintos fines.

¿Cómo se disemina la desinformación? Principalmente, a través de las redes sociales. El informe de Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2024, da cuenta que en Ecuador hay 12,6 millones de usuarios activos en redes sociales (Agencia Branch 2024).

La consolidación de estas plataformas dio lugar a una nueva ecología mediática, en la que actores clásicos, como los medios de comunicación tradicionales o líderes políticos, perdieron la exclusividad de la comunicación política (Piñeiro y Martínez 2020, 21).

En este nuevo escenario, actores claves dentro del sistema electoral, como los partidos políticos y candidatos, se adaptaron a la tecno-política, concebida como el movimiento hacia una renovación política mediante el uso táctico y estratégico de las herramientas digitales (Piñeiro y Martínez 2020, 24).

También se cataloga como política 2.0 a la transformación de los procesos y espacios de comunicación de los agentes políticos, para establecer nuevos canales de comunicación que les permitan difundir sus mensajes. Los actores políticos utilizan las redes sociales para imponer a los usuarios su visión del mundo como un hecho, a través de distintos soportes, como memes, imágenes modificadas, y también con el uso de bots.

Para analizar las dinámicas comunicacionales en los procesos electorales, en Ecuador se acuñó el concepto de “engañosfera”, entendida como una dimensión estructural de la comunicación política contemporánea, donde la desinformación ya no es incidental sino funcional a los objetivos de campañas organizadas. Por tanto, se inserta en burbujas de filtro personalizadas que refuerzan sesgos y dificultan el pensamiento crítico, constituyéndose en una amenaza directa a la deliberación democrática (Jaramillo et. Al 2025).

A esto se debe agregar, que en las Elecciones Generales 2025, por primera vez se documentó el uso de inteligencia artificial para elaborar y difundir contenido falso con fines políticos de manera organizada y planificada en Ecuador.

En definitiva, la desinformación ha evolucionado de ser una mera manipulación deliberada de la realidad a un modelo de negocio bien organizado, que emplea

tácticas de influencia apoyadas en recursos tecnológicos y financieros, diseñado para aumentar su alcance y difusión.

Con estos antecedentes, paso a repasar las lecciones aprendidas en la gestión comunicacional en el Consejo Nacional Electoral de Ecuador. Es necesario resaltar que la comunicación política ha dejado de ser un accesorio de la gestión pública para convertirse en una herramienta estratégica de acción institucional. En el caso ecuatoriano, la comunicación ha sido utilizada para fortalecer la legitimidad electoral, combatir la desinformación y fomentar el voto informado.

La comunicación política, en su concepción más moderna, es una ciencia estratégica orientada a generar legitimidad, participación y cohesión institucional. No se trata únicamente de emitir información: se trata de construir confianza, de generar conversación pública y de fortalecer el vínculo entre las instituciones democráticas y la ciudadanía.

En ese marco, la experiencia del Consejo Nacional Electoral del Ecuador ofrece múltiples lecciones. Una de las más emblemáticas ha sido la implementación de los debates electorales obligatorios, que desde 2020 se convirtieron en una política pública.

Bajo la administración del Consejo Nacional Electoral de Ecuador, se han desarrollado 43 programas televisivos de debate, donde las candidaturas han podido exponer sus propuestas ante el país entero, generando un precedente de transparencia e igualdad de condiciones.

Estos esfuerzos institucionales, especialmente en el caso de los Debates Presidenciales, han gozado de una creciente aceptación entre la ciudadanía, que se refleja en el número de usuarios que siguieron estos espacios en plataformas digitales. Por ejemplo, en el año 2021 hubo 6 millones de usuarios, en 2023 aumentó a 9 millones y en el 2025 los debates presidenciales organizados por el CNE alcanzaron una audiencia de 11 millones de seguidores.

Con estos programas televisivos, retransmitidos en cadena nacional de radio y televisión, así como en las plataformas digitales institucionales, se promueve el voto informado de la ciudadanía, con la puesta en escena de un espacio de deliberación democrática con reglas claras y enfoque técnico.

Imagen 1: Debate Presidencial Obligatorio de Segunda Vuelta de las Elecciones Generales 2025



Fuente: Consejo Nacional Electoral de Ecuador

Otro hito clave dentro de la comunicación electoral, ha sido la diversificación de los mecanismos de difusión, mediante redes sociales institucionales, campañas informativas, cadenas nacionales de radio y televisión y ruedas de prensa.

En esa línea, implementamos una estrategia efectiva de difusión a través de la creación de contenidos en redes sociales, lo que se refleja en el notable incremento de seguidores institucionales. Por ejemplo, desde la convocatoria a las Elecciones Generales 2025, la institución logró un crecimiento significativo, pasando de 802,813 seguidores a un total de 951,591, lo que representa un aumento del 36.48%.

Esta expansión se debe en gran medida a la utilización estratégica de plataformas como TikTok, Instagram, Facebook y X (Twitter), cada una contribuyendo de manera diferenciada al alcance de la institución. En detalle, TikTok ha mostrado un crecimiento excepcional, incrementando sus seguidores de 24,972 a 105,478, con un porcentaje de crecimiento del 322.4%, destacándose como una herramienta clave para captar audiencias jóvenes.

Instagram también ha tenido un avance notable, pasando de 59 mil a 74,552 seguidores, con un incremento del 26.35%, mientras que Facebook ha sumado

410,000 seguidores adicionales a sus 357,841 iniciales, alcanzando un crecimiento del 14.58%.

Estas cifras evidencian el impacto de contenidos adaptados a las preferencias de cada plataforma, fortaleciendo la presencia digital del CNE. Por su parte, X (Twitter) ha experimentado un aumento más moderado, con un crecimiento del 0.15%, al pasar de 361 mil a 361,561 seguidores, lo que sugiere una estrategia más enfocada en consolidar su base existente.

Este enfoque diversificado en las redes sociales ha permitido al CNE no solo aumentar su visibilidad, sino también optimizar la interacción con el público, utilizando recursos técnicos y creativos para maximizar el impacto de su mensaje institucional durante los procesos electorales.

Pero más allá de la tecnología, lo esencial ha sido el enfoque estratégico de la comunicación: informar, educar y movilizar.

Tabla 1: Seguidores en redes sociales del CNE en las Elecciones Generales 2025

Incremento de seguidores

	Redes	Seguidores desde Convocatoria	Seguidores entrega de credenciales	Porcentaje de crecimiento %
	TikTok	24.972	105.478	322.4%
	Instagram	59 mil	74.552	26.35%
	Facebook	357.841	410 K	14.58%
	X (Twitter)	361 mil	361.561	0.15%
	Total	802.813	951.591	363,48%

Fuente: Consejo Nacional Electoral

También hemos trabajado en relaciones permanentes con medios de comunicación, partidos políticos, observadores nacionales e internacionales, instituciones del Estado y sociedad civil. Este ecosistema comunicacional ha permitido que el Consejo Nacional Electoral se mantenga como una fuente confiable de información, incluso en contextos de alta polarización o crisis.

Frente al fenómeno global de la desinformación, hemos asumido una postura frontal. El Consejo Nacional Electoral ha estructurado respuestas oportunas, verificables y claras. Hemos enfrentado campañas de desprestigio, bulos en redes sociales y manipulaciones de datos electorales. Y lo hemos hecho con una estrategia basada en tres pilares: monitoreo permanente, reacción comunicacional inmediata y formación a los periodistas y ciudadanía.

Entre las temáticas más frecuentes de desinformación, constan las acusaciones sin sustento de fraude electoral y manipulación de resultados; acusaciones infundadas de manipulación del padrón electoral para ecuatorianos en el exterior; páginas web y perfiles en redes sociales que utilizaron la línea gráfica oficial de las elecciones para difundir contenidos falsos atribuyéndole declaraciones a los candidatos o al mismo CNE; suplantación de logos e identidad institucional para aparentar información electoral legítima; publicaciones que atribuyeron frases no dichas por candidatos durante debates o campañas; o acusaciones falsas contra autoridades del CNE.

2025

199

Imagen 3: Respuesta del CNE con la etiqueta de falso y la explicación técnica



Fuente: CNE

Sobre estos contenidos falsos, la organización de fact check Ecuador Chequea dio cuenta que más del 80% de las publicaciones verificadas en periodo electoral, correspondían a propaganda política o desinformación (Ecuador Chequea 2023).

Lupa Media, otra organización ecuatoriana especializada en la verificación e investigación, publicó en su reporte Desinformación a la Carta (2025) que durante la campaña electoral de las Elecciones Generales 2025, se verificaron 247 contenidos virales. De ellos, el 74% resultó ser falso.

Las narrativas más recurrentes apuntaron a los dos principales candidatos: Daniel Noboa (Movimiento Acción Democrática Nacional) y Luisa González (Alianza Revolución Ciudadana-Reto), quienes concentraron el 38% y el 34% del contenido desinformativo respectivamente. También se detectaron ataques al Consejo Nacional Electoral y al proceso electoral en sí. El informe también da cuenta que uno de cada cinco contenidos falsos o manipulados incluyó elementos creados con inteligencia artificial.

Como queda evidenciado, el combate contra la desinformación y la verificación de la información electoral requiere esfuerzos interinstitucionales y de cooperación internacional. Por ello, desde septiembre de 2024, operamos un sistema facilitado por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), denominado E-Monitor Plus, que ha permitido realizar un seguimiento cualitativo y cuantitativo de la conversación digital, identificando comunicación tóxica, discursos de odio y violencia política de género. Este sistema ha sido una herramienta para identificar amenazas, diseñar contenidos, y ajustar nuestras acciones en tiempo real.

Desde septiembre de 2024 hasta abril de 2025, Emonitor + detectó 2.444 publicaciones con comunicación tóxica, 1.982 publicaciones con discurso de odio y 453 ataques a la institucionalidad electoral. Los ataques al CNE se han centrado en las narrativas de fraude y corrupción, con el propósito de vulnerar el proceso electoral de 2025, con denuncias que han sido incluso desmentidas por las misiones de observación electoral de la Unión Europea (UE) y de la Organización de Estados Americanos (OEA).

Otra línea de acción comunicacional, tiene que ver con las alianzas estratégicas suscritas con plataformas globales como TikTok. Actualmente estamos en conversaciones para firmar acuerdos similares con Meta y X, con el objetivo de establecer canales de colaboración directa para contrarrestar información falsa durante los procesos electorales. Estas alianzas no buscan censura; buscan responsabilidad compartida frente al derecho de los pueblos a una información veraz y contrastada.

Sabemos que una comunicación fuerte también requiere infraestructura, talento humano y presupuesto. Por ello, hemos insistido en la necesidad de fortalecer la inversión pública en campañas educativas, en producción de contenido electoral, en formación de periodistas y en estrategias de comunicación inclusiva.

En este contexto, también reconocemos la necesidad de abrir un debate nacional —y ojalá regional— sobre la regulación del contenido electoral en redes sociales. En Ecuador, la Corte Constitucional ha establecido que estas plataformas no son medios de comunicación tradicionales y, por tanto, su contenido no puede ser regulado de la misma manera.

No obstante, esta realidad no puede impedir que avancemos hacia marcos normativos concertados que prevengan abusos sin afectar la libertad de expresión, tal como lo han recomendado organismos internacionales, como la Organización de Naciones Unidas (ONU).

Una regulación democrática de la información electoral en entornos digitales es urgente. No para limitar el disenso, sino para proteger en esencia a nuestras democracias. Sabemos que esta es una línea delgada, pero también es una línea que debe discutirse con madurez, rigor y responsabilidad colectiva.

En todo este proceso, hemos aprendido que la comunicación solo es efectiva cuando es coherente, transparente y unificada. A pesar de que el CNE es un órgano colegiado y, como tal, contiene distintas visiones, ha sido la evidencia técnica y legal la que ha sustentado nuestros mensajes, generando confianza en la ciudadanía.

Además, hemos explorado el uso de inteligencia artificial en nuestros sistemas de monitoreo, incorporándola como herramienta de análisis de tendencias y detección de patrones de desinformación. Estamos convencidos de que este tipo de tecnologías, correctamente implementadas, podrán fortalecer incluso los sistemas de fiscalización electoral.

Conclusiones

El análisis de los recientes procesos electorales en Ecuador revela que la comunicación política se ha posicionado como un instrumento estratégico indispensable en la salvaguarda de la democracia.

En un entorno marcado por la proliferación del acceso a internet y el uso masivo de redes sociales, ha emergido una nueva ecología mediática caracterizada por la multidireccionalidad del flujo informativo, lo que ha debilitado el monopolio de los actores tradicionales como emisores exclusivos de mensajes políticos.

Esta dinámica ha generado un terreno propicio para la diseminación de desinformación, configurándose como uno de los principales desafíos para la estabilidad de las instituciones democráticas en nuestra región.

La desinformación ha evolucionado de ser una simple distorsión de la realidad a una práctica sistemática y sofisticada, que incorpora tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial para maximizar su alcance e impacto.

En el caso de las Elecciones Generales de 2025 en Ecuador, se registró por primera vez el empleo deliberado de inteligencia artificial en la generación de contenidos falsos con propósitos políticos, evidenciando la necesidad de respuestas institucionales adaptadas a esta nueva realidad.

Asimismo, el fenómeno se ha visto exacerbado por la polarización social y la velocidad de propagación de los mensajes en plataformas digitales, lo que subraya la urgencia de desarrollar contramedidas efectivas.

El Consejo Nacional Electoral (CNE) ha desempeñado un papel clave en la mitigación de estos riesgos, consolidándose como una fuente creíble de información verificada mediante estrategias como el monitoreo continuo, respuestas comunicacionales rápidas y colaboraciones con entidades nacionales e internacionales.

La implementación del sistema Emonitor+, en alianza con el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), ha demostrado su eficacia al identificar y contrarrestar amenazas como la violencia política digital, el discurso de odio y los ataques a la legitimidad electoral.

Además, la institucionalización de debates electorales obligatorios ha fortalecido la deliberación pública, alcanzando una audiencia de 11 millones de usuarios en 2025, y ha contribuido a reducir las asimetrías informativas entre candidaturas y electorado, promoviendo un voto más informado.

El crecimiento en redes sociales, con incrementos significativos en TikTok (322.4%), Facebook (14.58%) e Instagram (26.35%), refleja una adaptación exitosa a los lenguajes de las nuevas audiencias.

Otro punto a destacar es que la diversificación de canales ha permitido al CNE no solo ampliar su alcance, sino también incidir en la formación de una ciudadanía digitalmente activa, lo que podría traducirse en una mayor participación electoral a largo plazo.

Sin embargo, persisten desafíos como la necesidad de capacitar a la población en habilidades de alfabetización mediática para discernir entre información veraz y desinformación. Asimismo, el éxito de estas estrategias resalta la importancia de integrar enfoques interdisciplinarios que combinen tecnología, comunicación y educación cívica.

En un futuro próximo, la elaboración de normativas que regulen el contenido electoral digital, respetando la libertad de expresión y alineándose con estándares internacionales, será crucial. En síntesis, la experiencia del CNE ilustra que una comunicación política fundamentada en la evidencia y orientada al interés público

fortalece la democracia, exigiendo un esfuerzo colectivo y sostenido para enfrentar los retos del entorno digital.

Mgs. Carlos Yaguachi

COORDINADOR NACIONAL DE COMUNICACIÓN DEL CONSEJO NACIONAL ELECTORAL DEL ECUADOR

Bibliografía

Agencia Branch. 2024. Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2024. <https://branch.com.co/marketing-digital/situacion-digital-de-ecuador-en-2024/>

Data Reportal. 2025. Digital 2025: Ecuador. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-ecuador>

Ecuador Chequea. 2023. Inseguridad y desinformación: dos caras de una misma moneda electoral. <https://ecuadorchequea.com/inseguridad-y-desinformacion-dos-caras-de-una-misma-moneda-electoral/>

Fundación Gabo. 2021. El periodismo ante la desinformación. <https://drive.google.com/file/d/1Xwluub62CPgayKNuHoDJTo-sreC6sQVp/view>

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (ONU). 2021. Contrarrestar la desinformación. <https://www.un.org/es/countering-disinformation>

Jaramillo, Andrés, Bazante Carolina y Velazco Alfredo. 2025. Engañosfera Electoral. Un acercamiento a la influencia de la desinformación en las elecciones generales de Ecuador -2025. Content Manager Ecuador . Lupa Media . Usuarios Digitales. Golden Social Suite. Disponible para descarga en: <https://enganosferaelectoral.com>

Lupa Media. 2024. Desinformación a la carta: así se manipuló la campaña electoral en Ecuador. <https://lupa.com.ec/explicativos/desinformacion-electoral-ecuador-2025/>

Piñeiro, Teresa, y Martínez Xabier. 2020. “Para comprender la política digital. Principios y acciones”. Vivat Academia, Revista de Comunicación (152): 19-48.

Carlos Yaguachi

Coordinador Nacional de Comunicación del Consejo Nacional Electoral del Ecuador.

Periodista e investigador ecuatoriano con cerca de 20 años de experiencia. Magíster en Comunicación Política con mención en Gobernanza y Procesos Electorales, graduado en la Universidad Andina Simón Bolívar y Licenciado en Comunicación Social. Cuento con amplia experiencia en el desarrollo de la comunicación en diarios de amplia circulación nacional como La Hora y Expreso. Trabajé como Coordinador Zonal de Comunicación del Ministerio del Ambiente; así como Coordinador Regional de la Agencia Pública de noticias Andes.

Igualmente, me desempeñé como Director Nacional de Comunicación del Banco del Estado; y he ocupado cargos de responsabilidades de dirección y asesoría en diferentes funciones del Estado. Desde noviembre del año 2018 me desempeño como Coordinador Nacional de Comunicación del Consejo Nacional Electoral.

En ese sentido, fui el primer coordinador de los debates electorales presidenciales en Ecuador en las Elecciones Generales 2025. Estos espacios se constituyen en espacios de diálogo político, donde los candidatos discuten y muestran sus planes de trabajo con altura y absoluto respeto.

Retos y estrategias de México para combatir la desinformación en el escenario digital

Norma Irene de la Cruz Magaña

Introducción

La ciudadanía en democracia es un concepto muy amplio que representa un mandato de conducta en la toma de decisiones, sin limitarse al constructo jurídico que le da sustento. Si bien en cualquier Estado, el individuo es sujeto de derechos, es a través del ejercicio de la ciudadanía y la colectividad que estos se desarrollan y protegen. De ahí que la formación de las y los ciudadanos sea una tarea cuyo objetivo es lograr una sociedad plural, con disenso, equitativa e igualitaria.

La información es indispensable para que la persona ciudadana, en ejercicio de su autonomía, pueda realizar determinaciones sobre la sociedad en que se desarrolla. De tal forma que el derecho humano a la información es uno de los ejes para la construcción de una comunidad democrática. La Declaración Universal de los Derechos Humanos, estipula en su artículo 19 que “todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”¹. Sin embargo, no basta con tener acceso a la información, sino que ésta sea de calidad, certera y objetiva.

Ante la nueva era de la comunicación liderada por las herramientas electrónicas y digitales, surgen nuevos retos para ejercer el derecho a la información y participar en democracia. Uno de los que más atención ha llamado debido a su impacto, es la desinformación; la cual puede afectar la integridad de las elecciones, cuyo objetivo es manipular la voluntad ciudadana. Ante este riesgo, los Estados han implementado diversas estrategias para combatirla.

¹ Naciones Unidas. Declaración Universal de los Derechos Humanos. (1948). Disponible en <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

En el caso de México, el Instituto Nacional Electoral, como órgano autónomo encargado de la función electoral, ha implementado diversas estrategias para evitar que la desinformación cause efectos irreversibles en la ciudadanía. En el presente texto se hace un recuento de los esfuerzos institucionales y las condiciones de la sociedad mexicana en un escenario digital. De manera previa se hace una revisión documental teórica sobre los conceptos de ciudadanía, democracia y comunicación digital los cuales dan sustento a este actuar.

I. Marco teórico

1.1 Democracia y ciudadanía

Democracia y ciudadanía son dos conceptos íntimamente ligados, los cuales se interconectan en círculo simbiótico. “Sin democracia no hay ciudadanos, pero sin ciudadanos tampoco hay democracia”², señala Eamonn Callan demostrando que, aunque parezca obvio, el gobierno del pueblo requiere el involucramiento persistente y activo de éste en los asuntos públicos. Relación que va más allá de la mera existencia de ambos, ya que de acuerdo con Silvia Conde “la salud y la estabilidad de las democracias no sólo tienen que ver con la buena organización del Estado, sino con la presencia y actuación de ciudadanos ética y políticamente competentes”³.

La ciudadanía es una “condición jurídica expresada en características formales”⁴ determinadas por las entidades estatales y plasmadas en sus leyes o normas. Ésta otorga a una persona derechos y responsabilidades como parte activa del Estado. Desde la Grecia antigua hasta la consolidación de los estados modernos, los requisitos para acceder a ésta han variado, sin embargo, persiste la denominada “virtud cívica”⁵ la cual reconoce que la participación es un deber, además de un derecho.

El concepto de ciudadanía actualmente es muy amplio, pues también se refiere “al sentido de pertenencia a una comunidad que [se puede] moldear e influir directamente”⁶, es decir implica un involucramiento en la consecución de los derechos y modo de vivir de una comunidad. El compromiso ciudadano en

² Eamonn Callan. *Creating citizens*. (1997). Political education and liberal democracy. Oxford University Press.

³ Silvia Conde. *Formación ciudadana en México*. (2014). Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática. Instituto Nacional Electoral. Disponible en <https://www.ine.mx/wp-content/uploads/2021/02/CDCD-32.pdf>

⁴ Ídem.

⁵ Consejo de Europa. *Ciudadanía y participación*. (s.f.) Disponible en <https://www.coe.int/es/web/compass/citizenship-and-participation>

⁶ Ídem.

democracia no se limita o agota en el ejercicio del sufragio, si no que implica una conciencia de su papel en la sociedad. Ello es, la toma de decisiones en el marco de todos los derechos así como de los valores democráticos.

De acuerdo con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) el: Gobierno del pueblo significa entonces un Estado de ciudadanas y ciudadanos plenos. Una forma, sí, de elegir a las autoridades, pero además una forma de organización que garantice los derechos de todos: los derechos civiles (garantías contra la opresión), los derechos políticos (ser parte de las decisiones públicas o colectivas) y los derechos sociales (acceso al bienestar)⁷...

En muchos países, principalmente de América Latina, la democracia electoral es una realidad, por lo que el nuevo reto es avanzar y consolidar la democracia de ciudadanía. Entendida como “una manera de organizar la sociedad con el objeto de asegurar y expandir los derechos, de los cuales son portadores los individuos”. De tal forma que “nos permite pasar de electores a ciudadanos. La que utiliza las libertades políticas como palanca para construir la ciudadanía civil y social”. Bajo esta concepción de la democracia, “la escuela, la familia, la economía y, en general, todas las formas de organizar la sociedad más allá de las instituciones propias de la democracia son alcanzadas por los principios inherentes a ésta”.

1.2 Formación de la ciudadanía e información

Ante las amplias responsabilidades que conlleva la democracia de ciudadanía resulta indispensable que el Estado a través de sus brazos ejecutores, instaure las medidas necesarias para contribuir a la formación de una ciudadanía informada y crítica. Que tenga las habilidades y conocimientos necesarios para poder discernir las mejores propuestas que le permitan compaginar tanto sus ideales como su deber ante la sociedad. Esta es una labor que implica muchas aristas, como por ejemplo la implementación de estrategias educativas que impulsen el civismo en la temprana edad, así como programas que instruyan en materia de capacitación electoral y socialización política.

De acuerdo con Silvia Conde, la formación ciudadana busca generar individuos con “autonomía moral; críticos; que contribuyan al fortalecimiento de los Estados y ejerzan sus derechos; capaces de construir con otras personas un orden social que

⁷ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. La democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos. (2004). Disponible en <https://www.undp.org/es/latin-america/publicaciones/la-democracia-en-america-latina-hacia-una-democracia-de-ciudadanas-y-ciudadanos#:~:text=29%20de%20Julio%20de%202004,la%20democracia%20en%20la%20regi%C3%B3n>.

mejore las dinámicas sociales; capaces de utilizar el conocimiento para la toma de una postura y participación; con capacidad de reconocer al otro y respetuosos de la diversidad; con habilidades de diálogo, escucha y resolución pacífica; con sentido de la justicia y la legalidad y comprometidos con su país”⁸.

La formación de la ciudadanía también depende de condiciones externas como por ejemplo las condiciones económicas, sociales e incluso culturales que permiten el acceso a los conocimientos y la inclusión de todos los sectores en los asuntos públicos. Particularmente destaca la participación de “medios de comunicación como actores muy importantes en cuanto a su capacidad para poner a consideración, discutir y establecer asuntos de interés público”⁹. De tal forma que la objetividad y calidad de la información que consume la ciudadanía se convierte en un tema toral para su consolidación como actores sociales y políticos.

De acuerdo con Ramos Chávez “en un contexto democrático, se puede entender la información como un elemento esencial mediante el cual los ciudadanos pueden incrementar sus conocimientos y, con ello, su capacidad de acción frente a los asuntos públicos; es decir, la información como un pilar de la construcción de la esfera pública”. De ahí la necesidad de que información suficiente, importante y oportuna sea distribuida a las y los ciudadanos, particularmente en los momentos de la toma de decisiones como lo son las elecciones. La información es “un derecho así como un principio básico en los gobiernos democráticos”.

1.3 La ciudadanía en un contexto de comunicación digital

La irrupción de las Tecnologías de la Información y Comunicación en la vida diaria transformó la forma en que se informa, forma y participa la ciudadanía en los asuntos públicos. Las facilidades que los nuevos medios brindan a las personas para interactuar en los ambientes democráticos, mediante el debate y la deliberación, han impulsado su empoderamiento como sujetos de derechos y obligaciones. Más aún, la interactividad e inmediatez que caracterizan al entorno digital han permitido que la participación ciudadana, así como el análisis de la información para emitir una opinión se realicen en cortos periodos e incluso en tiempo real.

⁸ Silvia Conde. Formación ciudadana en México. (2014). Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática. Instituto Nacional Electoral. Disponible en <https://www.ine.mx/wp-content/uploads/2021/02/CDCD-32.pdf>

⁹ Héctor Alejandro Ramos Chávez. Información y ciudadanía, una propuesta desde la gobernanza. (2015). Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información de la UNAM. Disponible en https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2015000300113

Las redes sociales por ejemplo han alcanzado una alta permeabilidad en las sociedades. Según datos del informe de OBS Business School, denominado Redes Sociales, estado actual y tendencias 2023¹⁰, de los 5 mil 160 millones de personas con conexión a internet en el mundo, el 94.9% son usuarias de redes sociales, lo que a su vez corresponde al 59.4% de la población mundial. De tal forma que plataformas como Facebook, X (antes Twitter) y TikTok se han convertido en espacios digitales donde convergen tanto interacciones sociales como políticas.

Carazo Barrantes citando a Gil de Zúñiga y Margetts¹¹ indica que antes de las redes sociales, la participación política tenía cuatro dimensiones: votación, actividad de campaña, contacto con los funcionarios y actividades colectivas. Sin embargo, hoy “los cambios en el entorno de la información afectan la forma en que los ciudadanos buscan y encuentran información política, afectan la naturaleza de la información que reciben y reducen los costos de interacción entre ellos; cambian la escala y la forma de las redes sociales y de información de las personas y sus posiciones dentro de ellas, lo que repercute en los costos de la decisión de acción colectiva”¹².

Otros estudiosos como María del Carmen García Galera; Cristóbal Fernández Muñoz, y Mercedes Del Hoyo Hurtado, incluso plantean el concepto de ciudadanía digital, entendido como “ese conjunto de ciudadanos que se informa y participa activamente en las actividades de la comunidad valiéndose de las herramientas digitales”¹³. Destacando también que “la propia estructura de estas formas de comunicación social digital facilita, no solo la adquisición de información sino también el debate in situ sobre su importancia y relevancia con otros miembros...”¹⁴

1.4 La desinformación electoral

¹⁰ OBS Business School. Redes Sociales, estado actual y tendencias 2023. (2023). Disponible en <https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-redes-sociales-estado-actual-y-tendencias-2023>

¹¹ Carolina Carazo Barrantes. Periodismo y agenda setting: una discusión sobre el interés por asuntos públicos de la ciudadanía. (2018). Universidad de Costa Rica, Revista de Ciencias Sociales, Vol. II, No. 160. Disponible en [https://www.redalyc.org/journal/153/15357108005/html/#:~:text=Las%20redes%20sociales%20en%20Internet,redes%20sociales%20\(figura%205\).&text=Estudio%20de%20opini%C3%B3n%20p%C3%ABlica%20post,ucr%2C%20febrero%20de%202014%20](https://www.redalyc.org/journal/153/15357108005/html/#:~:text=Las%20redes%20sociales%20en%20Internet,redes%20sociales%20(figura%205).&text=Estudio%20de%20opini%C3%B3n%20p%C3%ABlica%20post,ucr%2C%20febrero%20de%202014%20).

¹² Ídem.

¹³ María del Carmen García Galera; Cristóbal Fernández Muñoz; Mercedes Del Hoyo Hurtado. Ciudadanía informada, ciudadanía participativa. La movilización de los jóvenes en el entorno digital. (2017). Prisma Social. Ciudadanía Digital y Open Data Access, No. 18. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353751820005.pdf>

¹⁴ Ídem.

La desinformación es un concepto que abarca tanto las noticias falsas (fake news) como la manipulación deliberada de la información con la finalidad “de generar reacciones en la sociedad apelando a las emociones”¹⁵. Históricamente “la manipulación informativa ha sido utilizada como método de influencia política y social. No obstante, las nuevas herramientas tecnológicas han simplificado en extremo esta práctica”¹⁶. En el contexto en que las TIC proveen a la ciudadanía de información sobre los asuntos públicos, la lucha contra este fenómeno toma dimensiones institucionales por su impacto en la democracia y sus prácticas.

La coexistencia de medios de comunicación tradicionales, el internet y las redes sociales ha generado un nuevo ecosistema noticioso en el cual la información no solo está siempre presente, sino que da la impresión de que ésta es la que encuentra a las personas. Dando, así la conformación del concepto “las noticias-me-encuentran”¹⁷ acuñado por Gil de Zúñiga, Weeks y Ardèvol-Abreu. Esto conlleva que:

muchos individuos tienen la errada percepción de que pueden ser parte de una ciudadanía informada, aún sin buscar las noticias sobre asuntos públicos activamente, puesto que creen que las noticias importantes llegarán hasta ellos o “los encontrarán”. Los autores no solo concluyen que las personas que creen que las noticias los encuentran, tienen menos probabilidades de usar las fuentes tradicionales, como las noticias en televisión y los periódicos, sino también que los ciudadanos que tienen esta percepción tienen menos conocimiento sobre asuntos cívicos y políticos que aquellos que no creen que las noticias los encuentren¹⁸.

De tal forma que existe un escenario que hace más factible que la ciudadanía acceda a información falsa o imprecisa y que haga uso de esta para el ejercicio de sus derechos políticos y sociales. Representando un riesgo latente particularmente para los procesos electorales. El Foro Económico Global en su Informe de Riesgos

¹⁵ Eduardo Andrés Calderón Marengo; Irene José Paola Raúdez Hernández. Desinformación digital y democracia en Iberoamérica: retos y oportunidades de la Lex Criptográfica. (2024). Derecho global. Estudios sobre Derecho y Justicia, Vol. 9 no. 26. Disponible en https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-51362024000100015

¹⁶ Ídem.

¹⁷ Carolina Carazo Barrantes. Periodismo y agenda setting: una discusión sobre el interés por asuntos públicos de la ciudadanía. (2018). Universidad de Costa Rica, Revista de Ciencias Sociales, Vol. II, No. 160. Disponible en [https://www.redalyc.org/journal/153/15357108005/html/#:~:text=Las%20redes%20sociales%20en%20Internet,redes%20sociales%20\(figura%205\).&text=Estudio%20de%20opini%C3%B3n%20p%C3%ABlica%20post,ucr%2C%20febrero%20de%202014%20](https://www.redalyc.org/journal/153/15357108005/html/#:~:text=Las%20redes%20sociales%20en%20Internet,redes%20sociales%20(figura%205).&text=Estudio%20de%20opini%C3%B3n%20p%C3%ABlica%20post,ucr%2C%20febrero%20de%202014%20).

¹⁸ Ídem.

Globales 2024¹⁹, ubicó la desinformación y la información motivados por la inteligencia artificial y la polarización social como los mayores riesgos a corto plazo dados los procesos electorales en diversos países durante dicho año.

Como bien indican Hernández Pérez y Guzmán Contreras “el contexto electoral ha sido uno de los grandes escenarios en donde la desinformación ha tenido mayor incidencia, especialmente durante la última década, lo cual ha generado gran preocupación e impulsado la creación de estrategias para contrarrestar sus efectos”²⁰. De acuerdo con la UNESCO²¹, los 10 tipos de desinformación electoral más comunes en América Latina y el Caribe son:

1. El uso de las irregularidades para acusar fraude en el proceso electoral.
2. La acusación de que las autoridades electorales organizaron fraude.
3. El señalamiento de que las personas fallecidas forman parte del padrón electoral.
4. La votación de personas no habilitadas como extranjeros.
5. Manipulación para evitar votación o impulsar la invalidación de votos.
6. Noticias falsas sobre la documentación necesaria para votar.
7. Desinformación sobre el voto de la ciudadanía residente en el extranjero.
8. Desorientar o generar miedo sobre la jornada electoral.
9. Difusión de encuestas falsas.
10. Declaraciones falsas de personas candidatas.

Las noticias falsas, teorías de conspiración o bulos suelen alimentarse de hechos reales, lo que dificulta discernir sobre la veracidad de la información porque exige medios de autorregulación a través de fuentes confiables. Esto ha motivado un fenómeno denominado el péndulo de la verdad, que puede definirse como la deliberación constante que encuentran las personas para identificar lo que es cierto, de lo que no lo es. A medida que el péndulo oscila, la opinión pública puede moverse de un extremo a otro, creyendo en una narrativa que luego puede ser afectada por otra totalmente opuesta, a menudo influenciada por campañas de desinformación deliberadas.

¹⁹ Foro Económico Global. Riesgos globales 2024: la desinformación encabeza los riesgos globales de 2024 mientras las amenazas ambientales crecen. (2024). Comunicado de prensa. Disponible en https://www3.weforum.org/docs/WEF_GRR24_Press%20release_ES_Latam.pdf

²⁰ Jonathan Hernández Pérez, Ángel Guzmán Contreras. Desinformación en tiempos electorales: respuestas desde Argentina, Chile, Colombia y México (2018-2023). (2025). UNAM. Revista Investigación Bibliotecológica. Vol. 39, No. 103

²¹ UNESCO. Los 10 tipos de desinformación electoral más comunes. (2024). Disponible en <https://www.unesco.org/es/fieldoffice/montevideo/expertise/desinfofac/tips>

II. El caso de México

2.1 Ciudadanía mexicana en la era de las TIC

En México, la democracia y sus principios se han enraizado en lo profundo de la sociedad. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Cultura Cívica 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)²², el 88.7% de la población de 15 años y más está de acuerdo en que para gobernar un país se necesita tener un gobierno donde todas y todos participen en la toma de decisiones²³, mientras que el 73.4% sabe o ha escuchado lo que es la democracia, de tal forma que el 65.2% la considera preferible a cualquier otra forma de gobierno²⁴.

Aun cuando el 52.7% de las personas, manifestó sentirse muy o algo satisfecho con la democracia, persisten riesgos que pueden alterar la transición hacia una democracia plena. Si bien el 36.3% considera que tener responsabilidades es la característica que mejor describe a una persona ciudadana y que el 69.2% afirma que tiene los conocimientos y habilidades para participar en actividades políticas, hay un persistente 16.4% que tiene en mente que en algunas circunstancias un gobierno no democrático puede ser mejor²⁵.

Estos datos nos muestran que la ciudadanía mexicana se encuentra consolidando y fortaleciendo su papel como actores de cambio y defensa de los derechos humanos. Su continua formación se convierte entonces en una tarea indispensable, la cual requiere indudablemente del monitoreo y atención de aquella información que pudiese contravenir o distorsionar las prácticas democráticas.

Ahora bien, la sociedad mexicana está cada vez en más contacto con las TIC y el internet. De acuerdo con los resultados de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares²⁶ en 2023, había 97 millones de personas usuarias de internet, lo que representó 81.2% de la población de 6 años o más. El internet se usó con más frecuencia para comunicarse (93.3%), para acceder a redes sociales (91.5%) y para entretenimiento (88.1%).

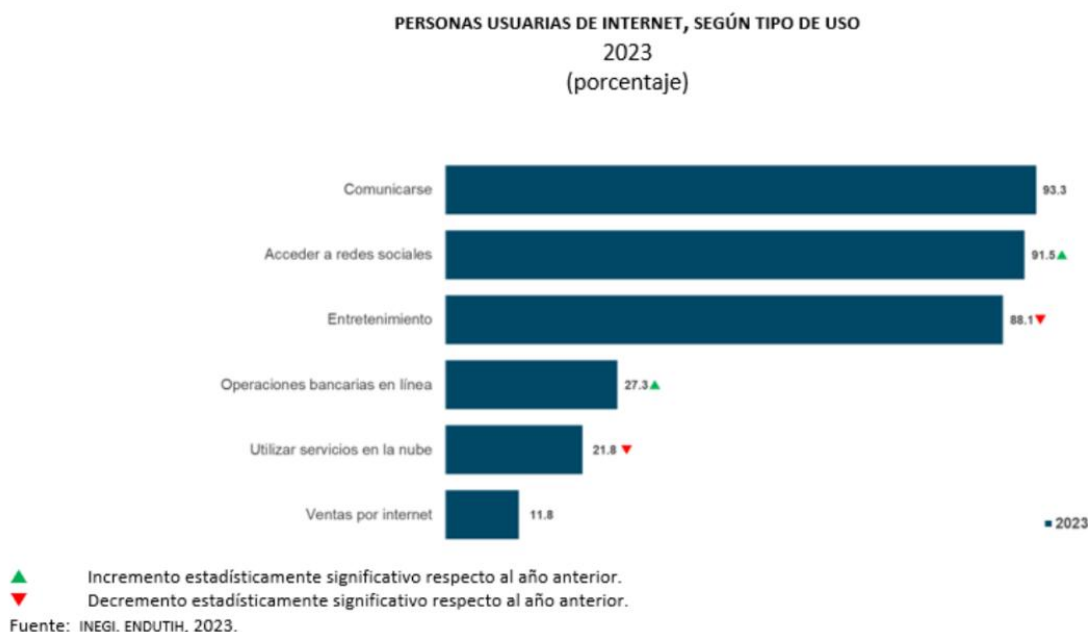
²² Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Presentan INEGI y el INE los resultados de la Encuesta Nacional De Cultura Cívica (Encuci) 2020

²³ Ídem.

²⁴ Ídem.

²⁵ Ídem.

²⁶ Instituto Federal de Telecomunicaciones. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en Hogares (ENDUTIH) 2023. (2024). Comunicado de Prensa, disponible en <https://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/encuesta-nacional-sobre-disponibilidad-y-uso-de-tecnologias-de-la-informacion-en-los-hogares-endutih-1>



Ello ha tenido un importante impacto en la dinámica de participación de la ciudadanía mexicana. Por ejemplo, Gómez Vilchis señala en su investigación “Impacto de las redes sociales en la percepción ciudadana sobre la compra del voto en México” que:

los ciudadanos que poseen mayores niveles de información, es decir, quienes recurrentemente utilizan las redes sociales, los medios de comunicación, la interacción cara a cara con miembros de la familia y amigos, para estar informados, tendrán mayor éxito para identificar la compra del voto y el ejercicio del clientelismo, por parte de los candidatos a un puesto de elección popular y de los miembros de los partidos políticos²⁷.

De tal forma que un mayor acceso a la información a través de los distintos medios, incluidos el internet y las redes sociales ha permitido que las y los ciudadanos mexicanos puedan ejercer de una manera más consciente sus derechos y obligaciones políticas. Sin embargo, ante las bondades que un escenario hiper informado puede traer a la democracia, también existen importantes retos.

²⁷ Ricardo Gómez Vilchis. Impacto de la redes sociales en la percepción ciudadana sobre la compra del voto en México. (2020). Revista Mexicana de Opinión Pública. No. 28. Disponible en https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112020000100037#:~:text=En%20M%C3%A9xico%2C%20el%20uso%20de,la%20violencia%2C%20y%20la%20corrupci%C3%B3n.

2.2 Los retos de México en materia de desinformación electoral en el escenario digital

A pesar de los impulsos que las nuevas tecnologías han traído para el ejercicio de la ciudadanía en México, también conllevan riesgos para su consolidación. Dentro de los muchos retos que enfrenta la democracia mexicana, uno de los más relevantes por su impacto directo es la desinformación. Como bien se señala previamente, los desórdenes informativos no son nuevos ni producto del surgimiento de las TIC, pero sí han encontrado en éstas las vías para potencializarse y hacer más difícil su identificación. Como bien indica Ferreira Rubio “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”²⁸.

En México, se han identificado diversos desafíos. El primero es la interconexión digital, es decir la propagación vertiginosa de la información vía las redes sociales rebasa a la de los espacios tradicionales en un entorno social específico (escuela, trabajo, familia, amigos, etc.). Ello implica que, en un mundo interconectado, una publicación en redes sociales no tiene límites temporales ni geográficos y potencialmente tiene acceso a diversas audiencias globales. Este fenómeno facilita la propagación masiva de información sin importar su naturaleza, veracidad o identidad del gestor del contenido, dándose incluso algunos casos en que ésta es difundida mediante los denominados bots, cuentas automatizadas o sincronizadas para emitir un mensaje en específico. El estudio Digital News Report 2024 del Reuters Institute señala que las fuentes online y redes sociales se ubican como las principales fuentes de las noticias que consumen actualmente los mexicanos, muy encima de la televisión y de los medios impresos²⁹.

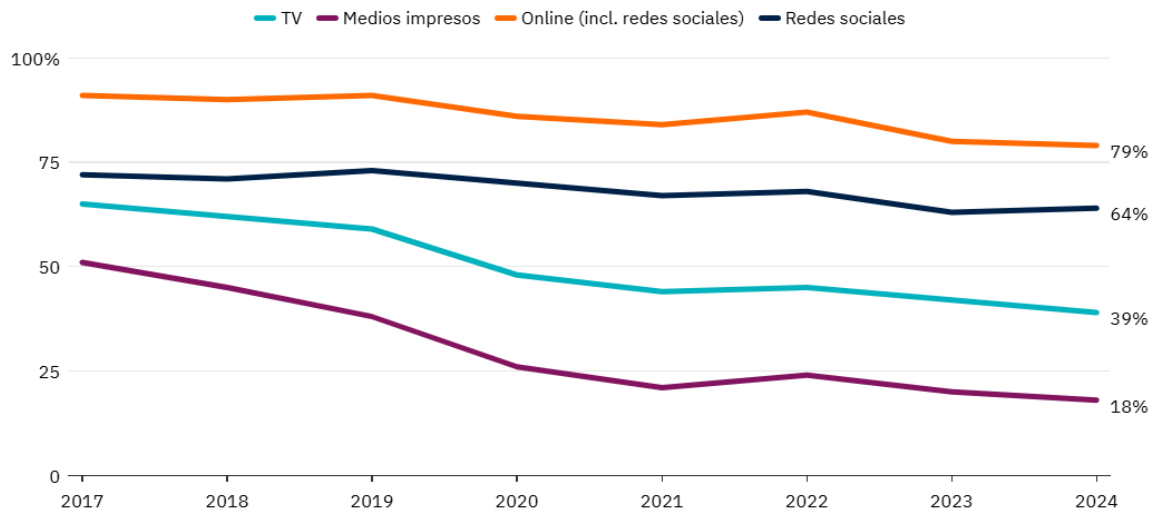
²⁸ Delia Ferreira Rubio. Desinformación, redes Sociales y elecciones. (2024). Revista Voz y Voto. Junio. Disponible en <https://www.vozyvoto.com.mx/articulo/desinformacion-redes-sociales-y-elecciones>

²⁹ Maria Elene Gutiérrez Rentería. Digital News Report 2024: México. (2024). Reuters Institute, University of Oxford. Disponible en <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024/mexico>

Fuentes de noticias

2017-2024

México



[Descargar los datos](#) • [Insertar](#) • Creado con [Datawrapper](#)



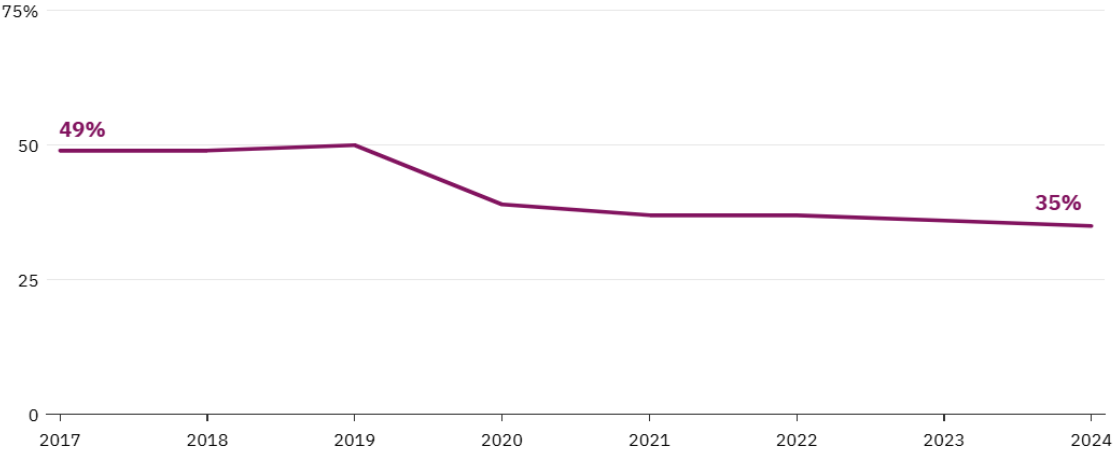
Fuente: Reuters Institute

Lo cual se ve acompañado también de una mayor desconfianza en las propias noticias. En aproximadamente siete años, ésta ha disminuido en 14 puntos porcentuales.

Confianza en las noticias en general

Evolución 2017-2024

México



[Descargar los datos](#) • [Insertar](#) • Creado con [Datawrapper](#)



Fuente: Reuters Institute

Finalmente, este estudio del Reuter Institute nos indica que Facebook, Youtube y WhatsApp son las principales redes sociales que las y los ciudadanos utilizan para consultar noticias. Destacando, por ejemplo, el crecimiento de TikTok con respecto a las otras redes que tienen disminuciones.

Principales redes sociales, de mensajería y de video

México

Puesto	Plataforma	Para noticias	Para todo
1	Facebook	50% (-6)	70%
2	YouTube	34% (-5)	64%
3	WhatsApp	28% (-2)	66%
4	TikTok	18% (+3)	40%
5	X (antes Twitter)	14% (-1)	23%
6	Instagram	13% (-1)	37%

Las cifras entre paréntesis indican la variación con respecto al año anterior.

[Descargar los datos](#) • [Insertar](#) • Creado con [Datawrapper](#)



Fuente: Reuters Institute

El segundo se refiere a las denominadas burbujas de filtro. Ello implica que los algoritmos de personalización de la información en las redes sociales y los motores

de búsqueda pueden mantener a las personas atrapadas en círculos resonantes, donde solo obtienen información que coincide con sus propias opiniones y gustos. Esto refuerza las creencias preexistentes y excluye la información con perspectivas contrarias, lo que es contrario a la pluralidad de visiones que exige el pensamiento crítico. Eli Pariser, creador de este término, considera que estos filtros son “los principales responsables de la polarización social e ideológica que se vive en muchos países; ya no es posible encontrar una dieta informativa equilibrada y saludable...”³⁰

En el caso de México, esto se ha observado en la polarización de las opiniones y creencias. En un artículo publicado en la Revista Virtualis³¹, se planteó que, en el caso mexicano, surge la hipótesis metodológica de que los sitios de noticias en México, mediados por el algoritmo de Facebook, se vuelven burbujas de filtros en las que los mismos usuarios comentan diferentes noticias, pero de los mismos medios. “El principal hallazgo fue confirmar la existencia de burbujas de filtros en cada una de las páginas analizadas. Esta afirmación se basa en los resultados obtenidos durante el ARS en por lo menos tres indicadores: 1) el bajo porcentaje de usuarios que interactúan con las publicaciones; 2) el alto índice de concentración de usuarios en cada página, y 3) la fuerte densidad en las visualizaciones de las redes creadas a partir de cada medio”³².

El tercero se refiere al anonimato. La falta de identidad de algunas personas en las redes sociales facilita la creación y difusión de desinformación sin la necesidad de hacer frente a las consecuencias personales o legales que genera su contenido. Con seudónimos, muchos actores maliciosos ocultan su identidad, lo que genera conversaciones “ficticias”, polarización entre usuarios y la proliferación de desinformación.

Por ejemplo, en México, en el pasado proceso electoral federal, las redes sociales fueron el espacio en donde más se ejerció violencia política contra las mujeres. Se presentaron 205 quejas y el 42% fue por violencia manifestada en redes sociales, a través de mensajes con estereotipos de género, imágenes o memes y hasta videos o fotografías de la vida íntima y sexual de las mujeres.

El cuarto es la polarización política o social, toda vez que algunos actores políticos, y más en contextos de contiendas electorales, encuentran incentivos para difundir

³⁰ Axel Bruns. Filtro burbuja. (2022). Revista Latinoamericana de Economía Y Sociedad Digital. Disponible en <https://revistalatam.digital/article/22tr05/>

³¹ César Augusto Rodríguez Cano. (2017), Los usuarios en su laberinto: burbujas de filtros, cámaras de ecos y mediación algorítmica en la opinión pública en línea, disponible en <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/250/218>

³² Ídem.

información errónea, sesgada o abiertamente falsa para acompañar sus objetivos políticos, desacreditar a sus contrincantes, aumentar su audiencia o simplemente para infundir miedo. De tal forma que se impulsa la creación y difusión de información sesgada.

Además, el Instituto Nacional Electoral, en su calidad de órgano electoral encargado de consolidar una ciudadanía informada y crítica ha encontrado como impulsores de la desinformación variables como la accesibilidad a medios de difusión, esto es que “mediante dispositivos móviles, muchas personas hoy pueden ser gestores de información, sin límites en la profesionalización o regulación del contenido”³³; también el efecto de la verdad ilusoria, el cual “se manifiesta cuando las personas comienzan a aceptar información falsa o engañosa como verdadera, simplemente porque se les ha presentado repetidamente”, y finalmente el sensacionalismo y clickbait, entendidos como “la práctica publicitaria de exagerar o distorsionar información con el fin de generar interés o morbo. También se utilizan títulos regularmente engañosos, con el objetivo de aumentar el tráfico y monetizar las visitas”.

2.3 Planteamientos ante los riesgos de la desinformación electoral en México

Ante los riesgos que plantea la desinformación para la democracia mexicana, el Instituto Nacional Electoral (INE) ha establecido diversas estrategias para combatir este fenómeno principalmente durante los procesos electorales. Periodos en los que particularmente las noticias falsas e información errónea buscan incidir en la voluntad colectiva. Los esfuerzos institucionales del INE se han enfocado en distintas estrategias.

Una de ella es Certeza INE, proyecto interinstitucional y multidisciplinario enfocado en la comunicación digital, que ha sido implementado por el INE desde el Proceso Electoral Federal 2017-2018. Su objetivo es detectar, verificar y desmentir o aclarar noticias falsas o imprecisas en materia electoral, que puedan poner en riesgo las elecciones o ejercicios de participación ciudadana, a partir de información que circula en las redes sociales o medios de comunicación digitales.

Para la elección federal y elecciones locales de 2024, las más grandes en la historia de México con más de 20 mil cargos en juego, se actualizó la estrategia de comunicación del proyecto institucional para combatir la desinformación, mediante la implementación de 7 acciones:

³³ Instituto Nacional Electoral. Factores que propician la desinformación. (2025). Certeza INE 2025. Disponible en <https://centralectoral.ine.mx/2025/05/03/factores-que-propician-la-desinformacion/>

- a) Definición de una estrategia integral para el proyecto.
- b) Implementación de una metodología para los desmentidos y aclaraciones publicadas por el INE. Ésta constó de tres etapas y nueve fases³⁴:
 - 1. Monitoreo y validación.
 - I. Monitoreo de medios de comunicación y redes sociales
 - II. Detección de información
 - III. Validación de criterios
 - 2. Verificación de información
 - I. Búsqueda de la fuente original
 - II. Investigación de contenido
 - III. Categorización de la desinformación
 - 3. Difusión de aclaraciones/desmentidos
 - I. Generación de informe
 - II. Acciones de comunicación
 - III. Difusión y amplificación de Certeza INE
- c) Ampliación del periodo del proyecto. Desde el inicio de las precampañas federales y hasta el día de la jornada electoral, es decir, ya no sólo se suscribió al día de la jornada electoral.
- d) Ampliación de la cooperación mediática. Mediante acuerdos de colaboración con medios especializados en verificación se implementó un marco de cooperación para que fungieran como aliados en el combate a la desinformación, respecto de las consultas que se recibieron a través del Asistente Virtual del INE.
- e) Aumento en la capacidad de monitoreo y detección de desinformación del ámbito local. Mediante la cooperación de la estructura desconcentrada de la CNCS en las Juntas Locales y algunos Organismos Públicos Locales, se detectó desinformación electoral.
- f) Apertura de cuentas especializadas del proyecto (Certeza INE) en redes sociales (X y Facebook) para mantener una identidad del proyecto, evitar la fragmentación del contenido institucional, focalizar la estrategia con cada público objetivo, mejorar el alcance y cuidar la proporcionalidad en el combate a la desinformación.
- g) Integración del Asistente Virtual (chatbot) del INE en WhatsApp como canal directo con la ciudadanía para consultar sobre posible desinformación electoral, a fin de que recibieran información expedita, confiable y verificada.

³⁴ Instituto Nacional Electoral. ¿Porqué es importante combatir la desinformación electoral? (s.f.) Central Electoral. Disponible en https://centralectoral.ine.mx/wp-content/uploads/2024/03/Metodologi%CC%81a_Certeza-2024.pdf

Particularmente destacó la implementación del Asistente Virtual (chatbot) del INE en WhatsApp, la cual le permitió a México ser el primer país de habla hispana en incorporar Inteligencia Artificial en su lucha contra la desinformación. Este canal, nombrado Inés incorporó la tecnología de verificación de hechos de la organización sin fines de lucro Meedan, la cual ha sido utilizada en países como India, Brasil y Estados Unidos.

La Interfaz de Programación de Aplicaciones (API) de la plataforma Check de Meedan permitió a los usuarios enviar consultas sobre los temas de la elección al bot de Whatsapp del INE y recibir respuestas en tiempo real. La organización conectó el chatbot así como la información generada por el INE, con las bases de datos de medios de comunicación que cuentan con periodistas especializados en verificación de contenido, logrando así que los medios colaboraran en este esfuerzo. De tal manera que la ciudadanía pudo consultar y recibir información confiable, incluso preguntando si la información circulada en redes sociales era veraz.

El software Check, facilita que las salas de redacción, las organizaciones comunitarias y los gobiernos, implementen bots conversacionales impulsados por inteligencia artificial (IA) para potenciar su lucha contra la desinformación y el contenido nocivo en las aplicaciones de mensajes. Entre sus ventajas están:

- Es de código abierto (código fuente gratuito), lo que permite que cualquier persona lo inspeccione, modifique y distribuya.
- Tiene una funcionalidad denominada “Shared Feed” que permite a diferentes organizaciones compartir contenido de forma organizada, fomentando trabajos colaborativos.

Para el Proceso Electoral Federal 2023-2024, el INE contó con la colaboración de medios de comunicación y agencias verificadoras de datos, los cuales ya eran socios de Meedan y utilizaban la herramienta de Check como por ejemplo AFP-Factual, El Sabueso de Animal Político y T Verifica de Telemundo, fueron los medios participantes para verificar información.

El proyecto estuvo en operación 54 días y recibió un total de 6 mil 940 preguntas sobre cómo renovar u obtener una credencial de elector, así como reportar su robo o extravío; localización de la casilla electoral; rumores sobre el material electoral, anulación del voto, y votación de los mexicanos en el exterior. Tanto “AFP, Animal Político y Telemundo compartieron, en total, 90 verificaciones o artículos explicativos. De ellos, Inés usó 65, que sirvieron para responder 1,219 preguntas.

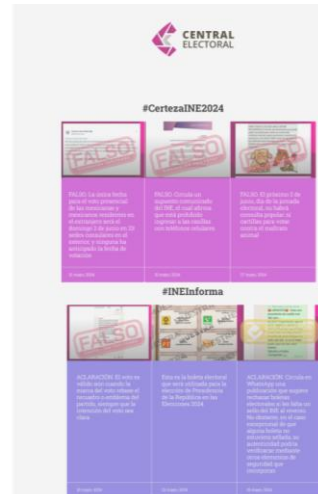
Los días de mayor actividad para Inés fueron el día del lanzamiento, el 17 de abril, y el día de la elección, 2 de junio”³⁵.

Los resultados de Certeza INE 2024 fueron bastos, pues solo el día de la Jornada Electoral Federal, celebrada el 02 de junio de 2024, se tuvieron 546 casos de desinformación registrados, los cuales fueron atendidos al 100%. Los temas sobre los que versaron estos casos fueron: 182 sobre delitos electorales; 177 sobre organización electoral; 132 sobre violencia asociada a la elección; 28 respecto de noticias falsas; 20 sobre encuestas electorales y 7 sobre discriminación en casillas. Asimismo, se realizaron 37 acciones, distribuidas de la siguiente manera: 11 materiales para redes sociales; 25 posteos en redes sociales y un caso canalizado al Jurídico del INE.



De manera general, en el proyecto de implementación de Certeza para el Proceso Electoral Federal 2023-2024, se realizaron 59 acciones de comunicación, entre las que destacan: 26 desmentidos; 21 aclaraciones y 9 materiales informativos.

³⁵ Meedan. Combate a la desinformación en la elección presidencial mexicana de 2024. (s.f.). Blog Post. Disponible en <https://meedan.com/post/combate-a-la-desinformacion-en-la-eleccion-presidencial-mexicana-de-2024>



Esta estrategia también se puso en marcha durante la inédita elección por voto popular de los integrantes del Poder Judicial. Siguiendo la misma metodología, que ha dado resultados en anteriores ocasiones, así como el uso de Inés. Destaca que las acciones de comunicación fueron las siguientes³⁶:

- Desmentidos o aclaraciones en las distintas redes sociales institucionales;
- Materiales gráficos o audiovisuales para prevenir o contrarrestar la desinformación electoral en las redes sociales;
- Respuestas directas a usuarios en redes sociales que originan o promueven la desinformación. Estas respuestas se realizan a través de la cuenta institucional de Certeza INE;
- Cartas aclaratorias a medios impresos;
- Contacto directo con los medios de comunicación para solicitar la corrección de la información o la aclaración de ésta y,
- Entrevistas de las y los funcionarios del INE.

Materiales regidos por los principios de “redacción y diseño con sentido apartidista; objetivos, sencillos y claros en la información [...] ; deben brindar elementos verídicos y verificables; no son confrontativos, ni en su redacción ni su diseño, y no deben ser alarmistas respecto de la información que contrarrestan”³⁷. Publicándose en total cuatro desmentidos y seis aclaraciones.

³⁶ Instituto Nacional Electoral. Metodología INE 2025. (2025). Disponible en <https://centralector.ine.mx/2025/02/24/metodologia/>

³⁷ Idem.

Otra estrategia es la creación de portales institucionales que contienen información detallada respecto de los procesos electorales. En cada elección, el Instituto ha creado dos tipos de portales: uno centrado en los datos más relevantes como la cantidad de cargos a elegir, las etapas del proceso, así como acuerdos de relevancia para la organización, y otro encargado de dar a conocer los perfiles y propuestas de las personas candidatas.

Si bien en cada ocasión en que se convoca a la ciudadanía a emitir el voto ambos instrumentos digitales resultan de la mayor relevancia para difundir información objetiva y verídica, ante procesos electorales inéditos como el del Poder Judicial fueron aún de más ayuda ante la desinformación. A través del portal <https://ine.mx/eleccion-del-poder-judicial-de-la-federacion-2025/> se pudo difundir información relevante para las personas candidatas a integrar el Poder Judicial de la Federación, como los listados finales de las candidaturas aprobados por el Consejo General; el Mecanismo Electrónico para la Fiscalización de Personas Candidatas a Juzgadoras; los estrados electrónicos; las sentencias del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, entre otros³⁸.

El sitio de la elección del Poder Judicial ofreció a la ciudadanía información como los cargos a elegir; los procesos electorales locales; el portal para registrarse como personas observadoras electorales; datos sobre las personas visitantes extranjeras; la promoción de la participación ciudadana; el portal de Certeza; actividades de la elección como las labores de la Comisión Temporal del Proceso Electoral Judicial, las etapas de la elección y numeralia; preguntas frecuentes, así como las infografías y audiovisuales³⁹.

El sistema Candidatas Conóceles es una herramienta digital que permitió a la ciudadanía consultar la información pública de las personas candidatas. Este portal fue alimentado por las personas candidatas a cada uno de los 881 cargos de los seis órganos jurisdiccionales que se renovaron, por lo que su contenido, así como la información difundida fue responsabilidad exclusiva de las candidaturas⁴⁰. Sin embargo, el INE estableció reglas para su uso señalando que no se podían publicar contenidos ofensivos y/o discriminatorios respecto de otras candidaturas; lenguaje sexista, ofensivo y/o discriminatorio; Alusiones o menciones a partidos políticos, y contenidos restringidos en la legislación electoral federal.

³⁸ Instituto Nacional Electoral. Elección del Poder Judicial 2025. (2025). Disponible en <https://ine.mx/eleccion-del-poder-judicial-de-la-federacion-2025/>

³⁹ Ídem.

⁴⁰ Instituto Nacional Electoral. Conóceles. (2025). Disponible en <https://candidaturas poderjudicial.ine.mx/>

La ciudadanía pudo acceder a la siguiente información⁴¹:

- Datos generales de la persona candidata: Nombre, fotografía, tipo de candidatura, entidad, sexo, número de lista en la boleta, y poderes que lo postularon.
- Medios de contacto de la persona candidata: teléfono público de contacto, correo electrónico público, página web y redes sociales.
- Historia profesional, laboral y académica de la persona candidata: Currículum Vitae, trayectoria académica, grado máximo de estudios, así como cursos, diplomados, seminarios y especializaciones.
- Visión y propuestas de la persona candidata: Explicación sobre por qué quieren ocupar el cargo, su visión de la función jurisdiccional, visión de la impartición de justicia y tres propuestas de mejora de la función jurisdiccional.

Al 1 de junio, el portal tuvo más de 25 millones de visitas con una duración promedio cada una de 8 minutos 30 segundos. Es decir, cerca de 21 millones de visitas más que en el proceso electoral 2024. En dicho sistema se registraron el 99.64% de las personas candidatas⁴².

Adicionalmente para este proceso, se creó la estrategia Conóceles, Practica y Ubica la cual permitió conocer a las personas candidatas (a través de un sistema que denominamos Conóceles), practicar su voto (a través del conocimiento de los distintos tipos de boletas y cómo se tendrá que emitir el voto) y ubica tu casilla seccional (para que la ciudadanía conozca el domicilio de la casilla que tendrá asignada para emitir su voto)⁴³. Proveyendo así de la información necesaria para que pudieran emitir su voto ante las novedades de la elección.

También para dar mayor certeza a los resultados y evitar desinformación acerca de la conformación de estos órganos jurisdiccionales, el INE implementó portales donde se hizo del conocimiento público los cómputos distritales⁴⁴ y por entidad federativa⁴⁵. En estos sitios, la ciudadanía pudo consultar los resultados de los

⁴¹ Ídem.

⁴² Instituto Nacional Electoral. Segundo Informe que presenta la Unidad Técnica de Transparencia y Protección de Datos Personales en relación con el Sistema Conóceles para la elección de integrantes del Poder Judicial de la Federación 2025. (2025). Disponible en <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/183436/CG2ex202505-29-ip-3.pdf>

⁴³ Instituto Nacional Electoral. Conóceles, Practica y Ubica. (2025). Disponible en <https://ine.mx/conoceles-practica-y-ubica/>

⁴⁴ Instituto Nacional Electoral. Cómputos Distritales del PEEPJF. (2025). Disponibles en <https://computospj2025.ine.mx/landing>

⁴⁵ Instituto Nacional Electoral. Cómputos de Entidad Federativa y Circunscripción 2025. (2025). Disponible en <https://computospj2025-entidad.ine.mx/landing>

cargos federales del Poder Judicial, por distrito judicial electoral, entidad y circunscripción en su caso; desplegándose información como el nombre de las personas candidatas; su sexo; cargo al que aspiraban; los votos obtenidos, así como los porcentajes de votación correspondientes.

Una tercera vía ha sido la generación de vínculos para colaborar en el combate a la desinformación con las plataformas digitales. Por ejemplo, con Meta (Facebook, Instagram y WhatsApp) el programa de verificación de datos independiente está sustentado en una alianza que la plataforma mantiene con medios de comunicación independientes y especializados en la verificación de datos, certificados por la organización internacional Fact-Checking Network (IFCN), los cuales identifican, revisan y califican posible información errónea en Facebook, Instagram y WhatsApp. Una vez que los medios verificadores de datos califican el material como falso, se reduce de manera significativa la distribución para que menos personas tengan acceso al contenido; asimismo, notifican a los usuarios que previamente han compartido ese contenido o intentan divulgarlo, alertando que la información es falsa. Luego, Meta genera una etiqueta de advertencia al contenido falso, que lleva al artículo del medio verificador de datos en el que se refuta la veracidad de la información.

De igual forma, Meta ofrece apoyo a las Juntas Locales y Distritales para resolver problemas con sus cuentas de Facebook, como suspensiones, bloqueos o la verificación de cuentas, procesos que se realizan a través de la Coordinación Nacional de Comunicación Social del INE. Asimismo, Meta mantiene un programa en alfabetización digital llamado “Soy Digital” con el que actualmente colabora el Instituto Nacional Electoral, a través de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica. Mediante este programa, se busca desarrollar contenido especializado a fin de diseñar campañas en educación mediática

En el caso de Google, en el contexto de las elecciones presidenciales del año pasado (2024), lanzó la iniciativa denominada “Transparencia México”. Esta engloba una serie de herramientas, entrenamientos y compromisos que diseñaron para fortalecer la democracia, mediante el uso de tecnologías e innovación, para apoyar el acceso a información de calidad y lograr entornos digitales mejor informados del proceso electoral.

En este contexto, la Coordinación Nacional de Comunicación Social plantea renovar la colaboración con Google para habilitar una función en su buscador denominada “Paneles de Conocimiento”, la cual brinda información oficial y datos clave que ayudan a la ciudadanía a encontrar información rápidamente y a profundizar de manera confiable con fuentes verificadas.

La plataforma YouTube (limitación del contenido erróneo que interfiere con el proceso electoral), cuenta con “Lineamientos de la Comunidad de YouTube”; lo que prohíbe la publicación de cierto contenido categorizado como spam y prácticas engañosas, contenido sensible, contenido violento o peligroso, bienes regulados, e información errónea. El INE busca propiciar una colaboración con la plataforma para mantener un enlace permanente con personal de la Coordinación Nacional de Comunicación Social, a fin de poder denunciar información falsa y grave, que pueda afectar la organización y confianza en el proceso electoral extraordinario del Poder Judicial, con el objetivo de eliminar o etiquetar el contenido.

En colaboración con el INE, TikTok está desarrollando una Guía Electoral para proporcionar información confiable a los usuarios que busquen datos sobre las elecciones del Poder Judicial de la Federación en la plataforma. Esta guía enlazará al micrositio de las elecciones en ine.mx e incluirá enlaces e información proporcionada por el INE, como: ¿Dónde votar?, Conóceles, Conóceles, Practica y Ubica, Boletas, y el micrositio del Poder Judicial de la Federación que ya habíamos mencionado previamente.

Conclusiones

Como se pudo observar a lo largo del presente documento, la información objetiva y certera resulta indispensable para construir una ciudadanía crítica capaz de ejercer sus derechos y defender los de la comunidad. Las TIC, particularmente las redes sociales, se han convertido en un medio de difusión y consulta de información noticiosa, lo que ha aumentado el riesgo de que ésta carezca de la calidad necesaria o sea manipulada con fines particulares y políticos. La lucha contra la desinformación, principalmente la electoral, resulta indispensable para la consolidación de nuevas etapas de la democracia.

En este sentido, el Instituto Nacional Electoral ha puesto en marcha diversas estrategias en tres vías: la de desmentir información maliciosa; la de proveer datos objetivos y completos, y de la establecer alianzas con las plataformas electorales. Las tres se han aplicado en importantes procesos electorales, como los concurrentes de 2023-2024 así como los inéditos para renovar el Poder Judicial, con resultados alentadores.

Destaca en estos esfuerzos el uso de la Inteligencia Artificial como aliada para contrarrestar la amplia difusión y velocidad con que se propaga la desinformación. Esta herramienta, a la vez que puede usarse para hacer más difícil la detección de la información alterada o incorrecta también puede ser una vía para poder hacerle

frente de manera más eficiente. En el caso del chatbot Inés, la automatización de las respuestas ha sido determinante para poder atender a todas las y los ciudadanos que duden de la veracidad de alguna aseveración.

Si bien, los avances son prometedores, es necesario reconocer que hace falta un énfasis en la capacitación de la ciudadanía para reconocer aquella información que pueda resultar falsa o contener datos imprecisos. Toda vez que es necesario hacer conciencia entre la sociedad de la importancia de verificar la información que se consume en el escenario digital, de tal forma que los esfuerzos institucionales para atender estos cuestionamientos tengan mayor efectividad. Esta es una tarea de largo plazo que requiere el más alto compromiso estatal.

Bibliografía

- Axel Bruns. Filtro burbuja. (2022). Revista Latinoamericana de Economía Y Sociedad Digital. Disponible en <https://revistalatam.digital/article/22tr05/>
- Carolina Carazo Barrantes. Periodismo y agenda setting: una discusión sobre el interés por asuntos públicos de la ciudadanía. (2018). Universidad de Costa Rica, Revista de Ciencias Sociales, Vol. II, No. 160. Disponible en [https://www.redalyc.org/journal/153/15357108005/html/#:~:text=Las%20redes%20sociales%20en%20Internet,redes%20sociales%20\(figura%205\).&text=Estudio%20de%20opini%C3%B3n%20p%C3%ABlica%20post,/ucr%2C%20febrero%20de%202014%20](https://www.redalyc.org/journal/153/15357108005/html/#:~:text=Las%20redes%20sociales%20en%20Internet,redes%20sociales%20(figura%205).&text=Estudio%20de%20opini%C3%B3n%20p%C3%ABlica%20post,/ucr%2C%20febrero%20de%202014%20)
- César Augusto Rodríguez Cano. (2017), Los usuarios en su laberinto: burbujas de filtros, cámaras de ecos y mediación algorítmica en la opinión pública en línea, disponible en <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/250/218>
- Consejo de Europa. Ciudadanía y participación. (s.f.) Disponible en <https://www.coe.int/es/web/compass/citizenship-and-participation>
- Delia Ferreira Rubio. Desinformación, redes Sociales y elecciones. (2024). Revista Voz y Voto. Junio. Disponible en <https://www.vozyvoto.com.mx/articulo/desinformacion-redes-sociales-y-elecciones>
- Eamonn Callan. Creating citizens. (1997). Political education and liberal democracy. Oxford University Press.
- Eduardo Andrés Calderón Marengo; Irene José Paola Raúdez Hernández. Desinformación digital y democracia en Iberoamérica: retos y oportunidades de

la Lex Criptográfica. (2024). Derecho global. Estudios sobre Derecho y Justicia, Vol. 9 no. 26. Disponible en https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-51362024000100015

- Foro Económico Global. Riesgos globales 2024: la desinformación encabeza los riesgos globales de 2024 mientras las amenazas ambientales crecen. (2024). Comunicado de prensa. Disponible en https://www3.weforum.org/docs/WEF_GRR24_Press%20release_ES_Latam.pdf
- Héctor Alejandro Ramos Chávez. Información y ciudadanía, una propuesta desde la gobernanza. (2015). Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información de la UNAM. Disponible en https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2015000300113
- Instituto Federal de Telecomunicaciones. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en Hogares (ENDUTIH) 2023. (2024). Comunicado de Prensa, disponible en <https://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/encuesta-nacional-sobre-disponibilidad-y-uso-de-tecnologias-de-la-informacion-en-los-hogares-endutih-1>
- Instituto Nacional Electoral. Conóceles. (2025). Disponible en <https://candidaturas poderjudicial.ine.mx/>
- Instituto Nacional Electoral. Cómputos Distritales del PEEPJF. (2025). Disponibles en <https://computospj2025.ine.mx/landing>
- Instituto Nacional Electoral. Cómputos de Entidad Federativa y Circunscripción 2025. (2025). Disponible en <https://computospj2025-entidad.ine.mx/landing>
- Instituto Nacional Electoral. Conóceles, Practica y Ubica. (2025). Disponible en <https://ine.mx/conoceles-practica-y-ubica/>
- Instituto Nacional Electoral. Elección del Poder Judicial 2025. (2025). Disponible en <https://ine.mx/eleccion-del-poder-judicial-de-la-federacion-2025/>
- Instituto Nacional Electoral. Factores que propician la desinformación. (2025). Certeza INE 2025. Disponible en <https://centralectoral.ine.mx/2025/05/03/factores-que-propician-la-desinformacion/>
- Instituto Nacional Electoral. Metodología INE 2025. (2025). Disponible en <https://centralectoral.ine.mx/2025/02/24/metodologia/>
- Instituto Nacional Electoral. ¿Por qué es importante combatir la desinformación electoral? (s.f.) Central Electoral. Disponible en https://centralectoral.ine.mx/wp-content/uploads/2024/03/Metodologi%CC%81a_Certeza-2024.pdf

- Instituto Nacional Electoral. Segundo Informe que presenta la Unidad Técnica de Transparencia y Protección de Datos Personales en relación con el Sistema Conóceles para la elección de integrantes del Poder Judicial de la Federación 2025. (2025). Disponible en <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/183436/CG2ex202505-29-ip-3.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Presentan INEGI y el INE los resultados de la Encuesta Nacional De Cultura Cívica (Encuci) 2020
- Jonathan Hernández Pérez, Ángel Guzmán Contreras. Desinformación en tiempos electorales: respuestas desde Argentina, Chile, Colombia y México (2018-2023). (2025). UNAM. Revista Investigación Bibliotecológica. Vol. 39, No. 103
- Maria Elena Gutiérrez Rentería. Digital News Report 2024: México. (2024). Reuters Institute, University of Oxford. Disponible en <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024/mexico>
- María del Carmen García Galera; Cristóbal Fernández Muñoz; Mercedes Del Hoyo Hurtado. Ciudadanía informada, ciudadanía participativa. La movilización de los jóvenes en el entorno digital. (2017). Prisma Social. Ciudadanía Digital y Open Data Access, No. 18. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353751820005.pdf>
- Meedan. Combate a la desinformación en la elección presidencial mexicana de 2024. (s.f.). Blog Post. Disponible en <https://meedan.com/post/combate-a-la-desinformacion-en-la-eleccion-presidencial-mexicana-de-2024>
- Naciones Unidas. Declaración Universal de los Derechos Humanos. (1948). Disponible en <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- OBS Business School. Redes Sociales, estado actual y tendencias 2023. (2023). Disponible en <https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-redes-sociales-estado-actual-y-tendencias-2023>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. La democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos. (2004). Disponible en <https://www.undp.org/es/latin-america/publicaciones/la-democracia-en-america-latina-hacia-una-democracia-de-ciudadanas-y-ciudadanos#:~:text=29%20de%20Julio%20de%202004,la%20democracia%20en%20la%20regi%C3%B3n>
- Silvia Conde. Formación ciudadana en México. (2014). Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática. Instituto Nacional Electoral. Disponible en <https://www.ine.mx/wp-content/uploads/2021/02/CDGD-32.pdf>
- Ricardo Gómez Vilchis. Impacto de la redes sociales en la percepción ciudadana sobre la compra del voto en México. (2020). Revista Mexicana de Opinión

- Pública. No. 28. Disponible en
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112020000100037#:~:text=En%20M%C3%A9xico%2C%20el%20uso%20de,la%20violencia%2C%20y%20la%20corrupci%C3%B3n.](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112020000100037#:~:text=En%20M%C3%A9xico%2C%20el%20uso%20de%2C%20y%20la%20corrupci%C3%B3n.)
- UNESCO. Los 10 tipos de desinformación electoral más comunes. (2024). Disponible en <https://www.unesco.org/es/fieldoffice/montevideo/expertise/desinfo/tips>

Norma Irene de la Cruz

Fue electa como Consejera Electoral del Instituto Nacional Electoral de México, por la Cámara de Diputados de ese país, para el periodo de julio de 2020 a julio de 2029.

Es licenciada en Periodismo y Comunicación Colectiva por la Universidad Nacional Autónoma de México (FES-Acatlán), y Maestra en Gestión del Mantenimiento de la Paz por la Universidad de Turín.

Se ha desempeñado como jefa del Departamento de Elecciones en Kosovo con la Organización de Seguridad y Cooperación Europea. Ha participado en varias Misiones de Mantenimiento de la Paz de las Naciones Unidas en diversos países de África. Ha participado en varias misiones de observación internacional y coordinado los equipos de observadores de las misiones de observación electoral de la Unión Europea en Perú, El Salvador y Gambia. Ha sido consultora con diversas organizaciones internacionales como IFES, PNUD, ONU, Comisión Europea, Departamento de mantenimiento de la paz de la ONU.

UNIORE - Ciclo de webinars 2025

El rol de las redes sociales en la difusión de desinformación y cómo gestionarlas

 23 de abril de 2025  2:00 p.m. (Hora de Panamá)



Lía Hernández

Directora Legal IT

EXPOSITORA



Hernán Gonçalves Figueiredo

Secretario de Actuación Judicial de la Cámara Nacional Electoral (CNE) de Argentina

EXPOSITOR



Leopoldo Alfaro

Director del Centro de Estudio y Monitoreo Digital (CEMD) del Tribunal Electoral de Panamá

MODERADOR

Escanea el QR para ver la repetición.



Oscar Adames presentador:

La Oficina de la Presidencia *Pro Témpore* de UNIORE les da la bienvenida a la quinta conferencia virtual del ciclo de webinars Uniore 2025. El tema que desarrollaremos en esta jornada es el rol de las redes sociales en la difusión de desinformación y cómo gestionarlas.

Presentación de los expositores:

Hernán Goncalves Figueiredo, Secretario de Actuación Judicial de la Cámara Nacional Electoral de la República Argentina.

Desde el año 2010; redactor principal de "Observando el Sistema de Justicia Electoral", un manual para las misiones de observación electoral de la OEA.

Autor del manual de Derecho Electoral "Principios y Reglas" (Buenos Aires, 2013 y segunda edición 2017) y de numerosas publicaciones especializadas.

Abogado egresado de la Universidad de Buenos Aires y magíster en Magistratura de la misma universidad con tesis aprobada sobre principios de derecho electoral.

Posee un posgrado de especialización para la magistratura de la Universidad Nacional de San Martín.

Profesor de la Escuela de Capacitación Judicial de la Asociación de Magistrados y Funcionarios de la Justicia Nacional.

Participó como docente y expositor en distintas universidades, cursos, talleres, foros, seminarios y congresos, además de conferencias nacionales e internacionales. Observador internacional en numerosas misiones de observación electoral.

Lía Patricia Hernández Pérez, abogada y cofundadora del Instituto Panameño de Derecho y Nuevas Tecnologías (Ipandetec), una organización sin fines de lucro que

promueve la defensa de los derechos humanos en el entorno digital en Panamá.

Abogada en Panamá y España, colegiada del ilustre Colegio de Abogados de Madrid.

Hizo estudios de máster en Derecho de las Nuevas Tecnologías en la Universidad de Bolonia, Italia.

En el año 2008, obtuvo una beca de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo para cursar un máster en Derecho de las Telecomunicaciones y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la Universidad Carlos III de Madrid, España, donde además fue profesora.

Directora de Legal IT, primera boutique legal especializada en derecho digital en Panamá y cofundadora del Instituto Panamericano de Derecho y Tecnología (Ipandetec), Organización Centroamericana de Derechos Digitales.

Miembro de la ITET Law Association, Chair de la International Association

for Privacy Professionals para Panamá y miembro del Observatorio Iberoamericano de Protección de Datos, con quien obtuvo el premio de investigación de la Agencia Vasca de Protección de Datos.

Como abogada, tiene más de 10 años de experiencia en asesoramiento jurídico en materia de protección de datos, comercio electrónico, seguridad de la información y comunicación y derecho digital.

Adicionalmente, como consultora internacional, presta asesoramiento a diversas empresas de tecnología y organizaciones en Latinoamérica, participando en proyectos de redacción de normas en la materia en diversos países, como El Salvador y Panamá.

En el campo de la docencia, podemos resaltar la coordinación académica del primer diplomado en protección de datos en Panamá, en la Universidad de Panamá. Dentro de su trayectoria, se destaca la mentoría de emprendedores y organizaciones sin fines de lucro.

Docente en universidades locales como la Universidad Latina de Panamá, Florida State University y la Universidad Carlos III de Madrid, España. Además, es colaboradora de diferentes medios de prensa nacionales e internacionales.

Leopoldo Alfaro, moderador, actualmente, director del Centro de Estudios y Monitoreo Digital del Tribunal Electoral de Panamá. Con más de 10 años de experiencia en el sector público, es el responsable de la comunicación digital, nuevos medios y del equipo de monitoreo de las plataformas digitales, la verificación de noticias falsas y los programas de capacitación cívica, de los programas electorales en línea.

Laboró anteriormente en el área de Planificación y Cooperación Internacional del Ministerio de Gobierno de Panamá y posee una maestría en Mercadeo Digital.

LEOPOLDO ALFARO:

Les extendernos la más cordial bienvenida a este espacio donde queremos reflexionar un poco acerca

del impacto de las redes sociales en la difusión de la desinformación y qué desafíos representa para la integridad de nuestros procesos electorales.

Creo que ya raya en lo trillado aquella frase de que estamos entrando en la nueva era digital y de los retos que eso lo acompaña, ya estamos viviendo rotundamente en un momento de la historia donde la información se accede de manera inmediata, y eso trae una serie de beneficios y de retos que nosotros, especialmente, en el menester de los procesos electorales, vivimos a la vanguardia de todos los demás.

Si nosotros nos imaginamos la comunicación en digital como una gran plaza pública, donde todos nos damos cita a comerciar, a intercambiar ideas, a hacer vida social, nos vamos a encontrar que, a diferencia de una plaza pública de carne y hueso, en esta hay muchísima más horizontalidad.

Entonces, el edificio donde está, por ejemplo, la Policía Nacional es del mismo tamaño que el edificio donde está tal vez una persona no ducha en

una materia, pero que al final tiene la misma ponderación en redes sociales o el mismo acceso a los recursos en redes sociales para difundir su mensaje y competir con el mensaje que dan algunas de las autoridades locales en nuestros países.

Esa clase de interacciones son las que nos dan cita el día de hoy, ya que esta nueva realidad donde todo es instantáneo, todo es casi ubicuo, afecta la manera en que nuestros ciudadanos pueden acceder a la información con la que toman decisiones en los distintos procesos de elección popular en nuestros países.

Toda elección debería ser libre, previa e informada; es ese “informada” al final que debemos cuidar nosotros como actores que organizan las elecciones y buscar aliados a la hora de garantizar que la cultura democrática siga siendo saludable para todos. Y eso es, un poco, lo que nos atañe el día de hoy y por lo que les agradezco a nuestros panelistas estrellas: Hernán y Lía, que nos vienen a compartir dos perspectivas distintas, pero que se complementan muy bien: tanto desde

el punto de vista de la sociedad civil y de los profesionales organizados que les interesa la moderación de la información en línea y la protección de los datos, y también desde el rol de las instituciones estatales o públicas que tienen la responsabilidad de asegurarse de que todos tengan la misma igualdad de condiciones a la hora de participar de procesos electorales.

Quiero compartir una serie de preguntas que nos ayudarían a dar inicio a este webinar. Para Lía: ¿Cuáles son los principales tipos de colaboración que debería existir entre las instituciones públicas y la sociedad civil para poder mitigar el impacto de la información electoral?

LÍA PATRICIA HERNÁNDEZ PÉREZ:

Gracias, Leopoldo, y gracias al Tribunal Electoral de Panamá por la invitación y a seguir discutiendo este tipo de temáticas que son necesarias, no únicamente en el periodo cercano a una elección; son temáticas en las cuales se debe ir trabajando y las cuales deben mantenerse siempre en

la palestra durante los años previos o los sucesivos a cualquier tipo de elección.

Panamá acaba de pasar por unas elecciones en el año 2024, este año 2025 y los retos que se aproximan hacia las elecciones del 2029, al menos en nuestro país, son muchos, porque ahorita el trend es la inteligencia artificial, pero no sabemos para el 2028 cuál será la tecnología emergente que prime.

Por consiguiente, en materia de desinformación y en materia de redes sociales, creo que es muy importante la colaboración. Creo fielmente en el modelo de colaboración multisectorial, ese modelo en el que se pueden sentar en una misma mesa diferentes sectores: la academia, la sociedad civil, el gobierno, los técnicos y, sobre todo, el gobierno y la empresa privada.

Cada quien a velar por sus intereses y cada quien a intentar entender qué es lo que está pasando y ponerse en la posición del otro. Este tipo de conversaciones, este tipo de diálogos multisectoriales, hace que la colaboración sea recíproca y que las

capacidades que, a lo mejor el gobierno no pueda cubrir por falta de presupuesto o personal idóneo en la materia, lo pueda hacer la academia o lo pueda hacer un sector privado o la comunidad técnica.

Por otro lado, temas como el seguimiento o el combate o las campañas hacia la desinformación, ¿qué mejor aliado para una entidad electoral que la sociedad civil pueda ser su principal aliado? Y el Tribunal Electoral de Panamá, creo que es una muestra de esto; en las pasadas elecciones se apoyó muchísimo a organizaciones de la sociedad civil; en Panamá para poder ahorrar el trabajo y poder repartir cosas y tareas que a lo mejor el equipo de monitoreo digital, que, aunque ha crecido, no se daba abasto.

Creo que esto es principal y es fundamental poder y, sobre todo, en países pequeños como Panamá. A lo mejor en países más grandes en los que la circunscripción o las autoridades electorales se encuentran por estados federales, puede ser más complejo y la división de tareas puede darse dependiendo de cada región o

cada provincia o estado del país. Panamá, que es un país pequeño, creo que la colaboración entre todos los sectores es fundamental.

La colaboración también es fundamental de cara a que se transparenten los procesos, que se transparente qué se está haciendo, de que se transparente cómo hace contacto o qué tipo de relaciones tiene la autoridad electoral con algunos entes, sobre todo del sector plataformas digitales, y qué se está haciendo para combatir la desinformación: Eso es clave.

He trabajado como sociedad civil en las elecciones del 2019 en Panamá y las elecciones del 2024, siguiendo temas tanto de violencia digital como de moderación de contenido y combate de la desinformación. Hemos visto cómo ha crecido ese grupo de personas que están interesadas en estos temas.

Entonces, no quisiera ser más repetitiva, pero creo que el papel que hacen las autoridades electorales al hacer una primera toma de contacto con las entidades y las plataformas

digitales y luego poder exponerle al resto de actores multisectoriales en el país qué se está haciendo y cómo se está haciendo, y de qué manera pueden apoyar.

El Tribunal Electoral o una autoridad electoral en cualquier parte de América Latina y el Caribe muy rara vez puede tener todas las capacidades para poder implementar y poder combatir un fenómeno como la desinformación; un fenómeno de la desinformación que únicamente no se da a través de los medios digitales, que también puede ocurrir a través de los medios de comunicación tradicionales y suele ocurrir muchísimo.

No sé si esta pregunta o esta parte o esta temática va a ser más adelante, pero me gustaría también mencionar lo importante que es capacitar al personal, no solamente al personal de la autoridad electoral, sino también capacitar a los ciudadanos sobre las diferentes temáticas, y comenzamos a identificar y a respetar, porque para algunos desinformar es el pan nuestro de cada día, para otros combatir la desinformación lo es. Pero hay que

poder identificar o definir diferentes conceptos en materia de desinformación: ¿cuándo se da? ¿cuándo realmente se da desinformación? ¿cuándo la noticia es realmente falsa? ¿cuándo es disinformation (Información falsa, creada y difundida con la intención de engañar) y cuándo es misinformation (Información falsa, pero compartida sin mala intención) que son dos conceptos o temáticas distintas? Luego entra también el tema de la **moderación de contenido** y entra en juego derechos fundamentales como el acceso a la información, la libertad de expresión. Son situaciones que van todas de la mano en contextos electorales y en contextos de desinformación en las redes sociales, pero que cada una se maneja o se debe regular de una manera distinta.

Entonces, no sé si esta parte del tema de moderación de contenido, que es muy interesante, lo tocaremos más adelante, pero me parece que las autoridades electorales, al menos en la región centroamericana, que es donde suelo trabajar, tienen una falencia grande porque no hay

procedimientos debidos o no hay parámetros para los cuales una persona quiera moderar un contenido. Luego, las normas comunitarias de las plataformas digitales en temas de moderación de contenido, a mi percepción, están muy adecuadas o muy enfocadas a las regulaciones de países grandes potencias del mundo, llámese la Unión Europea o Estados Unidos, y al momento de aplicarlos en jurisdicciones o en países en los cuales la regulación, el marco jurídico no acompaña estos temas, es un poco complicado. ¿Cómo le dices a un periodista que la noticia que acaba de subir de un candidato presidencial va a ser moderado ese contenido y va a ser bajado de la plataforma? ¿Bajo qué procedimiento? Para un periodista en un país pequeño como Panamá, y sucedió en las elecciones, no me dejará mentir Leopoldo, eso es considerado como una plena violación a su ejercicio de la libertad de prensa.

Todo este tipo de temáticas y todo este tipo de cosas tenemos que comenzar a trabajarlas y definirlas.

Me parecen geniales este tipo de espacios de conocimiento, de

compartir información, compartir prácticas, buenas prácticas de otras partes del mundo, como las que compartirá Hernán en el caso de Argentina, y que se pueden poner de manifiesto lo que se está haciendo en un país o en Panamá no es que lo estamos inventando y lo estamos haciendo con la intención de vulnerar algún derecho fundamental en este caso la libertad de expresión, la libertad de prensa, acceso a la información; son tendencias que se dan y tendencias que han ido pasando en el tiempo a raíz de la proliferación y el uso de las plataformas digitales y las redes sociales en contextos electorales.

Creo que eso es importante que se realicen este tipo de actividades no solo para personas de organismos electorales, sino también para personas que siguen procesos electorales, miembros de la sociedad civil. Y ya sabe Leopoldo que cuenta conmigo para este tipo de actividades y que deberíamos estar capacitando a las personas desde ya, porque en un abrir y cerrar de ojos se nos viene el 2029 y se nos vienen todas las

tendencias de aquí al año 2029 y no vamos a poder lidiar con ellas.

En el contexto panameño, se viene también un inicio de una mesa de reformas electorales que sucede un año después de cada periodo electoral, en la cual miembros multisectoriales se sientan a discutir y a proponer reformas al Código Electoral y adecuarlo a las tendencias actuales. Y creo que es prioritario y necesario que los temas de corte digital sean contemplados como una prioridad y que no sea algo accesorio, cosa que creo que faltó mucho más profundizar en las reformas electorales del año 2019-2020.

Con respecto al tema digital que nos comió en las elecciones 2024 y que, posiblemente, pasará lo mismo en el 2029. Para eso, hay que considerar actores especializados en la materia, independientemente de que una organización sea full o 100% técnica, ellos son quienes te pueden enseñar o te pueden nutrir como profesional, cómo definir o cómo distinguir o cómo conceptualizar una temática que, a lo mejor una organización de base de

tipo de democracia o electoral no, lo concibe.

Entonces, creo que se vienen muchos retos y muchas situaciones que van a ir pasando en Panamá en el transcurso de estos años. Esperamos con ansia los avances que vayan a haber en el tema de la reforma electoral.

Para cerrar, podría decir que es fundamental y básico comenzar a colaborar y hacer una repartición de tareas.

El Tribunal Electoral tiene que soltar porque no puede hacerlo todo y debería apoyarse en estos actores, que es mucho más fácil poder ponernos de acuerdo todos en un país de 4 millones de habitantes como Panamá que hacerlo en un gran país; como en el caso de Argentina, que son muchas más personas, más difícil poner de acuerdo a 40 millones de personas que poner de acuerdo a 4 millones. Y es uno de los principales retos que tenemos como nación de cara a la siguiente mesa de reformas electorales: priorizar el tema de las plataformas digitales, priorizar el tema

digital y que no sea visto como un tema accesorio o extraño a la realidad actual y a lo que estamos viviendo como sociedad de la información y la comunicación.

LEOPOLDO ALFARO:

La pregunta para Hernán: ¿Cuáles son esos desafíos que enfrentan las autoridades electorales para combatir la desinformación y qué cosas se han venido haciendo al respecto?

HERNÁN GONCALVES:

Como se dijo al principio, ya es trillado hablar de la digitalización. Todos asumimos que la mayor parte de la información y del debate público en los últimos años transcurre en las redes sociales y en los entornos digitales. Esto, como mencionó Leopoldo, ha horizontalizó y democratizó el acceso a la expresión.

Cada vez más personas tienen la posibilidad de hacerse escuchar, incluso de enviar mensajes directos a las principales figuras políticas, a los candidatos, etc. Pero, al mismo tiempo, por las características propias

del entorno digital, se polariza más y la información se vuelve más fragmentada. Hay menos espacio para el debate profundo sobre temas complejos que tienen que sintetizarse en pocos caracteres. Esto provoca que se asuman posiciones extremas, lo que, como sabemos, el efecto de las "cámaras de eco" y el funcionamiento de estos entornos hace que la gente perciba solo una parte, un recorte de la realidad. En última instancia, la calidad del debate público puede verse afectada por las limitaciones o características de las herramientas digitales y las redes sociales.

En ese contexto, por lo menos desde la perspectiva del organismo electoral argentino al que pertenezco, la Cámara Nacional Electoral, hay dos planos bastante diferenciados con distintos tipos de preocupaciones: por un lado, la desinformación relacionada con la contienda electoral, la lucha entre los candidatos y sus campañas; por otro, la posible afectación a la legitimidad democrática del proceso electoral por mensajes que pueden socavar y mitigar la confianza pública en su transparencia, autenticidad y

justicia. Los organismos electorales tienen un rol central en asegurar la legitimidad de origen de los candidatos. Es un sistema que, además de ser técnicamente preciso, tiene que parecerlo y generar confianza, porque, como dice el teorema de Thomas: "Si las personas definen situaciones como reales, estas son reales en sus consecuencias". Así, pueden producirse efectos de deslegitimación y relatos de fraude sin respaldo en la realidad, pero que hacen que la gente desconfíe de que los candidatos proclamados sean el producto de la voluntad popular.

Dentro de la premisa general de los desafíos, Leopoldo me consultaba sobre la desinformación. Creo que mejorar la calidad de la deliberación del debate público es uno de los principales aspectos para fortalecer la cultura democrática. Y en ese sentido, el rol de los organismos —al menos la función que asume la Justicia Nacional Electoral— es, en primer lugar, tratar de prevenir la desinformación sobre el proceso electoral. Esto se logra informando,

como también mencionaba Lía. La necesidad de capacitar y educar a la ciudadanía hace que las eventuales maniobras de desinformación tengan menos impacto real y sean menos efectivas si la gente ya cuenta con información previa. Por lo tanto, la prevención mediante la divulgación de información es esencial: desde cómo y cuándo se vota, hasta los horarios. Son temas básicos, pero en la jornada electoral ya no hay tiempo para informar suficientemente si hay una maniobra de desinformación.

Después, dentro de los desafíos de la autoridad electoral, en la Cámara tenemos sistemas de monitoreo. Hace por lo menos diez años que venimos haciéndolo, primero con asistencia externa y ahora con una oficina especializada en la propia Cámara Electoral. Hacemos un seguimiento en las redes sociales para detectar y, si es necesario, salir a aclarar cuestiones relacionadas con la información del proceso electoral que puedan afectar su integridad, legitimidad y la confianza de la ciudadanía. La primera cuestión es que, cada vez hay más redes y más

cuentas. Por eso, las herramientas de monitoreo con fines de información son, en mi opinión, uno de los primeros desafíos: cómo mantenerse actualizado para realizar esta labor. En la última elección, monitoreamos casi 25.000 cuentas diferentes de personas que podían potenciar un mensaje de desinformación y viralizarlo. Pero, después de la prevención, la primera cuestión es cómo se mantiene informado el Tribunal Electoral sobre los episodios o mensajes de desinformación que puedan estar circulando.

El segundo desafío, y algo histórico, es cómo gestionar la respuesta. Si la prevención no funcionó y se detecta un mensaje que afecta el proceso, es importante saber cuándo y por qué medio salir a responder, además de cómo hacerlo. Si desean, después profundizo en este tema. Me parece un factor fundamental, porque si el mensaje de respuesta es desproporcionado —en el sentido de que la autoridad electoral aclara algo que en realidad se había circunscrito a pocos usuarios—, quizás genera un problema masivo donde no lo había.

Por eso, el problema es cómo focalizar la respuesta en el circuito de las cuentas que se están nutriendo de ese mensaje desinformaste. Por lo tanto, cómo gestionarlo, cómo responder, en qué momento y con qué volumen de respuesta, creo que es un desafío central.

Un tercer desafío, que considero inexorable, es el vínculo con las plataformas y con la sociedad civil, como bien plantea Lía. En elecciones anteriores, en la última, tuvimos la experiencia de convocar a la sociedad civil, a diferentes organizaciones que se ocupan de estos temas y a sectores de la prensa tradicional para explicar cuestiones que se estaban divulgando sobre el proceso electoral. Concretamente, sobre los escrutinios que llevaban a creer que había una posibilidad de fraude o, al menos, un intento de instalar ese relato. Entendimos que era más productivo explicarles cómo era el proceso a terceros de la sociedad civil para que ellos hicieran su propio juicio crítico y hablaran con los medios tradicionales, y así, explicar masivamente el funcionamiento del proceso, en lugar de salir con la voz directa de la

autoridad electoral, que en parte también estaba siendo atacada con ese relato.

Entonces, la sinergia con la sociedad civil es fundamental, y también el vínculo con las plataformas de redes sociales. Este me parece un punto central para la prevención, para evitar y para reclamar en diferentes cuestiones. Para ello, es inevitable tener un responsable de las plataformas en contacto con la autoridad electoral. En este punto, me parece que es uno de los temas para reflexionar. Dado que este es un problema común que excede las fronteras de un país y los límites de la soberanía territorial no aplican al terreno digital, la cooperación entre los tribunales y organismos electorales — actividades como estas y otras que nos conecten— para tener puntos en común en la mesa de diálogo con las plataformas de redes sociales, me parece muy importante.

LEOPOLDO ALFARO:

Después de escuchar tanto a Lía como a ti, me queda claro que existe una necesidad mutua y reconocida: por un lado, las organizaciones electorales buscan en la sociedad civil interlocutores que validen los mensajes de las autoridades. No se trata de un "cheque en blanco", sino de una revisión por pares que confirme que las cifras y los procesos son correctos. Por el otro, la sociedad civil busca activamente espacios donde participar en estos procesos públicos, tener una voz que se escuche y ofrecer una retroalimentación que enriquezca el proceso electoral.

Antes de pasar a las preguntas y respuestas, me gustaría hacerles una única pregunta a ambos:

¿Qué tan fácil o difícil ha sido, desde la perspectiva de los organismos electorales, encontrar a esos interlocutores en la sociedad civil organizada? Y, a la inversa, ¿qué retos han enfrentado o qué recomendaciones darían ustedes, desde la sociedad civil organizada, a los organismos electorales para buscar esos espacios de colaboración donde se les reconozca como **actores**

del proceso, donde puedan participar en los diálogos y tener acceso a la información?

Para mantener el orden, si les parece, podemos empezar con Hernán y luego continuar con Lía.

HERNÁN GONCALVES:

A nosotros, en general, nos fue muy bien con la sociedad civil, especialmente cuando la necesitamos para los propósitos que mencioné. El objetivo no era solo convencer de que el proceso funcionaba correctamente, sino darles información para que ellos la contrastaran, llegaran a sus propias conclusiones y, si lo consideraban necesario, se pronunciaran públicamente.

Concretamente, hubo un episodio relacionado con el procedimiento de escrutinio definitivo y la supuesta posibilidad de que un fraude se cometiera a partir de errores en la documentación. En el marco de lo que llamamos Compromiso Ético Digital — inspirado, digamos, en el pacto ético panameño que ustedes han suscrito durante mucho tiempo—, habíamos

establecido vínculos con diferentes sectores, entre ellos, la sociedad civil dedicada a cuestiones electorales y a la libertad de expresión, así como con la prensa tradicional.

Convocamos a una jornada informativa sobre el tema que se estaba debatiendo, y al finalizar, muchos de los participantes fueron entrevistados por periodistas y canales de televisión. Sus opiniones aliviaron y frenaron enormemente la circulación de desinformación, ya que había referentes con prestigio y reconocimiento que estaban dando fe de algo que ellos mismos habían presenciado. Por eso, creo que es fundamental. En la experiencia de la Justicia Electoral Argentina, este tipo de actividad conjunta siempre ha sido exitosa.

LÍA PATRICIA HERNÁNDEZ PÉREZ:

Me parece que se podría hacer mucho más. Así como existe un pacto ético digital, se podría trazar una hoja de ruta que incluya una serie de acciones divididas en componentes y pilares, una especie de estrategia electoral

digital. Esta estrategia podría ir cumpliéndose poco a poco, con la asignación de tareas a diferentes sectores.

En Panamá, hay muchas estrategias, pero su implementación no siempre es exitosa, porque no se puede esperar que una única autoridad o entidad electoral se encargue de todo. Las elecciones son un trabajo mancomunado en el que participan muchas personas, y no todas pertenecen a la actividad electoral. Hay un trabajo de los partidos políticos, de los ciudadanos voluntarios, de los independientes, de la Junta Nacional de Escrutinio y de muchos otros actores. Por eso, creo que esta estrategia podría definir una serie de acciones a implementar de cara a la siguiente elección.

Más allá del tema regulatorio o normativo, que es lo que se trabaja básicamente en una mesa de reformas electorales, mi recomendación es clara. Y aunque suene trillado, hoy en día está muy de moda decir que uno tiene que aprender a soltar y a delegar. Creo que hay cosas que el Tribunal sigue

haciendo, pero que podría fácilmente ceder a través de convenios de colaboración. Así podría garantizar que la otra parte cumplirá con la tarea asignada, con el debido monitoreo. Es algo posible. De la misma manera que se han firmado acuerdos para temas de equidad de género o para el pacto ético digital, estos temas también son muy necesarios.

Considero que hay voluntad. Hay organizaciones de la sociedad civil que, si se les toca la puerta, lo harían. Aunque las organizaciones en Panamá con capacidad de personal para este tipo de tareas son pocas, hay muchas organizaciones de base cuyos principios se centran en temas de democracia y que también estarían dispuestas a colaborar. Por lo tanto, creo que hay mucho por hacer y muchas ideas que pueden surgir a partir de estos temas.

LEOPOLDO ALFARO:

Llegamos a la parte interesante de todos estos eventos: la interacción con el resto de los que nos acompañan. Antes de eso, haré un breve repaso de los temas que más han resonado

conmigo en este momento. El más importante, por encima de todo lo demás, es capacitar a todos los interlocutores en los procesos electorales, tanto a los funcionarios de los organismos electorales como a la sociedad civil organizada y la ciudadanía en general. Al final, esa transferencia de información es la que nos permite tener a alguien que entienda el mensaje que transmite la autoridad y que todos conversemos usando los mismos códigos.

Eso me resuena mucho con lo que decía Hernán hace un momento acerca de los pactos digitales o los pactos éticos, como la iniciativa que existe en Argentina. Con toda humildad, podemos decir que en Panamá hemos seguido apostándole a eso en el transcurso de los años. Son esas iniciativas cívico-electorales las que llevan esa formación a todos los ciudadanos en el país.

Otro tema es la importancia de la moderación por parte de los operadores de las plataformas digitales, un punto importantísimo que creo que no terminaríamos de atender hoy. Sin embargo, definitivamente hay

un límite entre lo que pueden hacer nuestras leyes locales para defender la libertad de expresión y las cosas que sí son sancionables por las autoridades electorales para proteger un proceso. Y esa, creo, es una conversación que tendríamos que tener todos en bloque como región, reconociendo lo que bien decían Hernán y Lía acerca de la dificultad de los mercados pequeños a la hora de establecer metodologías con empresas como Meta, Google y X. Ahora también TikTok, que de seguro va a ser un actor importante para el próximo ciclo electoral. También debemos entender cuáles son los códigos que utilizan estos operadores de tecnología para poder ser muchísimo más eficientes en estas interlocuciones y no quedar atrapados en un periplo.

Por supuesto que eso nos lleva a preguntarnos si debemos o no hacer cambios a las legislaciones, y por último, la apertura de los datos. Eso que decía Hernán de invitar a la sociedad civil organizada a ver los procesos en vivo, a que ellos den testimonio de lo que está sucediendo.

Y eso lo relaciono con lo que decía Lía al final acerca de firmar acuerdos de cooperación que les permitan a organismos no gubernamentales consultar la información que recogemos nosotros como tribunales y operadores de justicia electoral, para que de eso se puedan sacar estudios y estrategias que nos sirvan a todos para mejorar el proceso electoral.

Con eso, suelto la guitarra y pasamos al periodo de preguntas y respuestas, empezando por una que nos deja aquí don Pedro Pablo Yérménos de República Dominicana, quien nos pregunta: "¿Qué les parece la posibilidad de instaurar un sistema de veeduría social especializada como forma de combatir la desinformación?". Y ahí, pues, lo dejo a la reacción de nuestros panelistas. Me gustaría primero escuchar la opinión de un organismo electoral.

HERNÁN GONCALVES:

No sé bien cómo sería la veeduría social especializada. Hay muchos proyectos y emprendimientos de **fact-checking**, o sea, una asociación de sectores de la prensa que hacen

verificación de la información y salen a aclarar, lo que me parece una respuesta parcial, pero que ayuda en muchos aspectos. También contribuye a aclarar algunos puntos. Pero no sé si esa es la pregunta, si tiene que ver con esto, veeduría social especializada, con el fact-checking que hacen siempre sectores del sector privado, por supuesto. Entiendo que no sería el organismo electoral ni una autoridad del Estado quien puede hacer esta actividad, pero en la medida en que sean los sectores con conocimiento y de prestigio de la sociedad civil, me parece que contribuyen.

LEOPOLDO ALFARO:

Para ilustrar, antes de que Lía nos dé su opinión, me quito mi sombrero de organizador y me pongo el de panelista por un momento. Creo que es un tema que se ha conversado mucho en otros círculos, donde, así como hay observación electoral in situ viendo el desarrollo de las elecciones en el día de la votación, también vale la pena tener observatorios de actividad electoral en línea. En ellos,

participarían tanto los distintos organismos electorales para tener un refuerzo entre distintos funcionarios de diferentes países, compartiendo mejores prácticas. Digamos que es un eje vertical donde los distintos organismos electorales bajan esas ideas al día de las elecciones, pero también podemos tener esa horizontalidad de participar de eso a organizaciones locales, entiéndase un Maldita en España, una Agencia Lupa en Brasil o un Chequeado en Argentina, que también pueden participar de esas actividades y de alguna manera también cumplir su rol periodístico.

LÍA PATRICIA HERNÁNDEZ PÉREZ:

Creo que ya existen redes, tanto de iniciativa de la sociedad civil como iniciativas de organismos intergubernamentales. Si no me equivoco, la UNESCO tiene una plataforma, se me escapa el nombre, pero reúne organizaciones que trabajan pro la alfabetización mediática y uno de sus temas también incluye en los temas de

desinformación a través de las plataformas digitales. En esta iniciativa participan diferentes organizaciones, tanto entes públicos como privados, y la intención es cruzar información y quiénes están trabajando por estas temáticas, no únicamente en contextos electorales, sino también otro tipo de contextos.

Creo que las iniciativas existen; el tema es darle el seguimiento y también el impacto que puedan tener estas iniciativas. Yo siento que algunas de las iniciativas siempre son construidas o hacia un foco o un territorio en particular, y muchas veces territorios pequeños o países pequeños, llámese, por ejemplo, Centroamérica. Creo que es la única región de América Latina y el Caribe —bueno, no sé si en el Caribe, desconozco— pero que no tiene una agencia de fact-checking. Hubo una iniciativa de ser creada en Guatemala, una, no sé si se llegó a perfeccionar, pero luego de México nos saltamos a Colombia. Entonces, hay iniciativas que a lo mejor ayudarían muchísimo a empujar, porque los contextos en Centroamérica son bastante sensibles

y ocurren cosas no únicamente en el mundo digital, sino también en el mundo físico y cosas desde cortes de electricidad o del suministro de internet para quien está comunicando en una fecha de unas elecciones hasta el tema de la desinformación. Entonces, creo que sí existe algo, pero al ser coordinado por un organismo intergubernamental como la UNESCO, que es una agencia de las Naciones Unidas, tiene ciertas restricciones que no tendría si fuera una iniciativa creada por la sociedad civil.

LEOPOLDO ALFARO:

Víctor Esparagoza nos hace una pregunta para Hernán: "¿Qué herramientas digitales utilizan para monitorear cuentas y qué acción realizan cuando detectan alguna que está desinformando masivamente?"

HERNÁN GONCALVES:

Por una parte, las herramientas fueron y están siendo desarrolladas internamente con software R y Python. Técnicamente, a mí me cuesta un poco, no soy informático, pero sé que

hay un desarrollo con esas herramientas.

Estamos explorando qué herramientas que se puedan contratar externas para potenciar nuestro monitoreo tengan inteligencia artificial o algo que nos ayude. Encontramos algunas; en principio, por ahora, con un sistema propio. Pero ¿y qué acción realizan cuando detectan alguna que está desinformando masivamente? Básicamente, cuando es muy masivo, primero se responde o se aclara desde la red social de la Cámara Electoral por la misma vía. La regla es: si la desinformación está circulando exclusivamente en X, informar a través de la cuenta de X de la Cámara, si vemos que esto desborda esa red social y ya circula, por ejemplo, lo levanta un canal de televisión, por ejemplo, las radios; en los casos más masivos se sale a explicar con algún comunicado oficial, un informe de prensa y, eventualmente, si fuera necesario, se sale con entrevistas de funcionarios de la Cámara Electoral. Digamos que es como medio gradual, dependiendo de la masividad del mensaje y la fuente. En principio, la

idea es reciprocidad, digamos, responder en el área en el que se está desinformando.

LEOPOLDO ALFARO:

Solamente para contribuir desde la experiencia panameña, no puedo estar en este espacio y no hablar de la iniciativa que tenemos acá de "Verificado Contigo", que es básicamente el servicio de verificación de noticias electorales que el Tribunal crea para ocupar ese nicho específico entre el fact-checking en general que hacen los periodistas, y como dice Hernán, en la práctica a los organismos electorales les toca contestar sobre estos bulos de desinformación que se dan justamente en esos canales.

Pasamos a la tercera pregunta que tenemos de parte del público, que viene de Gloria Oviedo: "¿Qué iniciativa tienen para crear cultura en el uso de las plataformas electorales con el objetivo de debilitar las plataformas digitales dañinas?"

HERNÁN GONCALVES:

Por nuestra parte, básicamente me parece como demasiado ambicioso pretender —para nosotros, tratar de resolver o debilitar las plataformas dañinas, pero creo que el rol, por lo menos, que mejor puede fortalecer la calidad del debate en lo que tiene que ver con el proceso electoral, es lo que decíamos al principio, capacitar, educar cívicamente, informar, estar cerca del ciudadano, cerca del elector por los medios por los que se informa, con la información oficial auténtica, probablemente, apoyando los lenguajes, acercándonos más a los usuarios de las plataformas con los códigos de uso de las plataformas. Eso es lo que podemos aspirar a hacer: Difundir información oficial. También podría agregar que es muy valioso el trabajo de las organizaciones de la sociedad civil.

LÍA PATRICIA HERNÁNDEZ PÉREZ:

En el caso de Panamá, en las últimas elecciones, hay organizaciones que han trabajado desde monitorear temas de violencia digital hasta capacitar a la juventud sobre el voto informado y

correcto. Y, por otro lado, hacer giras por todo el país informando a las personas cómo realizar o ejercer el voto. Creo que todas estas iniciativas son muy valiosas porque de una manera u otra ayudan a erradicar esa desinformación que también se da en redes sobre temas falsos en cuanto al voto joven, a la violencia digital de candidatos o al tema de cómo votar o no y qué hacer en el día de las elecciones. Estas son tareas que ha hecho la sociedad civil de manera previa a una época electoral para que el día que lleguemos a las elecciones tengamos una ciudadanía informada, y una ciudadanía informada, por supuesto, que es una ciudadanía que tiene poder.

LEOPOLDO ALFARO:

Creo que es una modalidad que los tribunales hemos tenido que aprender a desarrollar, que es, por un lado, hacer cumplir la ley y la reglamentación local y, por un lado, pues siempre y cuando se configuren infracciones o delitos, darles proceso a eso por las vías correspondientes. Pero también acercarnos a los

ciudadanos, informarles de cómo se puede hacer un uso ético y moral de las plataformas digitales, y de esa manera también acompañarlos en esa conversación alrededor de los procesos electorales que nosotros vamos teniendo. No sé si alguien se anima a hacer una última pregunta antes de que cerremos la sesión del día de hoy. Voy a dar ahí unos 30 segundos para ver si alguien se anima a redactar una última pregunta en el chat.

Tenemos una última pregunta de parte de Leticia Jiménez: ¿Hay alguna herramienta que ayude a la verificación, a verificar información con inteligencia artificial?

LEOPOLDO ALFARO:

Si, la hay. Creo que un número de soluciones comerciales que pueden ser aplicadas.

Existe un número de grandes desarrolladores que utilizan herramientas como Python, como lo decía Hernán, pero más bien son soluciones a la medida. Lamentablemente, no hay el equivalente a Microsoft Word para el combate de la desinformación con IA, pero sí hay programación y ciencia de datos que se le puede aplicar al combate de la desinformación. Y creo que ahí está uno de los grandes retos que vamos a tener de aquí al próximo ciclo electoral.

El rol de las redes sociales en la difusión de desinformación y cómo gestionarlas

Hernán R. Gonçalves Figueiredo

Introducción: La anatomía digital de la desinformación

La noticia falsa y los efectos reales que puede generar la desinformación no es un fenómeno nuevo. Bien lo demuestra el caso histórico de Orson Welles, cuando en su programa de radio (en 1938) narró una supuesta invasión extraterrestre que sembró el pánico en miles de estadounidenses, convencidos de que su país estaba siendo invadido por un ejército de alienígenas. La falsa información -que en realidad era el relato de una novela (La guerra de los mundos)- provocó en la gente un miedo real, con reacciones reales, al punto que los teléfonos de emergencia de la ciudad recibieron multitud de mensajes de personas que decían haber visto a los extraterrestres.

Ahora bien, las redes sociales han transformado radicalmente tanto la velocidad como la escala de propagación de la noticia falsa. Si antes se necesitaba la infraestructura de una radio con gran audiencia para instalarla, hoy cualquier usuario con una cuenta más o menos popular puede generar contenido que alcance a miles de personas, en cuestión de horas. Además, las herramientas digitales en general y las aplicaciones de inteligencia artificial, en especial, hacen cada vez más sencillo elaborar contenido parcial o totalmente falso con notable apariencia de autenticidad. Esa posibilidad práctica puede incentivar la generación de estrategias para desinformar en procesos electorales que antes no eran imaginables, por la escasa posibilidad de lograr el propósito eficientemente.

Esto se potencia si se advierte que, en todas las democracias del mundo, actualmente, las campañas electorales, noticias y opiniones políticas, circulan a

través de las redes sociales y otros entornos digitales. Cada vez más ciudadanos se informan de cuestiones políticas y electorales a través de estos nuevos canales. Por esta razón, se ha puesto en el centro de preocupación de muchas elecciones, en todo el mundo, cómo las plataformas digitales han modificado el sistema de información que nutre la construcción de la voluntad política de los votantes y, consecuentemente, el funcionamiento de nuestras democracias. No se trata simplemente de una evolución tecnológica, sino de un cambio de paradigma que requiere nuevos marcos de comprensión y gestión.

El ecosistema digital: Arquitectura de la propagación

La concentración del poder informativo

La democracia supone la capacidad de las personas de discutir los problemas de gobierno y elegir a sus representantes. Mario Bunge lo sintetizó muy bien hace ya muchos años diciendo que “el ciudadano de una democracia auténtica [...] tiene que estar bien informado. El ciudadano carente de información, o alimentado a desinformación, se desinteresará de los asuntos públicos, al punto que ni siquiera concurrirá a las urnas. Delegará su opinión y su voto en la clase política” (cf. *Filosofía y Sociedad*, Ed. Siglo XXI, México, 2008, pág. 110). Pero la información no basta. Hay que transformarla en conocimiento, lo que requiere que aquella sea entendida y, más aún, evaluada como verdadera o falsa (Bunge, cit., p. 112).

Para un sistema democrático de calidad, entonces, se necesita una base de diálogo con información auténtica. El ágora donde los griegos debatían sus asuntos políticos, que luego pasó a las plazas, posteriormente a la radio y finalmente a la televisión, ahora se ubica en el terreno online; y si bien no hay evidencia de que las campañas de desinformación en Internet influyan de modo determinante en el resultado de una elección, existe un interés indudable en minimizar los riesgos de que el ciudadano sea confundido con intentos de manipular su decisión a la hora de votar.

Por otra parte, es inevitable tener presente que la estructura tecnológica global de información reposa actualmente en manos de unos pocos actores corporativos (Meta, Google, Twitter/X, TikTok) y esta concentración genera la paradoja de que, al mismo tiempo que se democratiza el acceso a la creación de contenido, se centraliza el control sobre los mecanismos de distribución de esos contenidos.

Los mecanismos de amplificación algorítmica

El efecto burbuja, las cámaras de eco, el sesgo de confirmación, la economía de la atención y otras características propias de las plataformas digitales hace que la desinformación encuentre buenas condiciones para propagarse en ese terreno. Un contenido falso, pero emocionalmente resonante puede superar a noticias verificadas, especialmente cuando apela a miedos, prejuicios o aspiraciones profundamente arraigadas.

Impacto en el proceso democrático

Las cuestiones que venimos señalando involucran algunos aspectos jurídicos que hacen a la integridad de las elecciones y entre los principales, podemos marcar los siguientes:

a. El derecho humano de acceder y difundir información

En la medida en que los procesos electorales se realicen en buenas condiciones de información, mayor será la calidad de la democracia. En tal sentido, la Corte Interamericana de Derechos Humanos ha sostenido que la libertad de expresión es una condición para que la comunidad, a la hora de ejercer sus opciones, esté suficientemente informada, en el entendimiento de que una sociedad que no está bien informada no es plenamente libre (cf. OC N° 5/85, pto. 70, CIDH). En afín orden de ideas, la Cámara Nacional Electoral ha reiterado en diversas oportunidades, la vital importancia que reviste el objetivo plasmado en la legislación vigente en materia electoral, de propender al “voto informado” del elector (cf. arg. del Fallo N° 3010/02, consid. 4° y sus citas).

b. Los principios de equidad y de transparencia que inspiran a las leyes de financiamiento de las campañas electorales

En el marco del respeto por la libertad de expresión, muchos países han regulado las campañas electorales. En la Argentina se limitan los tiempos y los medios. Hay monopolio estatal en la distribución de publicidad electoral en radio y televisión, y los partidos no pueden invertir en otros medios todo el dinero del que dispongan, pues también tienen limitado el gasto. Sin embargo, las plataformas globales plantean un desafío al momento de fiscalizar y detectar el respeto de los topes legales e identificar a quienes están detrás de las maniobras de desinformación.

c. La función de las elecciones en la legitimación de origen de los gobernantes

La democracia se asienta en un sistema de creencias y si las personas pierden la confianza en el proceso electoral -por más puro que sea- no podrá cumplir su función de legitimación del origen democrático de la autoridad de los representantes. Es decir, más allá de las campañas sucias entre candidatos, cuando

el perdedor no acepta los resultados hay un riesgo de “narrativa de fraude” que puede deslegitimar a los gobernantes. Es aplicable en esto el teorema de Thomas, que indica que “si las personas definen las situaciones como reales, estas son reales en sus consecuencias”.

Es lo que ocurrió, como vimos al comienzo, con la famosa noticia falsa de Orson Welles. Las personas, desconociendo la falsedad de la información, tuvieron reacciones reales en función de ella. Trasladado el teorema a nuestra materia, si la opinión mayoritaria considerase -por ejemplo- que un escrutinio no fue sincero, la legitimidad del candidato electo será muy baja aun cuando esa idea esté fundada en la circulación de noticias falsas.

La erosión de la verdad lesiona el debate democrático

La democracia requiere un mínimo de consenso para construir debates legítimos y si la ciudadanía actúa con versiones fundamentalmente diferentes de la realidad, el diálogo democrático se vuelve imposible. Por ello, es razonable esperar que el debate político tenga una base de evidencia verificable.

En materia electoral, el riesgo de la desinformación trasciende el resultado específico de una elección. La percepción generalizada de fraude, por ejemplo, puede erosionar la confianza en el propio sistema democrático, generando crisis de gobernabilidad y polarización social persistente. Además, erosiona la confianza en las instituciones públicas involucradas: medios de comunicación, instituciones académicas, organismos electorales, sistemas judiciales.

Estrategias de gestión: Un enfoque integral

La gestión de la desinformación requiere un balance delicado para proteger la integridad informativa sin lesionar la libertad de expresión. Por ello, deben tenerse en cuenta múltiples factores y limitaciones importantes.

Desafíos jurisdiccionales: Las plataformas operan globalmente, lo que dificulta la aplicación de regulaciones nacionales y la ejecución de las sentencias dictadas en países donde no tienen representación legal. El contenido puede originarse en un país, ser procesado en los servidores ubicados en otro y distribuido en un tercero. Por eso, en ausencia de un protocolo global o internacional, es necesario coordinar, desde la máxima autoridad electoral de cada país, vías de comunicación directas y ágiles con las plataformas.

Persecución del delito electoral: Más allá de las referidas dificultades jurisdiccionales relacionadas con la constitución procesal de las plataformas en actuaciones judiciales, deben investigarse y sancionarse los delitos penales

electorales que las personas pueden cometer a través de ellas. Recientemente en la Argentina, la Cámara Nacional Electoral confirmó el procesamiento de una persona que publicó un video falso (deepfake) en Facebook con el que se buscaba dañar la imagen y reputación de un candidato en los días previos al acto electoral (caso “Villaver”, Expte. N° CNE 6120/2021/CA1, sentencia del 15/7/25). El Tribunal entendió que la conducta encuadraba en el delito de inducción al voto mediante engaños, previsto en el art. 140 del Código Electoral Nacional. Anteriormente, ya había adoptado una decisión similar en un caso de violencia política y amenazas por redes sociales (Expte. N° CNE 9500/2023/6/CA2, sentencia del 29/10/24).

Definición de desinformación: Las maniobras bien diseñadas difícilmente permiten respuestas de verdadero o falso. Mucho contenido generado con el propósito de manipular las opiniones suele basarse parcialmente en información real. Establecer criterios objetivos para distinguir entre información falsa o verdadera, opiniones legítimas, chistes, sátiras, o errores no intencionales es muy complejo y potencialmente problemático desde la perspectiva de la libertad de expresión.

Velocidad vs. precisión vs. reparación: Los contenidos virales se propagan más rápido de lo que pueden ser verificados y desmentidos. Además, los tiempos electorales impiden la aplicación de criterios legales y procesales tradicionales. La divulgación de información falsa con una antelación de un día, diez horas o tres horas, previo a los comicios, es prácticamente imposible revertirla por los canales judiciales de costumbre. El sistema judicial tiene un paradigma que debe modificarse completamente para adaptarse a las nuevas realidades.

Políticas de integridad electoral: Las plataformas tienen un rol determinante en la calidad de la información electoral que circula en sus entornos. Así como cuentan con políticas muy activas para evitar la circulación de contenido manifiestamente ilegal, es necesario que apliquen protocolos de integridad electoral y que mantengan mecanismos de colaboración activa con las autoridades electorales. En este marco, la comunicación de la autoridad superior electoral de un país sobre la falsedad de algún contenido que desinforme o afecte la integridad del proceso electoral debería ser suficiente, como regla, para remover dicho contenido. Excepcionalmente, cuando la remoción no fuera útil (por la viralización masiva del contenido) las plataformas deberían etiquetar todos los mensajes con aquel contenido, proveyendo la información oficial proveniente de la autoridad electoral.

Educación digital y alfabetización mediática: Un estudio reciente indica que, si bien existe “una fuerte percepción del impacto de la desinformación en la intención

de voto, la correlación entre la exposición a información falsa y el cambio de opinión política no fue significativa. Esto sugiere que otros factores, como el nivel de alfabetización mediática y la predisposición ideológica, pueden moderar este efecto” (Revista ECIENCIA|Enfoque en Ciencias Sociales y Humanidades|Editorial CECDA, Vol. 2-Núm. 12 | DOI: <https://doi.org/10.71022/7vrhwt16>, pág. 177). Por eso, la formación ciudadana parece fundamental para crear defensas contra la desinformación. Enseñar habilidades para evaluar fuentes, identificar sesgos, reconocer técnicas de manipulación y ponderar críticamente la información antes de compartirla.

Sistemas de verificación colaborativa: La colaboración entre autoridades electorales, medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil y plataformas para crear sistemas de respuesta rápida ante contenidos potencialmente falsos.

Etiquetado colaborativo: Los sistemas que permiten a los usuarios reportar y contextualizar contenido falso o dudoso parecen un antídoto apropiado para mitigar los efectos de la desinformación. Todas las plataformas deberían poner a disposición mecanismos de ese tipo e informar los criterios de selección de la nota o el etiquetado.

El modelo argentino

Concientización y compromiso ético: La experiencia argentina, promovida por la Cámara Nacional Electoral, ofrece un modelo interesante de gestión colaborativa. Desde el año 2019 se propone encarar las elecciones con un "Compromiso Ético Digital" que logró articular a actores diversos -partidos políticos, plataformas tecnológicas, medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil- en torno a objetivos comunes.

Transparencia proactiva: Mediante el dictado de una Acordada precursora, en el año 2018 (Ac. CNE 66/18), la CNE adoptó un registro público de cuentas oficiales de candidatos y partidos que redujo la proliferación de perfiles falsos o no autorizados. El legislador luego incorporó ese sistema registral de cuentas oficiales al régimen legal (art. 43 decies y cc. ley 26.215 modif. por ley 27.504). Mas recientemente, ante el creciente desarrollo de la inteligencia artificial, la Cámara creó una Unidad de Inteligencia Artificial (Ac. CNE 85/24) y estableció sistemas de cooperación para identificar herramientas que permitan detectar y mitigar la desinformación electoral en redes sociales y otros entornos digitales (Ac. cit., consid. 7°).

Colaboración multisectorial: La participación voluntaria de las plataformas en el compromiso ético facilitó la implementación de medidas preventivas.

Monitoreo sistemático y protocolos de respuesta: El seguimiento de gastos en publicidad digital proporciona datos para evaluar el cumplimiento de las regulaciones electorales y detectar maniobras de desinformación. El monitoreo incluye la información atinente a la legalidad o legitimidad del proceso electoral, para llenar vacíos informativos con datos oficiales cuando se pone en tela de juicio alguna instancia del cronograma. Para llevar a cabo esta respuesta contra el contenido falso o que busque desinformar se elaboró un protocolo interno que va contempla los diferentes grados y vías de reacción, según la magnitud y efectos del episodio.

Educación ciudadana: Las campañas de concientización contribuyeron a crear mayor conciencia sobre los riesgos de la desinformación.

Desafíos emergentes y consideraciones futuras

Inteligencia artificial y deepfakes

La inteligencia artificial generativa y el desarrollo de tecnologías más avanzadas, pero más fáciles de usar, plantea nuevos desafíos. Los deepfakes audiovisuales, la generación de texto y la manipulación de imágenes están creando formas de desinformación muy convincentes y difíciles de detectar.

Polarización y posicionamiento previo

La desinformación amplifica las divisiones sociales existentes y el gestionar sus efectos -con políticas de moderación de contenido, por ejemplo- puede ser interpretado como una herramienta de censura por un sector significativo de la sociedad.

Conclusiones

La gestión de la desinformación en redes sociales no puede reducirse a soluciones tecnológicas o regulatorias aisladas. Requiere un enfoque sistémico que combine responsabilidad corporativa de las plataformas; directrices globales adaptativas que protejan tanto la integridad de la información electoral como los derechos fundamentales (con capacidad de evolucionar ante nuevos desafíos tecnológicos); el fortalecimiento institucional de organismos electorales; y fundamentalmente, la educación digital integral que prepare a las personas para ponderar críticamente las

fuentes de información en el ecosistema digital. Del mismo modo, es preciso contemplar la cooperación internacional para abordar las dimensiones transnacionales de la desinformación.

El objetivo no debe ser eliminar completamente la información falsa —lo que es probablemente imposible y potencialmente peligroso para la libertad de expresión— sino construir sociedades educadas para enfrentar los intentos de manipular su opinión político electoral.

El éxito relativo del modelo argentino demuestra que es posible generar consensos amplios para proteger la integridad informativa sin afectar la libertad de expresión. Sin embargo, este modelo requiere adaptación constante ante la evolución acelerada de las tecnologías y de las estrategias de desinformación.

El desafío no solo permanece abierto y requiere el compromiso sostenido de todos los actores, sino que se reactiva ante cada proceso electoral donde novedosas estrategias y herramientas digitales aparecen para generar nuevos retos.

Hernán R. Gonçalves Figueiredo

Secretario de Actuación Judicial de la Cámara Nacional Electoral de la La Desinformación en el Marco de Los Procesos Electorales y Como Proteger La Democracia Digital.

Alfredo Juncá Wendehakelas misiones de observación electoral de la OEA”. Autor del “Manual de Derecho Electoral. Principios y reglas” (Bs. As., 2013 y 2da ed. 2017) y de numerosas publicaciones especializadas. Abogado egresado de la Universidad de Buenos Aires y Magíster en Magistratura de la misma universidad, con tesis aprobada sobre principios de derecho electoral. Posgrado de Especialización para la Magistratura de la Universidad Nacional de San Martín. Profesor de la Escuela de capacitación judicial de la Asociación de Magistrados y Funcionarios de la Justicia Nacional. Participó como docente y expositor en distintas universidades (UBA, UNSAM, Austral), cursos, talleres, foros, seminarios, congresos y conferencias, nacionales e internacionales. Fue observador internacional en numerosas misiones de Observación Electoral

Estrategias de Comunicación Oficial para combatir la desinformación durante un proceso electoral

 21 de mayo de 2025  2:00 p.m. (Hora de Panamá)



Yara Ivette Campo B.

Directora Ejecutiva Institucional
Tribunal Electoral

MODERADORA



Piero Corvetto

Oficina Nacional de Procesos
Electores del Perú (ONPE)

EXPOSITOR



Gustavo Román Jacobo

Dirección General de Estrategia y Gestión
Político-Institucional
Tribunal Supremo de Costa Rica

EXPOSITOR

Escanea el QR para ver la repetición.



ÓSCAR ADAMES presentador:

Reciban un cordial saludo desde el Tribunal Electoral de Panamá. La Oficina de la Presidencia *Pro Tempore* de UNIORE le da la bienvenida a esta conferencia virtual del ciclo de Webinars de UNIORE 2025. El tema que estaremos desarrollando en esta jornada es “Estrategias de comunicación oficial para combatir la desinformación en un proceso electoral”.

Presentación de los expositores:

Gustavo Román Jacobo, Director general de Estrategia y Gestión Política del Tribunal Supremo de Elecciones de Costa Rica, donde también fue letrado.

Licenciado en Derecho por la Universidad de Costa Rica.

Diplomado en Estudios Europeos Avanzados en Comunicación Política e Institucional por el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset.

Máster en Marketing, Consultoría y Sociedad de la Información por la Universidad Complutense de Madrid.

Docente de grado en la Facultad de Derecho y de posgrado en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UCR y en FLACSO.

Ha colaborado con el Departamento para la Cooperación y Observación Electoral de la OEA en capacitaciones de combate a la desinformación para varios organismos electorales latinoamericanos.

Ha publicado artículos en revistas especializadas en Derecho Electoral y Comunicación Política, y es articulista de Página 15 del Diario La Nación de Costa Rica.

Piero Corvetto, Experto en administración de elecciones, registro y observación electoral.

Desde agosto de 2020 se desempeña como jefe nacional de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE).

Durante más de 20 años de servicio al Estado, ha desempeñado cargos de

dirección y asesoramiento en organismos del sistema electoral peruano, de control gubernamental, entre otros.

Ha representado a los organismos electorales y al Estado peruano en misiones de observación y eventos electorales de América.

Magíster en Ciencia Política, con mención en Política Comparada, y egresado del Doctorado en Ciencia Política y Gobierno de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Lima.

Yara Ivette Campo B., moderadora, Licenciada en Derecho y Ciencias Políticas por la Universidad de Panamá

Posgrado y maestría en Derecho Procesal por la Universidad Interamericana. Posgrado de Especialización en Derechos Fundamentales y Garantías Constitucionales en la Perspectiva del Siglo XXI por la Universidad de Castilla-La Mancha, Toledo, España.

Especialización en Docencia Superior de la Universidad Marítima Internacional de Panamá.

Ha sido docente de posgrado en la maestría de Estudios Electorales de la Universidad Especializada de las Américas en Panamá; ha participado en misiones de observación electoral en Centro y Suramérica, así como en España.

Actualmente es directora ejecutiva Institucional del Tribunal Electoral de Panamá.

YARA IVETTE CAMPO:

Buenas tardes. Agradecer, sobre todo, a todos los que en este momento están conectados con esta actividad virtual, que es otra de las conferencias del Ciclo de Webinars de UNIORE para este año 2025. Y tenemos la complacencia de compartir en el día de hoy con Piero Corvetto y Gustavo Román, dos personalidades del mundo electoral, de organismos electorales muy reconocidos, como la ONPE de Perú (Oficina Nacional de Procesos Electorales) y el Tribunal

Supremo de Elecciones de Costa Rica.

El tema que nos ocupa son: las Estrategias de Comunicación Oficial para combatir la desinformación durante un proceso electoral, que es un tema de mucha actualidad.

Creo que, hace 20 años, nunca hubiéramos realzado la importancia de tener una comunicación muy profesional adaptada a estos tiempos donde todo ha cambiado. Ya no solo es la comunicación formal a través de medios tradicionales, sino que llegaron las redes sociales y, por ende, también debemos estar preparados para esas estrategias de comunicación, y no solo para el público externo —los ciudadanos a los que nos debemos, los actores de todo un proceso electoral como los partidos políticos, los candidatos, la sociedad civil, etcétera—, sino también para nuestro público interno, nuestros funcionarios, que cada uno, funcionarios y funcionarias, son comunicadores. Y la estrategia de comunicación, obviamente, no solo es para un proceso electoral, es permanente, para consultas directas y

para cada día en que uno da el servicio desde la institución.

Sin embargo, hay que siempre saber que los funcionarios deben tener el conocimiento, porque cada uno de ellos es comunicador y debe estar preparado con suficiente material de las elecciones, en este caso, porque nos vamos a referir al combate de la desinformación durante el proceso electoral.

Hay muchas herramientas nuevas que también nos ayudan, pero se requiere una especialidad. La desinformación, definitivamente, hay que combatirla con eso: con información, con educación cívica, con mucho conocimiento de las cosas que han sucedido durante el proceso electoral propio y los procesos electorales también de otras circunscripciones. ¿Por qué? Porque las cosas se repiten, ya que tal vez un fenómeno que se ha dado con una desinformación en un momento dado es el que se va a repetir en nuestra elección y debemos estar precisamente preparados para ello.

Pero, ¿quiénes mejores para hablar que los dos invitados, que tienen sobrada experiencia en este tema? Vamos a trabajar a través de preguntas que puedan plantearnos sus opiniones al respecto, para lo cual iniciaría con la pregunta a Piero y, posteriormente, con Gustavo, para que nos comenten: ¿Cuáles son las principales estrategias de comunicación que se pueden implementar para combatir la desinformación durante un proceso electoral?

PIERO CORVETTO:

Muchas gracias, estimada Yara, estimado Gustavo, amigos del Tribunal Electoral de Panamá y a todos quienes hoy día nos acompañan esta tarde. Quiero agradecer, para mí es un gran honor poder compartir con Yara, a quien estimo tanto desde hace tanto tiempo y, por supuesto, a Gustavo, que es un académico hiperrespetado, que todos queremos y valoramos muchísimo. Para mí es un honor compartir esta conversación con ustedes.

Es interesantísima la pregunta: ¿cómo combatir a partir de estrategias? Creo que hay que plantear unas ideas iniciales. Quisiera tomar algo de lo que planteaba Yara hace unos minutos: esta lógica de la permanencia de la comunicación, porque la comunicación de los organismos electorales y nuestras estrategias no pueden ser circunscritas exclusivamente al momento electoral.

Nosotros, los organismos electorales, tenemos que darnos cuenta de que nuestras estrategias tienen que ser siempre permanentes. Y lo digo desde la lógica de la autocrítica, porque nosotros en los organismos electorales, particularmente en la ONPE, hacíamos muy poco esfuerzo en época no electoral y mucho esfuerzo en época electoral, perdón, me corrijo, mucho esfuerzo en época electoral y en época no electoral, un poco esfuerzo. Hoy día hemos incrementado muchísimo nuestro esfuerzo en época no electoral, porque tenemos que hacer que quienes no saben qué hacemos, ni por qué lo hacemos, comiencen a tener información respecto a ello, desde un

tiempo anterior al mismo proceso. Y eso nos parece que es fundamental.

Otra de las ideas generales antes de entrar de manera precisa al punto a tratar, es que hoy día tenemos la necesidad, no solo de conocer las herramientas que se generan y se potencian en el ámbito de la desinformación, sino que hay que tener equipos que las dominen, planteaba la profesionalización de nuestros equipos, y eso me parece una segunda idea, también de Yara, que yo reafirmo antes de entrar en la materia precisa.

Nuestra reflexión, desde la ONPE, desde la autocrítica y la experiencia, no tan afortunada, por supuesto, debido a la elección 2021, que fue una elección extremadamente compleja, pero que nos dejó muchos aprendizajes, y creo que es fundamental entender ello, y a partir de esa experiencia poder enfrentar lo que en el 2026 va a ser, según nuestro querido y admirado Daniel Zovatto: un superciclo electoral, porque comenzamos en noviembre con primarias en dos fechas y, después, vamos a tener generales, primera y

segunda vuelta, sí así lo define la ciudadanía, en la primera mitad del año, primarias para subnacionales y las subnacionales con dos vueltas también en el 2026.

Como principal estrategia, nosotros estamos, absolutamente, convencidos de que el tema pasa necesariamente por la capacitación de nuestros equipos. Tenemos que capacitarnos de manera muy seria, muy profesional, tanto en lo digital como en lo tradicional. No basta hoy día lo tradicional, hay que meternos de lleno en lo digital, hay que entender las herramientas, hay que capacitarse en las herramientas, hay que entender la importancia de la inteligencia artificial en nuevos términos. Esta terminología que planteaba antes de nuestra reunión y abrir esta mesa para todos, me decía Yara, era difícil la desinformación, pero ahora hay que además conocer de inteligencia artificial, lo que nos trae nuevos términos: inteligencia artificial, deep fake, big data, LLM, inteligencia generativa, ingeniería inversa, entre otros. Hay hasta un nuevo idiolecto de la comunicación que hoy día hay que

hacer nuestro y dominarlo para enfrentar lo que viene.

Una segunda estrategia, que nos parece fundamental, es poder conocer y hacer nuestras nuevas tecnologías como parte de la gestión y la identificación de la desinformación y de las fake news. Esto va necesariamente desde la generación de contenido, identificación y términos clave en tiempo real. Hay que identificar en tiempo real qué están diciendo otros sobre nosotros para hacer algo que es fundamental: intentar mitigar la desinformación. Es imposible pensar que le vamos a ganar a la desinformación. La desinformación corre más rápido que la información. Eso lo tenemos claro. Nosotros tenemos que estar persiguiendo y, lamentablemente, a veces llegamos un poco tarde a combatir la desinformación, pero tenemos que estar lo mejor preparados para poder mitigar los esfuerzos que, de manera tan profesional, hacen y realizan quienes se encargan de desinformar.

Un tercer punto, que es fundamental, es cómo nos relacionamos. Y ahí hay

que destacar, y creo que uno de nuestros ejemplos es Panamá, no porque esto lo organice el Tribunal Electoral de Panamá o porque esté mi querida amiga Yara presente, pero hay que destacar que Panamá es un ejemplo para América Latina respecto de cómo los organismos electorales deben relacionarse con las empresas de social media. Y Panamá ahí tiene una larga experiencia y creo que hay que felicitar y destacar cómo Panamá tiene este conocimiento, y que nosotros consideramos que es fundamental, porque no podemos enfrentar la desinformación solos, sin involucrar de manera precisa, adecuada, potente a las empresas de social media. Es fundamental, porque con ellos tenemos que ver y entender cuáles son los límites de sus políticas internas. Ellos son empresas y hay que verlos así; nosotros somos instituciones, ellos son empresas y las empresas tratan de ganar, obviamente, dinero y no todas las empresas tienen la misma manera de brindar facilidades o de interrelacionarse, no solamente con sus públicos, sino también

fundamentalmente con los organismos electorales.

Tenemos que construir una relación. Nosotros la venimos construyendo desde el 2021, pero creo que, aprendiendo de la experiencia, por ejemplo, panameña, hemos fortalecido muchísimo esta relación. Hay empresas que nos brindan canales directos de comunicación, hay empresas que no; hay empresas que nos brindan facilidades para que, en época electoral, poder informar de manera precisa. Eso también es importante, pero tenemos que saber qué facilidades nos da cada una y, obviamente, poder tener espacios que nos permitan difundir información para luchar contra la desinformación.

Espacios como el que hoy ofrece el Tribunal Electoral junto a la UNIORE son fundamentales. Estos webinarios son cruciales para compartir experiencias, al igual que el observatorio contra la desinformación que maneja la ONPE. Esta iniciativa, que comenzó con nosotros, pero pertenece a la UNIORE, es muy importante. Es necesario crear bases de datos y establecer relaciones con

especialistas y académicos que escriban sobre el tema, para así poder seguir aprendiendo a manejarlo

Hay que tener una relación también especial con quienes hacen fact-checking. Nosotros nos vimos obligados en el 2021 a hacer fact-checking, aunque no debemos hacer fact-checking, porque debemos darle la información de manera oportuna, rápida y precisa a los que hacen fact-checking para poder responder a este tema de aquellos que combaten la desinformación de manera institucionalizada.

Creo que ahí hay una relación que es bien importante, porque nosotros, obviamente, capacitamos, brindamos información, tratamos de educar en temas que tienen que ver con lo electoral, pero hay que ser absolutamente sinceros y es que nosotros no deberíamos hacer fact-checking, los chequeadores son otros. Nosotros tenemos que darles, alimentar la información a ellos, y eso implica prepararse hacia afuera y hacia adentro.

Esto lo digo bajo la experiencia que hemos tenido: no solamente tener esta relación, poderle entrar la información, sino preparar a las instituciones desde adentro para generar la información y poderla entregar de manera rápida. Y es importante también, porque está muy ligado con el combate a la desinformación a partir de espacios informativos, el generar espacios para poder relacionarnos con actores clave, porque la gente no sabe qué hacemos. El ciudadano de a pie y muchos de los líderes de opinión no saben ni qué hacemos, ni por qué hacemos las cosas.

Nosotros generalmente, en el caso peruano, a manera de autocrítica, hemos dado por sentado que así se hacían las cosas y todos sabían por qué hacíamos las cosas, porque siempre las hacíamos así, pero aprendimos la lección, y es que la gente no sabe qué hacemos ni por qué lo hacemos, ni los líderes de opinión, ni los periodistas, ni la ciudadanía. Entonces, tenemos que llegar a ellos de manera permanente, constante, como bien planteaba Yara, es un

esfuerzo permanente, lo que implica poder generar espacios no solamente de información, sino de reunión que permita plantear temas y escuchar las preocupaciones de la gente. Esto es hablar con empresarios, con sindicatos, con líderes de opinión, pasa por hablar con los mismos partidos, con los propios militantes, con la sociedad civil; debemos tener una lógica de apertura muy grande para poder, en esta lógica, avanzar.

Las cuentas verificadas son otra estrategia que es fundamental y, por último, me atrevería a plantearles este combate a la desinformación en su propia cancha, para hablar en términos futbolísticos o deportivos: es que, si nos atacan o si brindan información o desinformación en un ámbito, hay que atacarlo en el mismo ámbito; si usan X, por ejemplo, contestarle por X; si usan alguna herramienta de Meta, contestarle por esa herramienta de Meta. Porque creo que es fundamental tener que estar en la misma cancha que el otro que nos desinforma. Ese es un esfuerzo institucional, que desde la ONPE venimos trabajando muchísimo; y es

esto, en principio, lo que les quería plantear al intentar esbozar alguna respuesta a lo que Yara nos planteaba inicialmente respecto de estas estrategias de comunicación.

GUSTAVO ROMÁN JACOBO:

Primero, enviar un abrazo fraterno a todas las personas que nos están siguiendo en el webinar. Para mí es también un honor muy grande compartir este espacio con doña Yara, con don Piero, que son hermanos mayores en las trincheras electorales con mucha experiencia acumulada, muchas horas vuelo acumuladas. Y ese es un tesoro de la cooperación horizontal entre los organismos electorales en América Latina, es esa transmisión generosa y permanente de aprendizajes y de recorridos que nos hace más fuertes y más resilientes, sin duda alguna.

Yo no voy a cometer la temeridad de utilizar metáforas futbolísticas, porque estamos hablando aquí con colegas panameños y a los costarricenses ese tema con los panameños no nos es muy favorable en los últimos años, así que evitaré las metáforas futbolísticas.

Quiero rescatar algo que decía doña Yara cuando hablaba que hace 20 años tal vez nunca nos hubiéramos imaginado estar hablando de estos temas. Es así, efectivamente, y creo que obedece al hecho de que los tiempos han ido planteando distintos retos a las autoridades electorales en América Latina, donde la democracia, sobre todo en la tercera ola de transición a la democracia, llegó de la mano de las autoridades electorales, siendo fundamental, como doña Eugenia Zamora, la presidenta del Tribunal Supremo de Elecciones de Costa Rica, siempre dice con mucha razón, que la democracia es más que los organismos electorales, pero sin organismos electorales autónomos e independientes difícilmente tenga futuro la democracia en nuestra región.

Lo cierto es que, si uno se fija en las distintas épocas, los retos de esa evolución democrática fueron cambiando también con los retos de los organismos electorales. Probablemente, al principio, el primer gran desafío fue construir padrones electorales fiables, es decir, padrones

sin personas fallecidas, sin poblaciones excluidas, que fueran creíbles y le dieran garantías al proceso.

Una segunda preocupación muy paralela fue resguardar el voto frente a posibles maniobras de adulteración del sentido del sufragio. Todos los mecanismos de blindaje, de protección de las mesas de votación, de custodia del material electoral, de conteos y escrutinios iban en esa dirección.

Luego, vino otro momento y esto se ve también en las agendas de UNIORE, de Tikal, de Quito, en las publicaciones— en el que el tema central fue la justicia electoral, el desarrollo de mecanismos de jurisdicción electoral y el control del financiamiento partidario, que también fue un tema central. No digo que estos temas hayan dejado de ser fundamentales —lo siguen siendo y representan desafíos enormes, pero se nos van sumando otros nuevos.

El más reciente, sin duda alguna, es el tema de la desinformación, y creo que es el tema de nuestro tiempo, pues va

a representar un desafío formidable para las democracias liberales en todo el mundo y para las autoridades electorales, por dos razones: una tiene que ver con el hecho de que la desinformación atenta, amenaza la libertad del sufragio.

En este punto, quiero retomar las sabias y lúcidas palabras con las que ha empezado su pontificado el Papa León XIV, por cierto, de nacionalidad peruana, cuando dijo en su primer discurso frente a medios de comunicación y periodistas, que solo las personas informadas pueden tomar decisiones libres. Entonces, a nosotros como autoridades electorales no nos puede satisfacer simplemente la organización de comicios sin importar en qué condiciones se ejerza el derecho al sufragio en esos comicios.

Es importante saber si las personas están bien informadas, no informadas o manipuladas respecto a las ofertas político-partidarias. Esta situación no nos puede ser indiferente, ya que en muchos casos también tenemos la responsabilidad de tutelar los

derechos político-electorales de nuestras respectivas ciudadanías.

La desinformación es relevante para nosotros, primero, porque amenaza la libertad del sufragio y la libre determinación de los electores en las urnas. Además, es importante para nosotros como autoridades electorales por lo que vimos dramáticamente en el asalto al Capitolio en los Estados Unidos en el año 2021 y, posteriormente, en las instituciones de Brasil.

Es decir, la desinformación es fundamental para la seguridad electoral y la estabilidad política. Durante un proceso electoral, es crucial la credibilidad en las autoridades, en el resultado y en quienes lo certifican. Las estrategias de desinformación pueden ir dirigidas precisamente a erosionar esa credibilidad, a desestabilizar y a generar riesgos.

De modo que estamos frente a un tema que de ninguna manera puede resultarnos ajeno. Para abordarlo, más que estrategias puntuales, creo que deben desarrollarse acciones que

se adapten a las diferencias de cada coyuntura y a los desafíos específicos de cada país en un momento dado.

Estoy completamente de acuerdo con don Piero, en el sentido que debemos romper la lógica cíclica del proceso electoral: los organismos electorales no pueden hacer comunicación para las elecciones, tienen que hacer comunicación de forma permanente, en tres grandes rubros que yo lo sintetizo: uno es formar, el otro es informar y un tercero es reaccionar, que es probablemente el que más hacemos, estar apagando incendios, estar reaccionando.

Informar es muy importante antes de reaccionar; es necesario llenar los vacíos de información en los que pueda prosperar el germen de la desinformación. Los organismos electorales están dando pasos importantes y muy valiosos en el campo de la alfabetización mediático-digital, un tema que nuestros sistemas de educación pública deberían haber estado atendiendo desde hace años.

Es algo que debe ser transversal a la formación de nuestros niños y

adolescentes para capacitarlos en lo más fundamental de la vida: nuestro comportamiento como ciudadanos en la polis. La educación no debe enfocarse solo en la preparación para conseguir un trabajo. Antes de eso, necesitamos aprender a convivir en armonía en sociedad, y para eso, hoy en día, la alfabetización mediático-digital es fundamental.

En muchos casos, los sistemas educativos de nuestros países no lo están haciendo. Sin embargo, nuestros organismos electorales, a través de institutos de formación que muchos han desarrollado (entre los cuales es decana la autoridad electoral peruana), debemos acometer esa tarea de formación, información y reacción.

YARA IVETTE CAMPO:

Coincido con ambos: es importante estar informado, formado y, por supuesto, reaccionar, pero reaccionar con conocimiento. La protección de la integridad electoral es un eje transversal; la confianza se genera de esa forma y tenemos que cuidarla día a día. Ambos han coincidido en que se

enfrentan nuevos retos, pero hay que seguir trabajando más en cosas de las que ya tenemos experiencia, como la formación ciudadana. Siempre hay que trabajar más en ello; no debemos dar por sentado que el ciudadano conoce todo lo que se hace en un organismo electoral. Y hablando específicamente de las elecciones, no debemos asumir que conocen toda la dinámica de lo que es un proceso electoral. Probablemente, nosotros desde los puestos en los que estamos o nos toca estar dentro de los distintos organismos electorales conocemos la dinámica, pero ese ciudadano no necesariamente.

Entonces, hay que estar constantemente y, sobre todo, aprovechar los tiempos anteriores a la elección para estar, como quien dice, machacando sobre lo mismo: sobre cuáles son las normas, cómo es el proceso de votación, cuáles son las garantías, qué es la protección a la integridad electoral, etcétera. Y nunca debemos cansarnos porque todos tenemos que aprender y seguir aprendiendo. Muchas veces vemos que algunos organismos electorales

están volviendo a tener herramientas para que el ciudadano pueda practicar cómo ejercer su voto. A veces minimizamos la tarea y pensamos que todo el mundo la sabe, pero no, no la saben. Hay que seguir así, de la forma sencilla, creando conciencia y dando eso: informar, informar, informar y no cansarnos de informar de forma correcta.

Y respecto a lo que decías, Gustavo, sobre el nuevo papa, bueno, es cierto, hay que estar informado, bien informado y sobre todo para tomar nuestras decisiones.

Le pregunto a ambos: ¿Cuál es, en su opinión, el papel, el rol que tienen los medios tradicionales y los medios digitales en la lucha contra la desinformación, sobre todo en nuestro ámbito, en el ámbito electoral?

GUSTAVO ROMÁN JACOBO:

Creo que el papel es central. Para mí, buena parte de esta crisis de desinformación, que no deja de ser paradójica porque nosotros estamos viviendo en la sociedad de la información, y ya es bastante curioso

que en medio de la sociedad de la información el principal problema sea la desinformación. Yo creo francamente que mucho de lo que está ocurriendo en este momento tiene que ver con la crisis del periodismo y de los medios llamados tradicionales, que es una crisis doble: es una crisis de modelo de negocio, porque como ustedes saben, su financiación venía en buena medida por la venta de publicidad y esa inversión publicitaria se ha trasladado a plataformas digitales; pero también es una crisis de identidad de los profesionales en periodismo, porque muchas de las cosas que los distinguían, que los diferenciaban, se han perdido, resultado de un cambio tecnológico. Pues antes tenían el monopolio de ser quienes nos contaban qué era lo que pasaba allá afuera en el mundo, que no es nuestro entorno inmediato y ya no tienen ese monopolio.

Los profesionales del periodismo tenían una llave de acceso al discurso público, pues si usted quería comunicar masivamente sus opiniones o sus perspectivas, tenía que pasar a través de un editor, a

través de un canal de televisión, etcétera. Ya no tienen esa llave, antes tenían un rol fundamental de moderación de la conversación pública; es decir, que más o menos iban ordenando sobre qué temas se iban hablando en un país, ellos imponían la agenda y ya no es así, tampoco. Entonces, claro, eso genera no solamente el tema económico de la crisis del modelo de negocio, sino también una crisis de identidad: ¿sobre cuál es mi aporte profesional a la sociedad?, ¿qué es lo que yo hago diferencialmente en el contexto de una democracia?

Pero, yo no soy periodista y nunca he ejercido ese noble oficio, pero estoy convencido de que su labor sigue siendo imprescindible; es más, me atrevería a afirmar que es hoy más importante y más valiosa que en cualquier otro momento anterior de la historia, porque el hecho de que tengamos superabundancia de información no significa que tengamos superabundancia de verdad y de conocimiento sólido. Hay un periodista español, Iñaki Gabilondo, que utiliza una metáfora muy buena, que dice:

que lo primero que escasea, paradójicamente, en las inundaciones es el agua potable, y que algo así podría estar ocurriendo con el tema de esta intoxicación o esta inundación masiva de contenidos informativos que tenemos a la mano. Claro, pero luego hay que cribar, de ahí qué es verdad y qué no, qué son hechos verificables y qué no. Y creo que los profesionales formados para eso, sin duda alguna, nuestros periodistas. Por ello, hay que establecer relaciones de confianza con ellos, canales abiertos, expeditos, entender que no solamente ejercen un derecho fundamental, que es la libertad de expresión y la libertad de prensa en una democracia, sino que además son pilares de los sistemas democráticos. No existe democracia libre, no existe democracia realmente funcional sin una prensa independiente y libre. Entonces, debemos tener una gestión eficiente, comprender cuál es su valor, comprender cuáles son sus necesidades y tratar de facilitarles, lo más que se pueda, su trabajo.

Digo esto porque a veces los equipos de comunicación, de prensa o de

relaciones públicas de las instituciones están concebidos, más bien, para dificultar el trabajo de la prensa, para generar una suerte de cerco o de protección del jerarca respecto de los periodistas. Esa percepción muy heredada del siglo XX, del Watergate y de todo esto, que hay que superar y entender el trabajo de la prensa como un trabajo funcional, en principio para la democracia.

Por último, en relación con las plataformas, creo, ahora lo decía don Piero, que es fundamental el ejemplo panameño de las relaciones con las empresas de plataformas. En algunos casos, pueden ser convenios escritos, en otros casos no, pero la cooperación es muy importante; los canales directos son muy importantes, pero siempre meto la nota discordante de que necesitamos regulación.

Creo que hay avances significativos e importantes, por ejemplo, en el caso de la Unión Europea, hay gestos de mucho vigor, claro, también relacionados con las dimensiones del país. Estoy hablando del caso brasileño y de su Tribunal Electoral

con desarrollos jurisprudenciales muy valientes; pero lo que quiero decir es que no creo que debamos supeditar el 100% de la relación de las empresas de plataformas digitales con las autoridades electorales a las concesiones graciosas y generosas que nos puedan hacer estas empresas. Estas prestan servicios en nuestros países y tienen un deber de respeto del ordenamiento jurídico de los respectivos países, y hacia eso creo que tenemos que avanzar en un camino que nos queda mucho por recorrer.

PIERO CORVETTO:

Quiero simplemente decir que escuchar a Gustavo siempre es, no solo un honor, sino un placer; es un proceso de aprendizaje. Cada vez que he tenido el honor de compartir un evento con él, siempre es una oportunidad de aprendizaje que agradezco de la manera más sincera.

Creo que Gustavo plantea muy bien el tema: nos enfrentamos a una nueva era donde los medios de comunicación juegan un rol diferente. Hay un cambio en el modelo de

negocio que tiene un impacto directo en el ámbito informativo. Hemos visto cómo muchos medios históricos han reducido su tamaño y han girado de lo impreso tradicional a lo digital. Este cambio de modelo de negocio es el contexto en el que hoy debemos realizar nuestra labor, una labor colaborativa que busca generar confianza en ambos lados: nosotros en ellos, y ellos en nosotros, porque lo que está en riesgo es la democracia.

Se han citado frases de un papa peruano, dicho sea de paso, peruano por elección, pues uno puede nacer en un lugar, pero él eligió ser peruano. Creo que es un lindo gesto de nuestro papa, que votará de manera digital en la próxima elección. Esperamos que participe de forma activa.

Los medios de comunicación, ya sean tradicionales impresos o los nuevos medios digitales, tienen una gran responsabilidad. En este contexto, su rol es fundamental: informar con la verdad. Hoy día, esto parece un pedido extremo, ¿no es verdad? Su rol es informar con la verdad. No digo que no lo hagan, creo que siempre tienen la voluntad de hacerlo, pero como bien

ha planteado Gustavo, ahora hay tantas voces, tanta información, que este tsunami de información —en muchos casos no veraz o que intenta desinformar— hace que sea muy complejo para el ciudadano, y hasta para los propios medios, saber exactamente qué actor está dando información veraz y cuál no.

Esto se relaciona con lo que Gustavo planteaba: que hay medios que no confían en las instituciones porque conciben que los espacios de relación con la prensa están más enfocados en proteger el prestigio de las autoridades que en brindar información veraz. Gustavo tiene toda la razón, y esto nos debe llamar a la reflexión.

Nosotros tenemos muy claro que las oficinas de prensa y de relación con los medios de comunicación tienen un solo norte: dar la información veraz que tiene la institución. Siguiendo la lógica que Gustavo sistematizó hace unos minutos, la lógica de formar, informar y reaccionar. Esta sistematización me parece genial para las estrategias que deben

implementar las instituciones electorales.

En principio, hay un nuevo rol, ya no hay monopolio, se ha democratizado la comunicación. Sin embargo, esta democratización ha generado una ola de información en la que, como en una inundación, lo que más falta es el agua potable. Es verdad, esta ola trae mucho lodo, y el problema es que, si los medios de comunicación no hacen su labor con precisión o son dirigidos para desinformar, dañarán la democracia. Para dañar la democracia, quienes quieren desinformar buscan y usan a los medios. Debemos tener algo claro: la desinformación electoral, enfocada en los organismos electorales, busca organismos débiles y autoridades desacreditadas. Eso es exactamente lo que buscan.

Entonces, ¿qué debemos hacer? Entender este nuevo panorama, lo que implica una inversión en medios de comunicación que permita a la ciudadanía tener acceso a información tanto en el ámbito digital como en el convencional. Hay que entregar información bajo una lógica

omnicanal, ya que hay que atender varios canales: medios convencionales, digitales, WhatsApp, TikTok, todo lo que nos brinda Meta, X, etc. Tenemos que llegar a la ciudadanía con información útil, veraz e inmediata. Esto implica, obviamente, que los medios de comunicación hagan su trabajo, y en el Perú lo hacen bien, y hay que reconocerlo y destacarlo.

Esto no significa que estemos exentos de críticas; al contrario, las críticas, siempre que sean constructivas, aportan. Toda crítica debe escucharse y de todas se aprende. Pero lo que debemos exigir a los medios es rigurosidad. ¿Quieren información electoral? Aquí la tienen, publiquen información electoral veraz. Toda nuestra información está aquí. Hay que tener una política de puertas abiertas.

En muchos casos, la prensa deja a los periodistas cubrir determinadas notas según una agenda, pero creo que también debe haber reuniones a nivel de directores para explicarles la situación y que puedan tener un conocimiento más preciso, lo que

permitiría a las empresas de comunicación comprender en toda su magnitud un proceso electoral, que es complejo en lo jurisdiccional y administrativo.

Comparto con Gustavo que la relación con las grandes plataformas no debe ser que nos den lo que les acomodarnos, según su mercado. Creo que debe haber una regulación para tener facilidades. No nos deja satisfechos que algunas plataformas no borren información que no es veraz, que se mantenga y pueda difundirse con total facilidad. Creo que ahí hay un tema pendiente.

El gran reto es que los medios de comunicación asuman plenamente su rol de embajadores de la información veraz, porque de esa manera ganan crédito y la gente va a confiar en ellos. Nosotros tenemos la responsabilidad de darles toda la información que requieran.

Frente a una nueva lógica de comunicación y de empresas de comunicación donde ya no hay grandes monopolios, sino muchas voces y actores, hay que llegar a todos

y darles la información que necesitan, porque se deben a su público. Hay una lógica de inmediatez, de rapidez y de sencillez, y tenemos que aprender a comunicar en ese lenguaje para llegar a esos ciudadanos que se informan a través de esos canales. Esto implica fortalecer nuestra lógica colaborativa y tener instituciones que no solo hagan un trabajo electoral transparente, sino que sean transparentes en todas sus acciones.

Somos servidores públicos y deberíamos rendir cuentas por todo lo que hacemos. Si alguien plantea una consulta, se le debe brindar la información. No podemos guarecernos bajo la lógica de que, como somos gente del Estado, no debemos dar información. Al contrario, tenemos que ser más transparentes que el resto, y eso implica que nuestras áreas de comunicación institucional lo tengan muy claro. Nosotros no escondemos información, la brindamos y debemos aplicar las estrategias de comunicación que intenté desarrollar de manera muy limitada al inicio, pero que nuestro querido Gustavo ha sistematizado

muy bien: capacitar, informar, reaccionar.

YARA IVETTE CAMPO:

Muchas gracias a ambos. Hablando un poco de la información, así como es perjudicial la falta de esta, también lo es el exceso, especialmente cuando es malintencionada o carece de rigor. Esto nos recuerda la pandemia, cuando nos enfrentamos a un hecho desconocido. Las noticias, recomendaciones y consejos eran tan variados que nos decían desde usar pediluvios hasta bañarnos varias veces al día. En el caso de las mujeres, esto afectaba mucho, ya que después de salir de casa, teníamos que arreglar el cabello de nuevo. También se recomendaba lavar todos los alimentos, entre otras cosas.

Nos dimos cuenta de que hubo un exceso de información ante un hecho inédito. Por eso, es crucial informarse bien.

Desde los organismos electorales, debemos establecer una relación profesional y estrecha con los medios de comunicación, basada en el

respeto. Es una relación en la que compartimos información y, a la vez, ellos se convierten en colaboradores. Esto es fundamental en todos los contextos.

En cuanto a las plataformas digitales, exigirles compromisos desde países con millones de personas, como México o Brasil, no es lo mismo que hacerlo desde países más pequeños como Panamá, con solo tres millones de electores. Una negociación con una empresa que tiene un público reducido no tiene el mismo peso. Por eso, insisto en que siempre debemos, a través de organismos como la UNIORE, intentar tener estas conversaciones como bloque, como un interés de los organismos electorales de toda la región. No podemos conseguir mucho con una voz que se ve disminuida por la cantidad de público o de clientes que puede tener un país determinado, y debemos exigir siempre respeto, que así debe ser.

YARA IVETTE CAMPO:

Pasando a otro tema, quisiera preguntarles a ambos —y ahora comenzaré con Piero— lo siguiente:

Desde sus experiencias, ¿cuál sería el protocolo institucional de comunicación para enfrentar un fenómeno desinformativo —más allá de una simple noticia falsa— durante un proceso electoral? Me refiero a una situación en la que la autoridad electoral sabe de antemano que la información es falsa, pero que podría afectar gravemente el proceso en la etapa en que se encuentre.

PIERO CORVETTO:

Creo que este tema es vital y debemos formalizarlo en cada institución. El aprendizaje de 2021 y la ola de desinformación que padecimos nos han llevado a construir un **protocolo** con pasos definidos que debe ser oficializado. Así, todos saben qué hacer, cómo y por qué.

En primer lugar, el proceso comienza con la identificación y el análisis. Debemos determinar la importancia, el alcance y el impacto potencial de la noticia falsa. No toda la

desinformación nos afecta de la misma manera. El impacto varía si la información proviene de un actor o grupo específico, o si se difunde a través de un medio particular. Por lo tanto, hay que analizar tanto el mensaje como al mensajero. No es lo mismo que la información aparezca en la portada de un diario de alta credibilidad que en un medio acostumbrado a usar titulares engañosos.

Un segundo punto fundamental es la aclaración o derivación del caso. Hay que decidir si la desinformación merece una aclaración inmediata y si el área de comunicación tiene la información necesaria o debe solicitarla a otra instancia. No siempre se tiene todo a la mano. Recuerdo un caso en el que se cuestionó el color del logo de un partido, a pesar de que este había ganado la elección. Tuvimos que buscar de inmediato el acta de prueba de color, que es un documento preciso que el partido nos entrega, y que a su vez pasa por el Jurado Nacional de Elecciones. Este es un ejemplo de cómo una pregunta aparentemente sencilla puede requerir

una búsqueda de información rápida. Para responder, es crucial tener todos los argumentos a la mano y saber a quién derivar la consulta.

Existen casos especiales que pueden afectar el rumbo de la institución, como las acusaciones de fraude. A nosotros nos hicieron muchas, sin sustento alguno, basadas en construcciones creativas sobre un resultado electoral muy reñido. En Perú, las últimas dos elecciones se ganaron por menos de 44.000 y 40.000 votos, respectivamente, una cantidad menor a la capacidad del Estadio Nacional. Cuando el resultado es tan estrecho, y las propuestas son antagónicas, se generan discursos de miedo que intentan no solo debilitar a las instituciones, sino también desacreditar a sus autoridades y poner en tela de juicio la propia democracia. En estos casos, nuestro rol es fundamental.

Como ya se ha dicho, es muy interesante tener un catálogo de mentiras usadas en otros países, porque estas se reciclan. Ejemplos comunes son "los muertos votan", "las actas no son las actas" o "quienes

firmaron no son los que firmaron". Este tipo de desinformación amerita que tengamos respuestas predefinidas, una especie de FAQ (Frequently Asked Questions) para desinformaciones frecuentes.

Un tercer punto es abordar los casos especiales, y un cuarto es el monitoreo permanente. Es vital saber qué se dice de nosotros, quién lo dice y con qué argumentos, tanto positivos como negativos, porque todo ello tiene un gran efecto en un proceso electoral, especialmente en un país polarizado, fragmentado y atomizado como el nuestro, con 43 partidos en competencia y un ambiente de mucho miedo.

Este contexto nos exige ser más profesionales y autoexigentes con el monitoreo que realizamos de manera constante. Este seguimiento de todos los medios y redes sociales nos permite entender qué ideas, discursos y necesidades informativas tienen nuestros públicos. Solo podremos conocer esto a través de un monitoreo diario y minucioso, crucial en un país tan diverso y extenso como el nuestro, con 27.5 millones de electores en la

próxima elección, un territorio enorme con una cordillera compleja y una selva casi inexplorable.

En resumen, debemos:

- Detectar y analizar la información.
- Decidir si aclarar o derivar el caso.
- Analizar los casos especiales.
- Realizar un monitoreo y una actualización permanente de nuestra información.

Y, como planteaban Gustavo y Doña Yara, esto debe hacerse de manera continua, no solo en época electoral.

GUSTAVO ROMÁN JACOBO:

Estoy muy de acuerdo, efectivamente es un error pensar que siempre se debe salir a reaccionar bajo esa lógica. Es decir, son errores contrapuestos, pero errores que ocurren. El error de ensimismarse, encerrarse, esconderse y nunca reaccionar a nada bajo aquella tradicional expresión de los juristas de que las sentencias se explican a sí mismas, pensar que yo no tengo que salir a explicar, si usted

quiere entender por qué resolví lo que resolví, vaya y léase las 200 páginas de sentencia, el lenguaje jurídico con latinazgos y toda la cosa. Eso es un error, pero también es un error creer que a todo hay que reaccionar y estar reaccionando permanentemente a todo. Eso es un error que trae consecuencias muy negativas.

En primer lugar, una autoridad electoral pierde completamente su agenda, porque está, permanentemente, todo el día comunicando de manera reactiva a lo que publica fulano, zutano o mengano. Y la otra consecuencia negativa de reaccionar a todo, es que pueda haber publicaciones incluso difamatorias o calumniosas que estén muy encapsuladas, que solamente hayan llegado a un sector muy reducido de personas y más bien la reacción o la sobrereacción de la autoridad electoral puede magnificarlo y ponerlo en primer plano de la atención pública, eso que habría pasado desapercibido en general, si no se le hubiera dado esa relevancia, esa importancia.

Es importante saber cuándo intervenir; es decir, que es importante tener

claridad conceptual y claridad de líneas de acción. Claridad conceptual, en el sentido que no todas las desinformaciones ameritan una reacción de la autoridad electoral, no solamente por esto que estoy diciendo, sino, además, porque las campañas electorales no son simposios universitarios o científicos, porque en las campañas hay mentiras, hay exageraciones, hipérboles, dramatismos, emociones desbordadas. Sería un error que una autoridad electoral se erigiera como una especie de árbitro, que busca garantizar que todos los intervinientes digan toda la verdad, solo la verdad y nada más que la verdad, como en un juicio. Esto es una aspiración que nunca se va a lograr y que sería un error que una autoridad electoral pretenda asumirla.

Por esto, tiene que haber claridad conceptual de cuándo se va a intervenir y cuándo no. Y ese es un trabajo que no nos podemos ahorrar adquiriendo la herramienta más sofisticada de social listening que vamos a poder adquirir y contratando al equipo de consultores en monitoreo

digital más eficientes y más sofisticados del mundo. Ese trabajo es conceptual y desde la autodefinition de la propia autoridad electoral, clarificándose a sí misma hasta dónde debe llegar y hasta dónde no debe llegar, eso es algo que tenemos, ese es un trabajo en casa que tenemos que hacer cada organismo electoral. Y luego, además de esa claridad conceptual, claridad de líneas de acción que tiene que ver con lo que mencionaba Don Piero, protocolos muy claros de acción y distribución de responsabilidades.

Voy a poner un ejemplo de un muy buen organismo electoral de nuestra región, de mucho prestigio, pero ¿qué es la sorpresa que me llevé en el contexto de una observación electoral? Tenían una herramienta muy buena de escucha digital, estupenda. Ya quisiéramos en Costa Rica poder pagar esa herramienta, pero esa herramienta solo la usaba el equipo de comunicación, por lo que a los datos que arrojaba esa herramienta no tenían acceso, por ejemplo, el equipo de control de pauta digital, de financiamiento electoral.

Cuando uno preguntaba, ¿y ustedes han podido contrastar lo que este partido político está reportando de gasto contrastándolo con lo que efectivamente hay de publicidad digital de ese partido en las redes? Ah, no. ¿Cómo? ¿Por qué no? Porque nosotros no tenemos esa herramienta. Pero la tiene la otra oficina, nos dicen. Ah, sí, pero es de ellos, no es de nosotros, pero si somos la misma autoridad electoral.

Es importante que la información que sale de ese monitoreo llegue a muchas personas dentro, llegue al equipo que se encarga de producir contenidos digitales para desmentir o para atajar desinformaciones, para contrarrestarlas. Es importante que llegue a los jefes máximos, a los magistrados o a los comisionados que tienen que tomar decisiones para que, a la hora de tomar su decisión, tengan a mano esa información. Es importante, aquí en Costa Rica tenemos una cosa que se llama Cuerpo Nacional de Delegados, que es como un brazo del Tribunal Supremo de Elecciones sobre el terreno, son personas que están en

cada escuela, en cada centro educativo, en las vías públicas, representando al Tribunal y tomando decisiones sobre el terreno. Esas personas necesitan también saber o recibir alertas de cosas que nosotros podamos enterarnos a través del monitoreo digital.

Lo que quiero decir es que los flujos de información internos dentro de la autoridad electoral tienen que estar muy bien aceitados para que estas herramientas de escucha digital cumplan o, mejor dicho, den el mejor jugo, podamos extraerles el mejor resultado que ellas pueden dar. En cuanto a casos muy puntuales y muy específicos, nosotros nos fijamos en cuatro principios básicos que creo que pueden servir para calibrar si es momento, oportuno o no, de salir al paso frente a una desinformación concreta dirigida a la autoridad electoral.

El primero es la verosimilitud, es decir, qué tan creíble, qué tan fácil va a ser que la gente se la crea, porque es creíble esa cosa que están diciendo de nosotros. Hay tonterías que uno puede anticipar —se puede

equivocar— pero uno puede anticipar que una gran mayoría de las personas no se las van a creer porque son muy inverosímiles. Entonces, eso hay que calibrarlo, y para eso son muy efectivas las herramientas de escucha digital, es la penetración que ha tenido una desinformación. Repito, no es lo mismo algo que esté encapsulado ahí en un nicho de redes sociales a otra cosa que ya trascendió, que está haciendo trending topic en la conversación de una sociedad o que incluso los medios, las cabeceras de referencia ya lo están reproduciendo como noticia o que ya se está discutiendo en el Congreso y en el Parlamento, y ya se salió de las manos porque la penetración de eso es muy grande.

Un tercer elemento es la lesividad que tenga, porque no es lo mismo que digan en una desinformación que en el Tribunal Supremo de Elecciones se echaron a perder no sé cuántas máquinas y que eso es un desperdicio de recursos públicos y que qué lástima que seamos tan descuidados porque esas máquinas se echaron a perder porque llovió muy fuerte, había unas

goteras, no reparamos el techo y se dañaron las máquinas. Puede ser que sea mentira, pero no tiene el mismo grado de lesividad que si la desinformación es un compromiso político de los magistrados con tal fuerza partidaria para favorecerla en la elección. Eso hace al corazón mismo de la credibilidad de la autoridad electoral y entonces su nivel de lesividad es mayor.

Un cuarto y último elemento que subrayaba con mucha claridad don Piero, es el tema de la munición. ¿Con qué cantidad de información cuento, con qué información ya verificada cuento para salir a desmentir o a rectificar? Es un error muy grande, y lo digo por experiencia propia, porque fue una experiencia dolorosa nuestra, salir a desmentir o a enfrentar una desinformación cuando uno mismo como organización todavía no tiene muy claro qué es lo que pasó, por qué y además si el formato escogido es un formato inadecuado. En este caso, por ejemplo, el peor formato que se puede escoger es una conferencia de prensa, porque es poner a un jerarca frente a un pelotón de fusilamiento,

donde lo van a bombardear con preguntas para las que no va a tener respuestas, y bueno, no va a tener respuestas porque ese no era el momento para salir. Primero, había que saber qué había pasado y segundo, esa no era la forma de salir, no era a través de una conferencia de prensa. Entonces, en esto hay que proceder con mucha sabiduría, con mucho tacto, sabiendo que lo que estamos cuidando, lo que estamos protegiendo, lo que tenemos en nuestras manos es algo muy valioso, muypreciado. Es la credibilidad, la confianza de la ciudadanía en los procesos que estamos llevando adelante y entonces hay que manejarlo con ese grado de responsabilidad.

YARA IVETTE CAMPO:

Gustavo, el tiempo ha pasado muy rápido y hemos llegado al final de este seminario web. Sin embargo, me gustaría que cada uno tomara un minuto más para responder a una pregunta que nos ha llegado: ¿Qué dinámica proponen las instituciones, especialmente para los jóvenes de 18

a 25 años, para hacer frente a la desinformación? Considerando que no son niños, pero tampoco adultos, ¿cómo pueden reaccionar para ser educados de manera efectiva?

GUSTAVO ROMÁN JACOBO:

Bueno, si le parece, don Piero, empiezo yo. Creo que hay dos valores que las autoridades electorales deben promover desesperadamente en la ciudadanía.

Uno es el aprecio por la verdad y los hechos. En un momento en el que se valoran tanto las emociones, debemos insistir y subrayar que existe un mundo exterior, donde las cosas ocurren independientemente de mi opinión o mis preferencias. La actitud valiente frente a la vida es asumir las cosas como son, no como quisiéramos que fueran.

El otro valor, que hace al corazón de la democracia, es el aprecio y respeto por la pluralidad. Hay que hablar con personas que no solo refuercen nuestros puntos de vista, sino que puedan presentar opciones y perspectivas distintas, sin necesidad

de llegar a un acuerdo. Lo ideal es poder escuchar y comprender las razones de los demás.

PIERO CORVETTO:

Sí, concuerdo plenamente con Gustavo y solo añadiría algunas precisiones. Debemos insistir mucho en la educación electoral: educar, capacitar e informar. Ahora tenemos un gran reto, pues vamos a tener cinco elecciones simultáneas. Yo tengo 52 años, y aunque parezca mayor, nunca he votado por un Senado, y ahora se va a votar. La mitad se elegirá con lista cerrada y bloqueada, y la otra mitad con lista cerrada y no bloqueada. También se votará por circunscripción con un solo voto preferencial. En este contexto, hay que explicarle a la gente qué hace el Senado, cuáles son sus funciones y cómo votar por él. Ahí hay una lógica completa de educación y capacitación.

Es crucial acercarse a la gente de manera segmentada, ya que los lenguajes y las formas son diferentes. No es lo mismo que a mí me llegue un TikTok a que un joven lo reciba. Hay una gran diferencia. Por eso, creo que

una de las mejores formas de llegar a ellos es escuchándolos. Debemos realizar reuniones descentralizadas para entender qué quieren saber, cuáles son sus necesidades informativas. Luego, podemos acercarnos a ellos con una narrativa que satisfaga tanto sus necesidades de información como las del país y las de la institución.

JUSTAVO ROMÁN JACOBO:

Creo que hay dos valores que las autoridades electorales deben promover de manera urgente hacia la ciudadanía.

El primero es el aprecio por la verdad y los hechos. En este momento, en el que se valoran tanto las emociones y "cómo me hacen sentir las cosas", debemos insistir y subrayar que existe un mundo allá afuera, en el que ocurren cosas independientemente de mi opinión o mis preferencias. La actitud valiente frente a la vida es asumir las cosas como son, no como quisiéramos que fueran. Por ello, es fundamental promover el aprecio y el respeto por los hechos.

El segundo valor, que va al corazón de la democracia, es el aprecio y el respeto por la pluralidad. Se trata de hablar con personas que no solo refuercen nuestros puntos de vista, sino que puedan presentar opciones y perspectivas distintas, sin necesidad de llegar a un acuerdo. Ojalá fuera así, pero al menos hay que tener la capacidad de escuchar y comprender las razones del otro.

PIERO CORVETTO:

Sí, concuerdo plenamente con Gustavo y yo, solamente haría unas precisiones sobre el tema. Hay que insistir mucho en la educación electoral, en educar, en educar en nuestra lógica, capacitar e informar. Nosotros ahora tenemos un gran reto porque vamos a tener cinco elecciones en simultáneo. Yo tengo 52 años, seguramente parezco de más porque estoy bastante acabado, pero nunca voté por el Senado y ahora se va a votar por el Senado, la mitad se va a elegir con lista cerrada y bloqueada, y la otra mitad con lista cerrada, no bloqueada. Esta lista nación con doble voto preferencial y el

otro va a ser lista por circunscripción con solamente un voto preferencial. Entonces, hay que decirle a la gente qué hace el Senado, qué debe hacer el Senado, cuáles son las funciones del Senado y cómo votarle al Senado. Ahí hay toda una lógica de educación, de capacitación, de información.

Hay que ir a la gente de manera segmentada, porque los lenguajes son diferentes, las formas son diferentes, no es lo mismo que lleguen a mí a través de un TikTok, a que lleguen con un TikTok a un joven. Ahí hay una diferencia muy grande y hay que escucharlos, por lo que creo que una de las lógicas, una de las primeras formas de poder llegar a ellos es escuchándolos. Hay que hacer reuniones con ellos desconcentradas, descentralizadas, tratando de escuchar qué quieren conocer, cuáles son sus necesidades de conocer y nosotros ir hacia ellos con una narrativa, con una construcción discursiva que pueda satisfacer sus necesidades de información y que pueda satisfacer las necesidades de país y de la institución para esos públicos en específico.

YARA IVETTE CAMPO:

Muchas gracias. Solamente para finalizar y por el poco tiempo que nos

queda, me quedaría con la triada en cuanto a estrategia: el formar, el informar y reaccionar.

Estrategia de Comunicación Oficial para Combatir la Desinformación Durante un Proceso electoral

Mgtr. Yara Ivette Campo Berrío

¿Cómo combatir la desinformación durante un proceso electoral a partir de estrategias?

Primero, antes de analizar las estrategias de comunicación oficial para combatir la desinformación, a manera de introducción, quiero referir un marco, aunque breve, sobre la democracia, considerada como la forma de gobierno justa y conveniente para vivir en armonía. En una democracia ideal, la participación de la ciudadanía es el factor que materializa los cambios, por lo que es necesario que entre gobernantes y ciudadanos se establezca un diálogo permanente para alcanzar objetivos comunes.

Se contribuirá a favorecer la democracia mediante un sistema electoral que garantice el ejercicio de un voto libre, informado y respetuoso de los derechos civiles y políticos de los ciudadanos; creando oportunidades de participación ciudadana en los procesos de deliberación y escogencia de los representantes políticos, ya sean de los partidos políticos o de la libre postulación, que hayan cumplido las normas democráticas internas, y sean garantes de resultados electorales que respondan fielmente a las preferencias ciudadanas.

Entre las normas democráticas aludidas, cobran importancia los mecanismos eficaces de control sobre el financiamiento político a los partidos y a los candidatos por libre postulación, que fomentan la honestidad y la independencia de los líderes políticos y sancionan los hechos delictivos.

También, favorece a la democracia (representativa) su base constitucional y legislación establecidas, mediante mecanismos de democracia directa en los ámbitos nacional y local. La ciudadanía participa activamente en consultas populares que promueven espacios de deliberación pública, cuyos resultados reflejan la voluntad de las mayorías. Y, complementariamente, un sistema de administración de la justicia electoral autónomo y abierto al escrutinio público,

protege los derechos de la población, especialmente el derecho a la debida defensa y combate eficazmente cualquier forma de discriminación contraria a la Constitución Política y al Código Electoral, garantizando la aplicación de una justicia electoral pronta, cumplida e igual para todas las personas, imponiendo las sanciones correspondientes y reparando los daños.

Con base en el marco democrático aludido, analizaremos la relación entre la comunicación oficial y las estrategias que pueden utilizarse para contrarrestar la nocividad de la desinformación en el proceso electoral; para lo que se toma como referencia la trilogía: formar, informar y reaccionar, regulada por un protocolo especializado, analizada y recomendada por los excelentes panelistas del webinar Estrategias de comunicación oficial para combatir la desinformación durante un proceso electoral, desarrollado el 21 de mayo de 2025.

Son seis términos cuya definición y uso será el marco de análisis en este artículo académico: información, desinformación, estrategia, comunicación oficial, proceso electoral y protocolo.

Iniciamos con la definición amplia de información como el conjunto de datos organizados que, al tener un significado y un contexto, permiten reducir la incertidumbre, incrementar el conocimiento y comprender hechos o fenómenos, por lo que es fundamental para la toma de decisiones, el aprendizaje y la comunicación en cualquier actividad humana.

Estrategia tiene varios significados, pero el que nos sirve para nuestro análisis es el que se refiere al conjunto organizado de pasos o tácticas para alcanzar una meta específica, en la formulación de planes con fines públicos. Uno de esos pasos o tácticas es formar o formarse, es decir, preparar o prepararse intelectual, moral y profesionalmente; otra estrategia es informar o dar a conocer o suministrar noticias y datos con validez y actualidad; y reaccionar es responder o actuar de manera determinada como respuesta a un estímulo, en este caso, a los efectos de la desinformación en el proceso electoral.

Respecto a la comunicación oficial, la IA la define como:

El intercambio formal de información producido o recibido por una entidad o funcionario en el ejercicio de sus funciones legales, utilizando diversos medios electrónicos o impresos y debe ser debidamente registrada, radicada y archivada. Pueden ser internas (entre dependencias o funcionarios de una misma entidad) o externas (dirigidas a entidades o personas ajenas a ella) y su

gestión es crucial para el funcionamiento administrativo y la conservación documental de una organización.

Obviamente, es en el campo de la comunicación oficial en el que la desinformación tiene mayor incidencia y ¿éxito?... si no se combate debida y oportunamente.

La RAE define desinformación como dar información deliberadamente falsa o incorrecta con la intención de engañar o influir en la opinión pública. También define que, proceso es el conjunto de fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial; mientras que el Diccionario Electoral del Instituto Interamericano de Derechos Humanos (IIDH,2018:869) define proceso electoral de manera sintética, como:

...el desarrollo de actividades que permiten llevar adelante el acto de escoger entre varios candidatos para un mismo puesto electoral...

Son actos que deben sucederse en un determinado orden, en cuya primera etapa se establecen las condiciones necesarias para la segunda y así sucesivamente, hasta arribar a la conclusión.

Y, protocolo es el conjunto de reglas y procedimientos establecidos por norma o costumbre, para enfrentar una situación o problema; en el que se estandarizan las respuestas a eventos determinados, ya sean sociales, sanitarios, tecnológicos y otros.

(Sánchez & Magallón-Rosa, 2023: 237), citada por Marmentini (2024) considera que la entrega de información reconoce, en primer lugar, la condición de ser información «veraz» que se refiere a datos o afirmaciones objetivamente correctas y precisas; se basan en hechos comprobables y cuentan con evidencia. Este tipo de información se caracteriza por su precisión, verificabilidad, consistencia, fiabilidad, actualidad y, en la medida de lo posible, objetividad.

La información oficial ya definida debe enmarcarse en la veracidad y verificabilidad de su contenido, que evidencia que la gestión es crucial para el funcionamiento administrativo.

Respecto al campo electoral, tal como argumentó Gustavo Román Jacobo del Tribunal Supremo de Elecciones de Costa Rica, en la región latinoamericana desde mediados del siglo pasado, los organismos electorales han tenido presente aspectos importantes para que la democracia prevalezca, como son la justicia

electoral, los mecanismos de la jurisdicción electoral y el siempre controversial y cuestionado financiamiento político, que no han perdido su cariz fundamental, muy por el contrario, continúan como centro y puntos de divergencia que mantiene a las autoridades electorales en búsqueda de correctivos eficaces, para que la ciudadanía haga valer su derecho político de elegir a sus gobernantes.

En esa búsqueda por establecer correctivos que subsanen los errores, los organismos electorales se enfrentan a otro obstáculo, que realmente no es nuevo, pero tan letal como un manto gigantesco que a medida que cae sobre los sistemas electorales va carcomiéndolos, devastándolos y si no se detiene, terminará invalidándolos... Se trata de la desinformación, flagelo social consistente en emitir deliberadamente lo que es falso e incorrecto, con la malsana intención de engañar e influir negativamente la opinión ciudadana; y no solo en la cotidianidad, sino también y con infame impacto en el sistema democrático de las naciones.

Entre las diferentes opiniones que han expresado expertos sobre el acontecer social general, sobresale la emitida por el papa León ante medios de comunicación: solo las personas informadas pueden tomar decisiones libres, que aplicada al entorno electoral, tiene la más real validez, puesto que quien se involucra en conocer el proceso electoral para interactuar de la manera debida, es decir, conociendo el deber ser o ética, estará en capacidad de transmitir (comunicación oficial) con datos válidos y actuales, información que ayudará a la toma de decisiones; del mismo modo que lo hace la observación electoral, tanto interna o nacional, como la internacional.

Para combatir la desinformación es necesario un trabajo en conjunto con todos los actores electorales: partidos políticos, sociedad civil, candidatos, electores y medios de comunicación para difundir buenas prácticas de cara al respeto a los derechos de participación política y en búsqueda de la construcción de un proceso electoral democrático que culmine con la elección de hombres y mujeres que ocuparán los cargos de elección popular y dirigirán los destinos del país por los próximos años. Para ello es necesario diseñar una estrategia de educación cívica permanente que involucre no solo a los estudiantes a nivel primario, medio y superior, sino también a la ciudadanía en general poniendo a disposición de la misma no solo información en línea, sino también llegando de manera presencial a las comunidades con foros abiertos donde se compartan conocimientos y experiencias, logrando de esta forma agentes multiplicadores que puedan difundir la convivencia en valores democráticos y la participación política de forma responsable.

De cara a los procesos electorales hay que diseñar estrategias de comunicación e información para los electores que incluyan el voto informado con información detallada de los candidatos y candidatas, el lugar donde le corresponde votar, modelo de las boletas de votación e incluso con simuladores donde pueda practicar

su voto, sobre todo en las circunscripciones plurinominales donde los sistemas de representación proporcional, puedan crear dudas o desconocimiento del elector de la manera correcta de emitir su voto.

Igualmente, los organismos electorales deben divulgar las medidas de seguridad que blindan el proceso electoral y trabajar en dinámicas tendientes a combatir la desinformación en aspectos que suelen repetirse en contextos electorales en los diferentes países como la ineficacia de la tinta del entintado que prueba que elector ya votó, crayones defectuosos cuya marca en la boleta de votación puede ser borrada fácilmente, muertos que votan, entre otros.

También es necesario en trabajar arduamente en el comportamiento ético de los actores de un proceso electoral.

En cuanto a nuestro entorno institucional, el Tribunal Electoral cuenta con dos pactos éticos importantes dirigidos a combatir la desinformación y las malas prácticas en el proceso electoral: el Pacto Ético Digital y el Pacto Ético Electoral.

El Pacto Ético Digital lanzado para las elecciones generales de 2019 y que para las elecciones generales de 2024, tuvo su segunda versión, apunta a un compromiso formal de los usuarios de medios digitales para promover el uso responsable de internet y en general de las redes sociales, en el marco de un proceso electoral, evitando campañas sucias, el uso de cuentas falsas y de bots, a fin de promover un debate político de altura, donde se respeten los derechos de los electores, de los candidatos, partidos políticos y sociedad civil, propiciando un torneo electoral en el marco del respeto a los valores y al entorno democrático.

Con ocasión de las elecciones generales de 2024, el Tribunal Electoral contó por séptima vez con un Pacto Ético Electoral y estratégicamente conformó el Organismo Consultivo Permanente del Pacto Ético Electoral, a cargo del Comité Ecuménico de Panamá. Este organismo tuvo la misión de servir de intercambio y comunicación entre las diferentes fuerzas políticas del país; instituir la discusión para fortalecer el carácter cívico de los procesos de consulta y elecciones; también procuró generar un espacio de participación de la sociedad civil en el escenario político del proceso electoral para lograr una conducta digna, elevando los valores esenciales de la democracia y sustanciar las violaciones al Pacto Ético Electoral e imponer las sanciones morales a que haya lugar, por denuncia de uno o varios partidos, medios de comunicación o de cualquier otra persona.



Magistrado presidente del Tribunal Electoral, Alfredo Juncá W.,
Ceremonia de firma del Pacto Ético Electoral
15 de enero de 2024

Fuente: <https://www.tribunal-electoral.gob.pa/firma-del-pacto-etico-electoral-2/>



Representantes de los partidos políticos, candidatos presidenciales, medios de comunicación social, gremios periodísticos y sociales
Organismo Consultivo Permanente del Pacto Ético Electoral, liderado por el Comité Ecuménico de Panamá
15 de enero de 2024

Fuente: <https://www.tribunal-electoral.gob.pa/firma-del-pacto-etico-electoral-2/>

Son cinco los objetivos fundamentales del organismo consultivo:

fungir como ente de intercambio y comunicación entre las diferentes fuerzas políticas del país; instituir un foro de discusión y debate para el fortalecimiento del carácter cívico de los procesos de consulta y elecciones; generar un espacio de participación de la sociedad civil en el escenario político del proceso electoral para procurar una conducta digna, elevando los valores esenciales de la democracia; evaluar las denuncias, quejas, sanciones morales y el tratamiento de situaciones violatorias del Pacto, y admitir las denuncias y quejas, por violaciones al Pacto Ético Electoral, sustanciarlas y resolverlas.

Para las elecciones de 2024, el Tribunal Electoral de Panamá, contó con la herramienta **VerificadoContigo.com** cuyo propósito estaba dirigido a combatir la desinformación electoral en redes sociales, emitiendo contenidos aclaratorios y docentes para la protección de la integridad electoral. La precitada herramienta contó con tres componentes: la verificación y etiquetado en cuanto a si la información era verdadera, falsa o engañosa; docencia electoral en cuanto a las distintas etapas del proceso electoral y enlaces para el redireccionamiento del usuario a los diferentes medios digitales de la institución para la denuncia de contenido engañoso que pueda ser verificado y aclarado por la institución.

Como bien lo expuso Piero Corvetto, de la Oficina Nacional de Procesos Electorales del Perú (ONPE), en el webinar mencionado, una de las deficiencias de los sistemas electorales de nuestra región es que generalmente se incursiona e

incrementa el esfuerzo por combatir la desinformación y otros flagelos solamente en los periodos electorales, olvidando qué tan importante y fundamental es hacerlo en los periodos no electorales. Tenemos necesidad de conocer las herramientas que se generan y se potencian en el ámbito de la desinformación y fundamentalmente el equipo (recurso humano) que las domine. Es necesario que quienes saben y los que no saben comiencen a tener información respecto al periodo anterior del proceso. las estrategias no pueden circunscribirse al momento electoral, solamente. Hay que darse cuenta de que las estrategias son permanentes, y que es necesario ser autocríticos.

Hoy se ha incrementado muchísimo el esfuerzo en periodos no electorales lo cual es muy importante, fundamental, porque tenemos la necesidad de conocer las herramientas que se generan y se potencian en el ámbito de la desinformación y fundamentalmente el equipo (recurso humano) que las domine. Es necesario que quienes saben y los que no saben comiencen a tener información respecto al periodo anterior del proceso.

En conocimiento de lo expuesto por el experto, y con base en las experiencias de los periodos electorales pasados, en el Tribunal Electoral se ha decidido activar en periodo no electoral, el Programa General de Elecciones (Plagel) desde el presente (a cuatro años de la próxima elección general en el 2029), a diferencia de los periodos anteriores que se activaba en el año preelectoral; lo cual es muy importante y fundamental, para tener conocimiento y evitar inconvenientes, atrasos, imprevistos, desinformación y otras circunstancias que necesitan subsanarse con la oportunidad debida, para que el proceso electoral se desarrolle en un ambiente democráticamente ideal.

Entre las previsiones estratégicas que fomenta la activación temprana del Plagel, resalta la formación y capacitación de los funcionarios electorales, que ahora es de carácter permanente. Se aplica la estrategia de formar permanentemente a los ciudadanos reclutados para fungir como funcionarios de las corporaciones electorales; durante dicha formación se les capacitará para que adquieran las habilidades y competencias necesarias para su desempeño, y finalmente se podrá reaccionar evitando las deserciones de última hora que incidan negativamente en el proceso.

También, en previsión (hoy reafirmado por la recomendación del experto para combatir la desinformación) desde finales de 2019, en el Tribunal Electoral se incursionó en una estrategia denominada Consejo Coordinador de Comunicaciones (CCC) integrado por los titulares de la Dirección de Comunicación (Dircom) del

Tribunal Electoral, y del Centro de Estudios y Monitoreo Digital (CEMD) y coordinados por designación del Pleno. Se trata de la sinergia de los órganos de comunicación del Tribunal Electoral, funcionando en conjunto para conocer, prevenir, planificar y actuar.

Las funciones del Consejo, entre otras, son proponer al Pleno la línea de comunicación, planificar la cobertura de las múltiples actividades y eventos inherentes a la función básica del Tribunal Electoral, analizar el desempeño de los diversos canales de comunicación y preparar el plan de acción.

Al respecto, entre las dinámicas se cuenta con el Café InformaTE, que consiste en mantener contacto permanente con los medios de comunicación social, de manera que conozcan y se actualicen sobre las estadísticas y servicios de las direcciones sustantivas, así como de los procesos de inscripciones de miembros en partidos políticos, procesos internos de los colectivos, iniciativas ciudadanas para la convocatoria de una constituyente paralela, procesos de revocatoria de mandato para autoridades electas en las elecciones de 2024. A la vez fortalecer la comunicación entre el Tribunal Electoral, los medios de comunicación y periodistas. La imagen muestra la sesión del 18 de septiembre, a la que asistieron periodistas de los diferentes medios de comunicación del país.



Sesiones de Café InformaTE con algunas direcciones del Tribunal Electoral



Registro Civil



Fiscalización del
Financiamiento Político



Organización Electoral

Fuente de las imágenes: Dircom

Las funciones del coordinador designado por el Pleno consisten en dirigir las reuniones de trabajo del Consejo, dar seguimiento a las actividades y presentar un informe de la imagen pública institucional; de manera que el Pleno del Tribunal Electoral conozca oportunamente cada situación, para enfrentar la posible desinformación de la que pueda ser objeto.



Muestras de una de las sesiones ordinarias del CCC, presidida por su coordinadora.

Tomando como punto de partida que la comunicación debe ir dirigida tanto al público externo y al interno, o sea los funcionarios de la institución, se diseña y divulga internamente información oficial, por medio de comunicados e infografías, que reciben diferentes nombres, manteniendo al final la sigla del TE, como la muestra MantenTE al día, y otras como InformaTE, CapacítaTE. Igualmente se produce información oficial con herramientas tecnológicas de comunicación WhatsApp, Instagram, Youtube, página web, X, Zoom, y correo electrónico institucional.

MANTENTE AL DÍA
Jueves 18 de septiembre de 2025



Con el propósito de mantener el contacto permanente de los medios de comunicación social, este jueves 18 de septiembre de 2025 se llevó a cabo el evento Café Infórmate, para brindar una actualización de las estadísticas del registro civil y de cedulación de todo el país.

El conversatorio se enfocó en las gestiones de las direcciones nacionales del Registro Civil y Cadulación, a cargo de la licenciada Sharon Sinclair y el magistrado suplente Gilberto Estrada De Icaza, respectivamente. También estuvieron presentes la directora ejecutiva institucional y coordinadora del Consejo Coordinador de Comunicación (CCC), Yara Ivette Campo; y directivos de la Dirección de Comunicación (DIRCOM) y del Centro de Estudios y Monitoreo Digital (CEMD).

Con estos acercamientos se busca fortalecer la comunicación entre la institución y los periodistas.

PASA LA VOZ
¡RÁPIDO Y SIN FILAS!

Escribenos a la línea de WhatsApp
6999-3892
¡Graba y comparte!

TE
tepanama

MANTENTE AL DÍA
Lunes 19 de mayo de 2025

IA y Gestión Electoral
Alberto Fernández
IDEA Internacional



"La inteligencia artificial (IA) y las elecciones" fue el tema central de un conversatorio presidido por Alberto Fernández, experto en digitalización de IDEA Internacional, dirigido a directivos y colaboradores del Tribunal Electoral, para evaluar las oportunidades de mejoras del proceso electoral a través de este moderno sistema, su impacto en la ciudadanía y la democracia.

Las palabras de bienvenida las pronunció la directora ejecutiva institucional, Yara Ivette Campo, quien señaló que los retos en materia de la IA son grandes y la institución es receptiva a los constantes cambios y avances tecnológicos.

Fernández habló de las amenazas digitales contra los organismos electorales y reiteró que la IA siempre debe estar bajo supervisión humana. A su juicio, los organismos electorales deben tomar en cuenta la ciberseguridad para consolidar la confianza y transparencia de la información electoral.

Esta jornada fue organizada por el Instituto de Estudios Democráticos (IED), juntamente con IDEA Internacional como parte de los ciclos de actualización en materia digital.

Valores Institucionales

Tribunal Electoral
La patria la hacemos contigo

Integridad Imparcialidad Independencia Inclusión Transparencia

MANTENTE AL DÍA
Jueves 18 de septiembre de 2025



Para garantizar las libertades democráticas de las personas con alguna discapacidad, culminó con éxito la capacitación "El ejercicio activo de los derechos políticos, como garantías fundamentales para las personas con discapacidad", que trató temas claves como la conformación de partidos políticos, el financiamiento pre y poselectoral de partidos políticos y de libre postulación, estrategias para lograr la paridad y el manejo de herramientas digitales para la participación política inclusiva.

La actividad reafirmó el compromiso de impulsar espacios accesibles e inclusivos que garanticen la igualdad de oportunidades de participación ciudadana de este sector de la población en la construcción de una democracia justa y representativa.

Valores Institucionales

Tribunal Electoral
La patria la hacemos contigo

Integridad Imparcialidad Independencia Inclusión Transparencia

Fuente: Dircom

Resulta importante también la capacitación y sensibilización permanente del recurso humano institucional, de cara a propiciar el conocimiento de todas las actividades de la institución, a fin de que funjan como agentes multiplicadores

externos para combatir la desinformación. Se coordina que cada unidad administrativa cumpla su rol con un capital humano idóneo y comprometido con la función básica del Tribunal Electoral.

Finalmente es necesario anotar que las estrategias de comunicación oficial para combatir la desinformación durante los procesos electorales, suponen una serie de actividades constantes y permanentes dirigidas todas a difundir la información verídica del accionar institucional y sus diferentes procesos en todas las etapas ya sea pre electoral, electoral y poselectoral, propiciando alianzas estratégicas a lo interno con los funcionarios y funcionarias y a lo externo con la ciudadanía, la academia, partidos políticos, sociedad civil y medios de comunicación, a fin de blindar la integridad electoral.

BIBLIOGRAFÍA

INSTITUTO INTERAMERICANO DE DERECHOS HUMANOS (IIDH), Diccionario Electoral, tomo II L-Z, serie Elecciones y Democracia, Tribunal Supremo del Poder Judicial de la Federación, San José, Costa Rica. 2017, 654pp.

MARMENTINI, Gabriel y Jeanine AbramsMcLean (16 de septiembre de 2024), Estrategias de base para combatir la desinformación electoral (2024), en:

<https://ssir.org/articles/entry/grassroots-strategies-election-misinformation>

MERIVAKI, T. y Suttman-Lea, M., (2022) Local Election Office on Social Media.

Citadas en Estrategia de Redes Sociales para Autoridades Electorales, en:

https://www.smartmatic.com/wp-content/uploads/2025/08/Estrategia-de-Redes-Sociales-para-Autoridades-Electorales-2.pdf?__cf_chl_f_tk

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española: Diccionario panhispánico de dudas (DPD) [en línea], <https://www.rae.es/dpd/>, 2.^a edición (versión provisional). [Consulta: 18/09/2025]

TRIBUNAL ELECTORAL DE LA REPÚBLICA DE PANAMÁ, (2024) Manual de la Sanción Moral,

<https://www.aspadepanama.com/>

<https://dle.rae.es/estrategia>

<https://dpej.rae.es/lema/proceso-electoral>

https://www.google.com/search?q=comunicaci%C3%B3n+oficial&oq=&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqCQgDEEUYOxjCAzIJCAAQRRg7GMI

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0251-34202024000200055

https://www.mep.go.cr/sites/default/files/descargas_etica/unidad_cuatro_fortalecimiento_democracia_0.pdf
<https://concepto.de/protocolo/>
https://www.google.com/search?q=herramientas+inform%C3%A1ticas+del+tribunal+electoral&sa=X&sca_esv=d2a
<https://www.futuver.com/tribunal-electoral-de-panama-acredita-electronicamente-la-formacion-internacional-con-cibersity/>
https://plagel2024.com/storage/2023/10/texto_pacto_etico.pdf

Yara Ivette Campo B.

Licenciada en Derecho y Ciencias Políticas (Universidad de Panamá), con postgrado y maestría en Derecho Procesal (Universidad Interamericana) y postgrado de especialización en Derechos Fundamentales y Garantías Constitucionales en la El Impacto de los Bots y la Automatización en la Desinformación Electoralpaña). Especialización en Docencia Superior (Universidad Marítima Internacional de PanamINTELIGENCIA ARTIFICIAL EN CAMPAÑAS ELECTORALES: DE LA PREOCUPACIÓN A LA ACCIÓN REGULATORIA.

Álvaro Mario Castañón Cuevasen Panamá. Ha participado en misiones de Observación Electoral en Centro y Sur América, así como en España. Directora Ejecutiva Institucional del Tribunal Electoral de Panamá.

Siete Pecados Capitaless en la Comunicación de un Organismo Electoral

Gustavo Román Jacobo

No existen organizaciones públicas para las que sea más relevante su credibilidad que para los organismos electorales. Respondan estas al modelo unificado, como en el caso costarricense o panameño, o al modelo en el que la organización de las elecciones se confía a una entidad independiente de aquella que conoce el contencioso electoral, como Perú o México, se trata de instituciones que tienen, como mayor bien a su cuidado, una creencia.

Me explico: desde hace apenas 250 años se plasmó políticamente una idea revolucionaria nacida poco antes en la Ilustración: la soberanía popular. Si se considera que el homo sapiens lleva 300 mil años de vida en comunidad y que aún hoy la mayoría de los habitantes del planeta no vive en democracias liberales, se cae en cuenta de que se trata de una idea recientísima y excepcional.

Pues bien, el proceso electoral no es otra cosa que la operacionalización de esa idea. Un mecanismo diseñado para agregar voluntades individuales y convertir sus principales magnitudes en poder político, consiguiendo así materializar en designaciones formales y temporales de carácter representativo una convicción: que el origen legítimo del poder político es el pueblo.

Ya sea que tenga a cargo la gestión del proceso, la resolución del contencioso electoral, o, más aún, ambas tareas, los organismos electorales requieren de una robusta confiabilidad ciudadana para acreditar esa operación que traduce decisiones personalísimas en voluntad popular colectiva. Dicho de otro modo: los resultados de las urnas son tan creíbles como la autoridad que los certifica

y que, al hacerlo, sustenta la creencia que está en la base de la estabilidad política de las democracias.

Desde luego que son variados los espacios de veeduría ciudadana y de fiscalización partidaria que transparentan el proceso electoral, la asentada y sana tradición de la observación internacional, así como los controles cruzados y blindajes contra la adulteración de sus resultados que abonan a la confianza en su pureza. Pero ninguna de estas garantías, ni el conjunto de ellas, es capaz de darle a cada ciudadano en particular una suerte de panóptico que le permita constatar por sí mismo, y más allá de toda duda, que todo el proceso de recolección y cómputo de los votos fue correcto.

La consecuencia de lo anterior es obvia: la credibilidad de las autoridades electorales es imprescindible. Nada la puede sustituir. Y ello tiene otra consecuencia de la que, asombrosamente, hasta hace poco, no habían tomado conciencia los jefes de los organismos electorales: la enorme relevancia que en su gestión debería tener la comunicación institucional, el celoso cuidado de su reputación y el fortalecimiento de sus capacidades para comprender a su sociedad y darse a entender ante ella.

De eso, en palabras resumidas, nos encargamos quienes trabajamos en la comunicación institucional de los organismos electorales. Un perfil profesional en franco desarrollo en América Latina y que se nutre, como no podría ser de otra manera, de una variada confluencia de formaciones: comunicadores (relacionistas públicos, periodistas, diseñadores gráficos, productores audiovisuales, animadores digitales, publicistas, semiólogos), sociólogos, politólogos, psicólogos, informáticos y analistas de datos, estadígrafos, y hasta algún abogado.

Llevo 15 años al frente de esas labores en el Tribunal Supremo de Elecciones de Costa Rica y creo que, en general, lo hemos hecho bien. Pero hay más aprendizaje en el error que en acierto, siempre y cuando se asuma con responsabilidad y se haga un esfuerzo por comprenderlo para no reincidir. En este artículo presentaré los que, para mí, son los siete principales “pecados” que un organismo electoral puede cometer en su comunicación institucional. Los últimos

tres, particularmente, al enfrentar el desafío de nuestro tiempo, que es el combate a la desinformación electoral.

1- Objetivos incorrectos: El primero de todos los pecados es errar en los objetivos de la comunicación institucional. Confundirla con la propaganda y, en el peor de los casos, orientarla en función de la imagen de los jerarcas, como si su promoción o prestigio fuera un fin público legítimo.

Más noble, pero igualmente desacertado, es concentrar la comunicación institucional en el único objetivo de promover el voto y reducir la abstención. Es la razón de fondo detrás del carácter estacional de la comunicación de algunos organismos electorales (abandonan su hibernación mediática solo con ocasión de los llamados a las urnas), así como de la carencia en esta de una planificación estratégica permanente. No tiene sentido que la haya, porque solo se comunica con ocasión de las elecciones y el único objetivo con el que se comunica es que los ciudadanos voten.

Además, partiendo de la premisa, discutible, de que una participación electoral elevada es síntoma de calidad de la democracia, muchos organismos electorales han “satanizado” el abstencionismo, usualmente presumiendo que una campaña de motivación será suficiente para modificar un fenómeno multicausal y en algunos casos estructural como es el de la inasistencia a las urnas.

El abstencionismo debe ser objeto de investigación científica y procurar su reducción es un objetivo obvio de las autoridades electorales, pero la comunicación institucional de los organismos electorales debería de ser, sobre todo, pedagógica, dirigida a dotar a la ciudadanía de los elementos de juicio necesarios para una robusta participación cívica, comprensión del proceso electoral y de sus mecanismos de blindaje de la pureza del sufragio, todo lo cual redundará en un involucramiento más informado de las personas en los asuntos públicos y una mayor resiliencia frente a la desinformación dirigida a minar la confianza en los resultados de las elecciones.

2- Menospreciar la comunicación: Hay una paradoja en el oficio de la comunicación: casi todas las personas sin formación especializada en ello se asumen competentes en las actividades que comporta y piensan que se trata de labores secundarias y fáciles, y, sin embargo, cada vez que debe señalarse la causa de un revés organizacional, pareciera haber un consenso en que lo que falló fue “la comunicación”; que se gestionó estupendamente, pero se comunicó mal. El misterio, claro, es por qué algo tan fácil y a la mano de cualquiera pudo hacerse mal.

Las consecuencias de esas arraigadísimas ideas equivocadas son varias: se reduce la comunicación institucional a labores operativas, no asesoras estratégicas, se encomiendan a solo un equipo aislado de profesionales (usualmente periodistas) a los que se confiere un rol meramente ejecutor de decisiones comunicacionales de personas sin la menor formación en ciencias de la comunicación. El resultado, en los organismos electorales, suele ser una estéril reproducción de discursos jurídicos (ineficaces comunicacionalmente, cuando no ininteligibles para el gran público), que, sin la menor adecuación de los mensajes, se reproducen idénticos en las más diversas plataformas: desde una pizarra de corcho o una sentencia de decenas de folios, hasta un reel de TikTok.

Lo cierto es que la comunicación organizacional es clave, parte constitutiva de la gestión de los procesos electorales (que si están mal comunicados, están mal gestionados), y conviene que tenga un rol asesor estratégico en la adopción misma de las decisiones institucionales (no solo en la comunicación de estas). Además, a sus profesionales debe respetárseles un margen de autonomía que se corresponda con su especialización, y en su trabajo deben contar con el apoyo y la coordinación de las más diversas instancias de la organización, desde las jurídicas hasta las informáticas, desde las administrativas hasta las de seguridad. Es decir, la comunicación de un organismo electoral debe concernir a todo su funcionariado, lo que pone de relieve, por cierto, la enorme trascendencia de la usualmente descuidada comunicación interna.

3- Escondarse en el silencio o en el tecnicismo: Otro error muy común en la comunicación de las autoridades electorales es el de retraerse del debate mediático, querer mantenerse completamente al margen. El razonamiento de fondo suele ser que intervenir rebaja la majestad de órganos que deben estar por encima de las polémicas entre los grupos enfrentados en la sociedad. A lo que suele añadirse, cuando los jerarcas de los órganos electorales son jueces, la idea de que sus resoluciones, en la medida en que estén debidamente fundamentadas, se explican y defienden a sí mismas, y que es impropio que el juez vaya a los medios a justificarlas.

La idea detrás de la primera consideración, si bien valiosa, debe matizarse. La segunda, en cambio, es tributaria de una visión anacrónica de las autoridades electorales, que, en pleno siglo XXI, son actores políticos, cuya credibilidad debe ganarse a pulso día a día en el veleidoso tribunal de la opinión pública. En consecuencia, parte fundamental de su responsabilidad dentro del sistema democrático es darse a entender a un público muy amplio, casi universal, que es todo aquel para el que sus fallos sean relevantes. Público, que, en la actual sociedad de la información, está compuesto de audiencias fragmentadas por cuya atención y comprensión hay que hacer un esfuerzo titánico.

La actitud descrita tiene, a su vez, dos derivaciones. Una es la del organismo electoral que sí está dispuesto a exponer sus razones en el debate público, pero sin salirse ni un milímetro de su lenguaje técnico-jurídico. Una salida del ensimismamiento conventual solo aparente, pues no se abre realmente al diálogo, sino que consiste en repetir, en distintos foros, lo que ya dijo en sus resoluciones y, para defenderlas de la crítica, acudir únicamente a las mismas normas y precedentes jurisprudenciales ya invocados en esas piezas jurídicas. Lo llamo la vocería tautológica.

La otra derivación de esa actitud se exagera durante las crisis organizacionales. La tendencia natural, frente a un posible error o fallo propio, o ante un ataque a la reputación, en jerarcas que no son políticos habituados a la

confrontación dialéctica, sino técnicos en lo electoral, es encerrarse, amurallarse en el silencio, con la vana esperanza de que la tormenta amaine. Lo usual es que los vacíos de información generados por esa reacción son colmados por los rumores, muchas veces malintencionados, que suplen la ausencia de las explicaciones no dadas por la autoridad electoral, agravando la crisis.

4- Sumergirse en el fango cacofónico: Se trata del error opuesto, pero no por ello menos grave, al anterior. Contestarlo todo, reaccionar a cada afirmación difamatoria, falsa o, incluso, crítica que se realice contra el organismo electoral o sus funcionarios, es el mejor ejemplo de una pésima gestión de la comunicación institucional disfrazada de defensa vigorosa y proactiva de la imagen del organismo.

En el fondo, esa locuacidad irreflexiva es una perezosa reactividad mecánica a los ataques comunicacionales del exterior, que prescinde por completo del inteligente análisis que cada caso amerita, para ponderar, según la penetración o viralidad de la pieza, su lesividad, su plausibilidad y los recursos a mano para contrarrestarla, la mejor forma de gestionar la situación.

Por esa vía, se corre el riesgo de visibilizar masivamente contenidos hasta entonces desapercibidos para el gran público, prestigiar con el estatus de interlocutores a usuarios de plataformas digitales desconocidos, perder la agenda comunicacional propia en función de la marcada por los desinformadores, y degradar la investidura de los altos cargos al frente del organismo electoral, haciéndolos entrar en debate con los candidatos sobre los que deberían elevarse como jueces o árbitros.

Respecto del último riesgo señalado, considerando que ya en varios países se ha visto una estrategia populista de confrontación con el árbitro electoral, para arrastrarlo al debate y posicionarlo como contendor, deben evitarse ambos errores: el de guardar silencio o esconderse en tecnicismos electorales (que es, básicamente, lo mismo) y el de enfrascarse en un debate permanente con el provocador. La alternativa inteligente no es un simple “justo medio”, sino una estrategia de fortalecimiento de marca institucional, de alianza con una nutrida red

de actores de la sociedad civil comprometidos con la institucionalidad democrática y de defensa del organismo electoral necesariamente ad hoc, diseñada y permanentemente replanteada, a la luz de la coyuntura específica, los macro-datos del entorno digital y los recursos legales y comunicacionales a disposición de la autoridad electoral.

5- Obviar la naturaleza pasional y sinuosa de la política: Una derivación del error número cuatro, específicamente en relación con el combate a la desinformación, es deducir del hecho cierto de que esta tiene un efecto pernicioso sobre la democracia, la conclusión errada de que las autoridades electorales deben emprender una cruzada contra todo tipo de falsedad en los comicios.

Pretender que las campañas electorales asemejen simposios académicos, o que en los debates entre candidatos se exija, como en los juicios, decir la verdad, toda la verdad y nada más que la verdad, supone obviar la naturaleza pasional y sinuosa de la política. Es propio de la retórica política la hipérbole, la ambigüedad, la metáfora, lo solo ligeramente sugerido, lo solo literalmente negado, la promesa condicionada, la simple aspiración disfrazada de promesa, etc., respecto de todo lo cual es muy difícil, cuando no imposible, establecer estándares de veracidad o falsedad.

En virtud de lo anterior, pretender erradicar de los procesos electorales todo elemento que se aparte del debate racional y sólidamente fundamentado de propuestas es vano, estéril y contraproducente. Amenaza con erigir a los organismos electorales en una especie de “Ministerios de la Verdad” orwellianos, lo cual, aún si se hiciera con la mejor de las intenciones y los más altos parámetros de imparcialidad política, estaría reñido con los más elementales principios de una democracia liberal, empezando por el de la libertad de expresión.

En mi criterio, la mendacidad en la política debe combatirse solamente cuando mine la credibilidad en las autoridades electorales y en la pureza de los resultados de las urnas que estas certifican (por la amenaza que eso conlleva para la estabilidad política y la renovación pacífica del gobierno); cuando, por llevar a

equivoco a los electores, ponga en riesgo el ejercicio de su derecho al sufragio (haciéndoles creer, por ejemplo, que la única carretera que tienen para llegar a un centro de votación está cerrada por un derrumbe); o, en casos extremos, cuando el grado de manipulación propagandística sea de tal magnitud que amenace con poner en entredicho la validez de la manifestación de voluntad expresada en las urnas por los electores (como ocurrió en las elecciones de noviembre 2024 en Rumanía).

6- Promover la desconfianza: Cuando en 2017 el Diccionario Oxford escogió “Posverdad” como palabra del año, en buena medida a partir de lo ocurrido en tres procesos comiciales del 2016 (el Brexit en el Reino Unido, la elección de Trump en EEUU y el referéndum sobre el acuerdo de paz entre el Gobierno y las FARC-EP en Colombia), la desinformación emergió en la lista de preocupaciones para los organismos electorales. La preocupación estaba justificada, pero hubo algo garrafalmente desacertado en la primera reacción para enfrentar la amenaza detectada: promover la desconfianza en las informaciones como antídoto para evitar que las personas fueran víctimas de engaños.

Ya fuera que se desarrollaran programas completos de alfabetización mediático-digital, o que simplemente se elaboraran piezas de comunicación al respecto, había una idea que se repetía en los discursos que alertaban a la población contra los intentos por manipularla: debía desconfiar y verificar toda información que llegara a su teléfono móvil. El sentido de esa insistencia es fácil de comprender: aparte de ofrecer algunos estándares de valoración de la calidad de la información, la actitud debía ser la contraria a la de la ingenuidad que, se suponía, hacía sucumbir a las personas a la desinformación.

Sin embargo, esas vocerías desde los organismos electorales estaban pasando por alto tres cosas fundamentales: Primero, que nadie, nunca, puede verificarlo todo; que la vida en sociedad, sobre todo en la actualidad marcada por la

complejidad, se sostiene sobre la base de la confianza interpersonal e institucional asentada en cadenas reputacionales de credibilidad. La mayoría de cuestiones que damos por sentadas ni las hemos corroborado por nosotros mismos ni estamos en la capacidad de hacerlo, aunque nos lo propusiéramos. Las asumimos a partir de la credibilidad que nos dan las personas, autoridades e instituciones que las respaldan. Segundo, que las estrategias de desinformación se alimentan del recelo mutuo y de la desconfianza de los ciudadanos, incluso más que de la destreza con que elaboran sus engaños. La suspicacia extrema, antes que la ingenuidad, es la que torna más vulnerables a las personas a las teorías de la conspiración. Parafraseando a G. K. Chesterton, es cuando ya no creen en nada ni en nadie, que son capaces de creer en cualquier cosa. Y tercero, que de esa desconfianza promovida para protegerse de la desinformación no se escaparían (antes bien, serían sus primeros destinatarios) las fuentes oficiales, organismos electorales incluidos, la comunidad científica y la prensa profesional.

Alfabetización mediático digital y pensamiento crítico no son sinónimos de una actitud de sospecha permanente ni de una disposición personal a contrastarlo todo antes de asumirlo como cierto. En las relaciones sociales, desde las interpersonales hasta las que mantenemos con las instituciones (incluidas las electorales) es imprescindible un mínimo de credibilidad basada en la reputación de cada actor que enuncia una afirmación o que valida la afirmación de un tercero. Por supuesto que desenvolverse en ese complejo entramado de controles cruzados, reputaciones acumuladas y reglas de validación epistémica para cribar las informaciones que recibimos y sobre la base de las cuales actuamos, es muchísimo más arduo que simplemente dudar de todo.

7- Sucumbir al tutelaje elitista: El último de los pecados en los que puede incurrir un organismo electoral en su comunicación, especialmente en el combate a la desinformación, es el de alimentar el discurso del tutelaje elitista. Me refiero a esa aprehensión, de tan larga tradición que podemos remontarla al propio Platón, hacia

la vulnerabilidad cognitiva y volitiva de las grandes mayorías, a partir de la cual se les infantiliza y acaba por negárseles la agencia política que corresponde atribuirles en democracia.

No hay evidencia empírica concluyente que permita afirmar que un elector puede perder su autonomía y acabar eligiendo en las urnas, como un autómatas, lo que una sofisticada estrategia de manipulación digital programe. Desde luego que la desinformación electoral es perniciosa (polariza, crispa, confunde, desestabiliza e impide la conversación pública, savia de la democracia) y deben hacerse esfuerzos para contrarrestarla, pero, al menos con los estudios disponibles, no puede afirmarse que un votante pierda del todo su capacidad de decisión por influjo de un ardid comunicacional o que pueda determinarse una clara relación de causalidad entre su comportamiento electoral y una estrategia de desinformación.

De lo que sí hay evidencia empírica (The presumed influence of election misinformation on others reduces our own satisfaction with democracy, de Nisbet, Mortenson y Li, publicado en la “Harvard Kennedy School Misinformation Review”, en marzo, 2021) es del efecto que en nosotros provoca asumir que la desinformación electoral determina el comportamiento electoral de los otros: nos hace suponer que su voluntad electoral está viciada, que no es libre. De ahí a no respetar la decisión electoral de los otros, hay solo un paso. De ahí a aspirar “corregir” la democracia con restricciones epistocráticas al sufragio universal, hay solo un paso.

Los organismos electorales deben tener mucho cuidado de, al alertar de los riesgos de la desinformación electoral, no alimentar esa narrativa elitista tóxica para la democracia, pues esta, como sistema político, entraña, en la médula de sus creencias, la apuesta por la capacidad de agencia de los ciudadanos, no de forma irrestricta (por eso en nuestras democracias no todo puede decidirse por sufragio popular), pero sí de principio. La recomendación en este caso es sencilla: no sobrestimar los efectos de la desinformación electoral y no subestimar la pluralidad

y complejidad de estímulos externos, factores biográficos y procesos cognitivos que intervienen en la toma de decisión electoral de una persona.

En la tradición cristiana arrepentirse de los pecados no es sinónimo de remordimiento lastimero. Implica una conversión radical. El término griego *metánoia* (μετάνοια) significa un cambio de mente, una transformación interior del pensamiento. Entonces, colegas, arrepintámonos de los siete pecados descritos y trabajemos por ese cambio profundo en la dirección de la comunicación de nuestros organismos electorales.

Gustavo Román Jacobo

Es Director General de Estrategia y Gestión Política del Tribunal Supremo de Elecciones de Costa Rica, donde también fue Letrado. Licenciado en Derecho por la Universidad de Costa Rica, Diplomado en Estudios Europeos Avanzados en Comunicación Política e Institucional por el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset, Máster en Márketing, Consultoría y Comunicación Política por la Universidad de Santiago de Compostela y Doctor en Sociedad de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Ha sido docente de grado en la Facultad de Derecho y de posgrado en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UCR y en FLACSO. Ha colaborado con el Departamento para la Cooperación y Observación Electoral de la OEA en capacitaciones de combate a la desinformación para varios organismos electorales latinoamericanos, publicado artículos en revistas especializadas en Derecho Electoral y Comunicación Política, y es articulista de Página 15 de La Nación.

Colaboración interinstitucional en la lucha contra la desinformación electoral



25 de junio de 2025



2:00 p.m. (Hora de Panamá)



Sofía Vincenzi Guilá

Centro de Asesoría y Promoción Electoral
IIDH/CAPEL

MODERADORA



Alfredo Juncá Wendehake

Magistrado segundo vicepresidente
Tribunal Electoral Panamá
Presidente *pro tempore* de UNIORE

EXPOSITOR



Wilfredo Penco

Presidente de la Corte Electoral
de Uruguay

EXPOSITOR

Escanea el QR para ver la repetición.



Presentador Óscar Adames:

Mensaje de bienvenida a los miembros de la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE) que se conectan desde el Tribunal Electoral de Panamá, para dar inicio al séptimo webinar de un ciclo programado por UNIORE para este año 2025.

Tema abordado: La colaboración interinstitucional en la lucha contra la desinformación electoral, con el objetivo de brindar un panorama general sobre qué es la desinformación, cómo se origina y su impacto en la confianza pública, el voto y la integridad del proceso electoral.

Presentación de los expositores Alfredo Juncá Wendehake Magistrado del Tribunal Electoral de Panamá, es licenciado en Derecho y Ciencias Políticas por la Universidad de Panamá.

Cuenta con un posgrado en negocios jurídicos internacionales y maestría en administración de empresas por la Universidad Católica Santa María La Antigua de Panamá.

Maestría en comunicación política y marketing digital por el Centro de Educación Superior Next y la Universidad de Lleida de España.

Maestría en derecho electoral por la Universidad de Castilla-La Mancha de España. Además, así como una maestría en Marketing Digital, Growth Hacking y Commerce por la OBS Business School de Barcelona.

Director de la revista Mundo Electoral, publicación mundial que llega a más de 20 países en diferentes idiomas.

Creador y promotor del Pacto Ético Digital, primera iniciativa ética para el uso de internet y redes sociales en procesos electorales, y del primer centro de monitoreo y estudios de medios digitales en materia electoral en Latinoamérica.

En diciembre de 2019 fue designado presidente de la Comisión Nacional de Reformas Electorales 2020.

En noviembre de 2022 fue designado como magistrado presidente del Tribunal Electoral de Panamá para el periodo noviembre 2022-diciembre 2024.

Actualmente es presidente pro tempore de la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE) y magistrado segundo vicepresidente del Tribunal Electoral de Panamá.

Wilfredo Penco Doctor en Derecho y Ciencias Sociales, egresado de la Universidad de la República de Uruguay (UDELAR).

Fue presidente, vicepresidente y ministro de la Corte Electoral de Uruguay desde 1996 hasta la actualidad. En el mismo periodo, codirigió y fue juez de plebiscitos, actos de referéndum, elecciones nacionales, departamentales, internas de partidos políticos y otros actos comiciales en Uruguay.

Coautor de proyectos convertidos en ley sobre procesos electorarios tras

la reforma constitucional de 1997 en Uruguay.

Ha sido observador electoral, jefe y coordinador general de misiones internacionales de la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE), Organización de Estados Americanos (OEA), Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), e invitado especial en numerosas consultas populares realizadas en países de América Latina.

Ha sido presidente, vicepresidente y miembro de número de la Academia Nacional de Letras de Uruguay desde 1994 hasta la actualidad.

Miembro correspondiente de la Real Academia Española, la Academia Argentina de Letras y la Academia Norteamericana de la Lengua Española.

Director honorario de la colección de clásicos uruguayos "Biblioteca Artigas" y profesor honorario de la Universidad Ricardo Palma de Perú.

SOFÍA VINCENZI:

Politóloga de la Universidad de Costa Rica.

Funcionaria del Instituto Interamericano de Derechos Humanos y de su Centro de Asesoría y Promoción Electoral (CAPEL) desde 1989. Desde ese año y hasta el presente ha participado en alrededor de 200 misiones de observación en América Latina y el Caribe, lo que le otorga un vasto conocimiento en el tema de organización de procesos electorales y coordinación de misiones de observación técnica electoral.

Ha sido responsable académica en la producción de obras relevantes en doctrina electoral, con participación en proyectos de investigación sobre esta materia, así como en el diseño, coordinación, revisión y edición de materiales relacionados con temas electorales. Es coautora y coordinadora general de la tercera edición del Diccionario Electoral.

Cuenta con una amplia experiencia en la coordinación de la Secretaría Ejecutiva de la Unión Interamericana

de Organismos Electorales, la Asociación de Organismos Electorales de Centroamérica y del Caribe, y de la Asociación de Organismos Electorales de América del Sur, así como en la organización de sus actividades. Con 36 años de experiencia en la coordinación de espacios para la discusión y análisis de temas electorales, como ha sido el curso interamericano de elecciones y democracia, del cual ha sido coordinadora general en, al menos, 16 ediciones.

Actualmente ocupa el puesto de coordinadora del IIDH-CAPEL.

SOFÍA VINCENZI:

Es un honor moderar este *webinario* con dos autoridades y expertos en temas electorales. Autoridades en cada uno de sus países, con una gran trayectoria no solo en sus países, sino también a nivel internacional. Son dos personas que conocen el mundo electoral no solo en América Latina, sino en otros países alrededor del mundo.

Este séptimo *webinario*, organizado en el marco de UNIORE, tiene por título "Colaboración interinstitucional en la lucha contra la desinformación electoral". Es un tema que, por supuesto, ya hemos tocado en varias oportunidades en el seno de UNIORE, así como en otras asociaciones de organismos electorales del continente, y es porque es un tema crucial para la integridad de los procesos electorales.

Este séptimo webinar, organizado en el marco de UNIORE, se titula "Colaboración interinstitucional en la lucha contra la desinformación electoral." Es un tema que, por supuesto, ya hemos tocado en varias oportunidades en el seno de UNIORE, así como en otras asociaciones de organismos electorales del continente. Esto se debe a que es un tema crucial para la integridad de los procesos electorales. Nosotros, en el marco de estas asociaciones y de UNIORE, lo llamamos "colaboración interinstitucional", pero, sobre todo, cooperación horizontal entre los organismos electorales miembros. En esta oportunidad, vamos a centrarnos

en esta cooperación horizontal en la lucha contra la desinformación.

La desinformación, como todos sabemos, no es un tema nuevo, pero ha adquirido dimensiones inéditas en nuestros tiempos, sobre todo por la rapidez con la que se reproduce a través de redes sociales y plataformas digitales. Estos medios de comunicación no necesariamente tienen que ser señalados como negativos; es el uso que se les da. A través de ellos, se manipulan emociones y se alteran percepciones. El mensaje que tiene que llegar no solo a los votantes, sino a la ciudadanía en general y a otros actores políticos, a menudo hace que el proceso electoral se vea amenazado. Además, impide la libertad de los ciudadanos de tener un voto libre e informado.

Según la guía elaborada por la UNESCO en 2022, "cuando la información de calidad escasea, la desinformación encuentra terreno fértil para expandirse". Esto se hace evidente en cada una de las etapas de la organización del proceso electoral, desde el registro de votantes hasta la

publicación y difusión de resultados. En muchos casos este fenómeno puede ir, en muchos casos, más allá y afectar la institucionalidad democrática en periodos no electorales. Por lo tanto, los organismos electorales y la institucionalidad son un blanco de amenazas a través de estas plataformas y redes sociales.

Por su parte, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos ha advertido que la respuesta a la desinformación no puede vulnerar los principios fundamentales en nuestra región: la libertad de expresión, el pluralismo informativo y el acceso a fuentes diversas y confiables.

Cabe señalar, en este contexto, que la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE), desde su creación, plasmó en el acta constitutiva la importancia de la cooperación horizontal y el intercambio de información entre sus miembros. En este sentido, a lo largos años, estos organismos electorales

han dispuesto de un mecanismo ágil para la cooperación y colaboración técnica en sus diferentes campos de acción. Esto ha contribuido a fortalecer estas instituciones y, sobre todo, los procesos electorales, no solo a nivel administrativo, sino también jurisdiccional, ya que UNIORE integra tanto organismos electorales administrativos como jurisdiccionales o aquellos que combinan ambas funciones.

Por supuesto, el fenómeno de la desinformación es una preocupación para los actores políticos, los organismos electorales y todas las instituciones que colaboramos en el fortalecimiento institucional. Como se ha mencionado este fenómeno se expande cada vez más rápido y es más difícil controlar lo que sucede o se difunde. Por ello, en el marco de UNIORE, es importante conocer las experiencias y buenas prácticas que se aplican en otros países y organismos electorales, para así poder compartir y aprender mutuamente.

La XVI Conferencia de la Unión Interamericana de Organismos Electorales señala en su Acuerdo Número 11 la importancia de que la asociación tome medidas relacionadas con la comunicación, convenios con plataformas digitales, intercambio de experiencias, protocolos de atención a crisis informativas, elaboración de protocolos a nivel regional, entre otros. Y es por ello que el Tribunal de Panamá y su magistrado Alfredo Juncá, quien ostenta la presidencia de UNIORE, se ha preocupado por emprender actividades como este ciclo de *webinarios*.

Como dije anteriormente, este tema se ha abordado en diferentes espacios y es fundamental que en UNIORE tengamos la posibilidad de analizarlo y, como dijimos también, de aprender acciones de manera colaborativa para fortalecer, conocer y compartir experiencias. Para ello, es importante una sinergia entre los organismos de Estado, medios de comunicación, plataformas de tecnología, academia y sociedad civil, todos coordinando acciones preventivas, pedagógicas y

correctivas basadas en la transparencia, la evidencia y en el respeto de los derechos humanos.

En este espacio de los *webinarios*, organizado desde la presidencia de UNIORE por el Tribunal Electoral de Panamá y a la cabeza de ello el magistrado Alfredo Juncá, es importante abrir estos espacios para compartir experiencias, buenas prácticas y desafíos comunes, y repensar de manera conjunta los desafíos que todas las instituciones que colaboramos con el fortalecimiento de la democracia tenemos. Por ello, siempre que hablamos de cooperación entre organismos electorales, siempre tengo la tentación de agregar un poquito más y me voy a permitir hacer la siguiente pregunta al presidente Penco y al magistrado Juncá.

Es una pregunta más general con la que podemos empezar este diálogo, este diálogo entre ellos como autoridades: ¿Cuáles consideran ustedes que son los mayores retos que enfrentan las instituciones democráticas, especialmente los organismos electorales y otras

instituciones, por supuesto, y actores políticos, para combatir eficazmente la desinformación? Y a esa le voy a sumar una segunda pregunta: ¿Qué rol juegan los organismos electorales en la creación o aplicación de políticas contra la desinformación? ¿Cuáles instituciones del Estado deben participar en estas estrategias de lucha contra la desinformación?

Si me permiten, le doy la palabra al magistrado Alfredo Juncá por unos seis a ocho minutos para iniciar.

Lo importante es que ustedes dos también tengan un diálogo, porque las experiencias son diferentes en cada país y, por supuesto, las experiencias nos van a llevar a la riqueza del diálogo que vamos a tener.

ALFREDO JUNCÁ:

Este es el penúltimo webinar que hemos estado realizando en una serie de esfuerzos para estrechar lazos de cooperación horizontal. Llevamos a cabo este intercambio de experiencias entre los organismos electorales.

Los retos en el mundo digital que afectan el marco electoral son muchos, y, de hecho, también afectan a otras disciplinas, instancias y círculos. Quizá el reto más grande sea conciliar la velocidad con la que la desinformación se propaga con la velocidad y la capacidad de respuesta que tienen los organismos electorales.

Y es que, cuando hablamos de desinformación en el ámbito electoral, entramos en un terreno híbrido, porque se trata de una táctica o estrategia electoral de partidos y candidatos versus la libertad de expresión y la censura. En medio de todo esto, tenemos un árbitro, que es el organismo electoral, que, quiera o no, resulta afectado por las actuaciones de estos actores. Y, ojo, los actores tienen un objetivo claro: la victoria en una contienda electoral. Su objetivo no es desacreditar ni desestimar la presencia del organismo electoral. Sin embargo, parte de la estrategia para llegar a su objetivo final incluye un matiz de ataque al organismo electoral. Por lo tanto, el reto principal que tenemos es poder conciliar esa velocidad, porque la

desinformación viaja diez veces más rápida que la información veraz que podría desmentir estas actividades.

Por eso, en materia de desinformación, una de las cosas más importantes es la previsión. Es decir, poder anticiparnos a los posibles escenarios que puedan surgir dentro de un proceso electoral. Pero para lograr un nivel de anticipación, necesitamos un nivel de preparación. Y creo que lo he dicho en algún momento: quien piense que la batalla contra la desinformación se gana solo está completamente equivocado y condenado al fracaso en esta lucha.

La batalla contra la desinformación es de carácter multiactoral. Debemos estrechar lazos con la sociedad civil, las plataformas digitales, otras entidades de la justicia ordinaria y los medios de comunicación, pero, sobre todo, con la ciudadanía, a través de la capacitación y la sensibilización digital. Es decir, debemos convertirnos en agentes de propagación de las buenas prácticas y el buen uso de Internet y las redes sociales. Al final, la desinformación es parte del paisaje electoral.

Antes de que tuviésemos acceso a Internet y las redes sociales, ya existía la desinformación; tenía otro tipo de vehículos a través de los cuales se propagaba. Sin embargo, la velocidad ha sido un factor clave. La inmediatez que tiene ahora el ciudadano a través de los dispositivos digitales inteligentes—desde un teléfono inteligente hasta una computadora portátil o una tableta—, el acceso y el exceso de información generan un ambiente propicio para que la desinformación sea utilizada como herramienta de trabajo por algunos operadores electorales. Esto nos obliga a nosotros, como organismos, a trazar una hoja de ruta, cuya meta debe ser encontrar la forma de tener vías o canales de comunicación con una serie de actores paralelos que nos ayuden a proteger el proceso electoral de la desinformación. Pero esto solamente se logra con preparación y cooperación.

WILFREDO PENCO:

Es un placer estar participando en este encuentro con el magistrado Juncá, con quien hemos compartido tantas

instancias en el mundo electoral. Quiero usar un término que identifica una publicación que muestra el trabajo que hace el Tribunal de Panamá, que él mismo dirige, y, por supuesto, junto con Sofía, coordinando este diálogo.

Quiero decir que tanto la introducción que Sofía Vincenzi ha realizado, estableciendo el marco de esta conversación, como el marco jurídico y los antecedentes a nivel internacional en lo que ha sido fundamentalmente la actuación de UNIORE, así como la experiencia que ya ha puesto de manifiesto el magistrado Juncá, sobre un tema en el que el Tribunal de Panamá se ha destacado, particularmente por la dedicación que le ha prestado, son ambas muy buenas referencias para poder introducirnos en el tema e incorporarnos a este diálogo que esperamos sea lo más fecundo posible.

Cuando se habla de retos para las instituciones democráticas, en particular para los organismos electorales, yo diría que, en principio, y para usar también términos tradicionales que se han dejado de

usar, el reto de fondo de todo organismo electoral y de toda institución democrática en relación con los procesos electorarios sigue siendo garantizar la integridad de esos procesos, la equidad de quienes participan en ellos, y, usando los términos tradicionales, fundamentalmente, asegurar el juego limpio, esa expresión que se usó durante tantas décadas y que se ha dejado de usar para apelar a otra terminología que también es muy apropiada para las circunstancias. Yo quiero reivindicar, recuperar esa formulación del juego limpio y otra expresión que también se ha dejado de usar: la pureza del voto.

La pureza del voto es otra expresión que puede sonar algo anacrónica, pero que traigo a colación en este marco en el que hoy, naturalmente, la tecnología ha sido el punto de inflexión para los procesos electorales, en particular la tecnología y las herramientas digitales.

Muy bien ha dicho el magistrado Juncá que la velocidad de la información, traducida también en desinformación, es un gran desafío para las

instituciones democráticas en cuanto a la capacidad para dar respuesta, ya sea para ratificar lo que se informa bien, como para rectificar lo que se informa mal. Descriptivamente, esos dos aspectos, la velocidad con la que se transmite la información hoy a través de herramientas digitales y la que tienen las instituciones para procesarla, ya sea información veraz o información falsa, es una dicotomía, es un dilema que esas instituciones fundamentalmente tienen al día de hoy.

También estoy totalmente de acuerdo en que, a partir de experiencias que no son las mismas—porque sin duda hay países y organismos electorales en particular que han venido desarrollando políticas y estrategias en torno a estos temas en una dimensión muy importante—, cito, a modo de ejemplo, a esos dos colosos que tenemos en el continente: Brasil y México. Las instituciones de estos dos países, tanto el Tribunal Electoral de Brasil como el Instituto Nacional Electoral y el Tribunal del Poder Judicial de la Federación en México, han cumplido, tanto en el ámbito

organizativo y administrativo como en el jurisdiccional, políticas y estrategias muy importantes desde hace ya varios años. Y también, sin duda, el Tribunal de Panamá ha marcado vanguardia en este tema, en muchos aspectos vinculados con la política de desinformación que azota a muchos de nuestros países, sobre todo a aquellos en los que la polarización política es muy aguda.

No es lo mismo que países como Uruguay, donde la estabilidad democrática y la convivencia entre partidos políticos se manejan sobre la base de otras pautas. Pautas que aseguran, sí, un debate apasionado y de enfrentamiento, pero que, con carácter general o predominante, nunca llegan a situaciones críticas o muy agudas. Es decir que, a partir de esas experiencias diferentes, creo que es posible lograr fundamentalmente un trabajo conjunto en todo lo que esté al alcance de nuestras instituciones y, fundamentalmente, para prever, como dice el magistrado Juncá, con prospectiva. Es decir, tener en cuenta sobre todo las novedades que se van introduciendo y que cambian de forma

muy dinámica la realidad en esta materia.

Pienso que, por supuesto, el tema de la ciberseguridad es un tema de gran importancia, que está vinculado también con la desinformación. Es decir, teóricamente podemos diferenciar lo que es el tema de seguridad y lo que son los ciberataques, que afectan no solo a los procesos electorales, sino también a otras instituciones públicas, y lo que es el proceso de la desinformación, fundamentalmente, en el periodo de un proceso electoral, en un periodo electoral propiamente dicho. Y también los avances y la prospectiva que la inteligencia artificial puede proyectar.

Creo que esos dos temas, esos dos aspectos, esas dos aristas, deben ser contempladas particularmente en esa política, en esa estrategia de previsión a la que se ha hecho referencia en el día de hoy. Creo que ese es el camino que tenemos que recorrer, en lo interno y también en un ámbito de cooperación. En Uruguay, aun cuando el tema de la desinformación no es

todavía un tema de enorme gravedad, es un tema que requiere la suma, bajo la dirección en los procesos electorales del organismo electoral, de otras instituciones públicas que tienen que colaborar junto con la sociedad civil y con los medios de comunicación a la definición de una estrategia en tal materia.

A nivel internacional, UNIORE puede ser un ámbito, ya lo ha sido, y puede seguir siendo un ámbito adecuado para seguir sumando intercambio de experiencias y fundamentalmente pensar en posibles proyectos comunes.

SOFÍA VINCENZI:

Desde hace muchísimos años en UNIORE, tratamos de hacer, en su momento, un código electoral para que nos diera las pautas, para que todos los códigos electorales del continente, de todos los países, tuvieran unas referencias básicas, y eso nunca lo logramos hacer. Porque cada país tiene su cultura, sus especificidades sus regulaciones, entre otras-

Sería posible, en este tema de combate a la desinformación —un tema que han mencionado tanto el magistrado como el presidente Penco, que incluye la inteligencia artificial, las TIC, etcétera, y que ha impactado a los organismos electorales, pasando a ser un elemento fundamental en los procesos electorales— ¿creen ustedes que sería viable tener un modelo o un protocolo funcional para combatirla entre los organismos electorales? Ya han hecho algunos señalamientos sobre ciertas instituciones, y ambos nos indicaron, en primer lugar, que los organismos electorales no pueden actuar solos. Deben conocer la experiencia comparada de otros organismos electorales, pero tampoco pueden ir solos, sino que tienen que recurrir a otros actores y a otras instituciones. ¿Creen ustedes que se puede concebir o que es posible un modelo para combatir la desinformación? ¿Y qué instituciones, qué otros actores políticos y qué otras instituciones se deberían tomar en cuenta?

ALFREDO JUNCÁ:

La pregunta es sencilla; la respuesta corta es sí. La respuesta un poquito más larga y elaborada es que el mundo de las plataformas digitales responde a principios de derecho internacional privado. ¿Qué significa esto? Que tenemos un ordenamiento supranacional que es el que regula el funcionamiento de la plataforma, y este es el primer punto de partida para lograr una suerte de manual de regulación de lucha en contra de la desinformación a nivel regional.

Primero, es necesario que los organismos electorales conozcan la normativa que rige Internet y las redes sociales, esta es una normativa privada, porque cada red social es dirigida por una entidad privada que tiene sus propias regulaciones. Estas regulaciones difieren mucho de lo que existe en materia electoral y en materia de desinformación de país en país.

Cada una de estas plataformas ha logrado grandes avances y ha hecho grandes reconocimientos al poner a disposición de los usuarios herramientas para poder luchar contra

la desinformación. Sin embargo, en este punto encontramos un valor o un principio, que es el de la libertad de expresión, que se contrapone directamente a la regulación. Es esta lucha que hay entre los derechos políticos per se que tienen los candidatos, los actores electorales e, inclusive, los ciudadanos, para gozar de un proceso limpio, lo que se contrapone inmediatamente con el derecho a la libertad de expresión. Entonces, son valores difíciles de conciliar: a mayor libertad de expresión (es decir, menos regulación), mayor desinformación, y viceversa. A mayor regulación o control de la desinformación, tenemos menos libertad de expresión. La cuestión es llegar a un punto de entendimiento donde podamos tutelar el bien jurídico de forma tal que sepamos que, para poder garantizar las libertades, nuestra democracia y la sana convivencia, hay de alguna u otra manera que sacrificar algunas concesiones o algunos derechos que tenemos en situaciones especiales, como lo es durante un proceso electoral.

Pero sí es posible, a través del estudio de los términos de referencia de cada plataforma —que son, básicamente, las reglas que se utilizan para poder hacer uso de una cuenta dentro de una plataforma de red social—, encontrar puntos de encuentro para lograr, primero, la figura de un manual de buenas prácticas contra la desinformación. Digámosle, llamémosle a esto, Manual de Buen Uso de Internet y Redes Sociales. ¿Se puede lograr? Sí, se puede lograr por parte de los organismos electorales. Ya se ha logrado en otras instancias. Hay organizaciones que ya tienen manuales, como las Naciones Unidas, la Unión Europea y la Organización de Estados Americanos, pero en lo que respecta a la lucha contra la desinformación y el buen uso de las redes sociales.

En el plano electoral, corresponde a los organismos regionales, como al organismo latinoamericano, lograr encontrar un punto de consenso para que podamos tener un manual de buenas prácticas. Un manual de buenas prácticas sobre la desinformación no es lo mismo que un

manual de acción por parte del organismo electoral en el mundo digital; son dos cosas completamente distintas. Uno está dirigido al organismo electoral en su misión de cuidar el proceso; el otro está dirigido a la ciudadanía y a la forma en que hace buen uso o mal uso de las redes sociales durante la época electoral. De igual manera, no es lo mismo que un manual de preparación técnica de los sistemas de soporte que tiene una institución encargada de cuidar un proceso electoral. Son tres cosas distintas, y como tales, debemos empezar por lo más sencillo, que es la labor que debe tener el organismo electoral como fiscalizador del proceso de dirigir un proceso educativo hacia la ciudadanía para el buen uso de internet y redes sociales en el proceso electoral, para luego pasar a un manual para las instituciones sobre cómo afrontar la desinformación, que no siempre viene de la ciudadanía, muchas veces viene directamente de los actores; y finalmente, en un tercer nivel, pasar ya a un manual muy general, sin entrar en tecnología específica, de preparación de la plataforma del organismo

electoral para la protección en contra de la desinformación.

Esto no solo involucra elementos internos, como el uso de herramientas —es decir, qué herramientas tenemos que utilizar para lograr lo más importante dentro de la lucha contra la desinformación, que es el monitoreo—. Si yo no tengo ojos y oídos a mi alrededor, es imposible que me entere del fenómeno de la desinformación y a qué está afectando directamente. Esto va desde las herramientas que se utilizan para el monitoreo hasta las que se utilizan para poder, en conjunto con las plataformas digitales, lograr alianzas estratégicas con la sociedad civil y otras organizaciones para hacer verificación de la información, sin contar con las herramientas que se requieren para poder maximizar la difusión de la información correcta que va dirigida a desmentir los distintos contenidos digitales que propagan desinformación. Entonces, la respuesta es sí, sí es posible, pero dentro de esas tres dimensiones, entendiendo que son tres tipos de manuales o de guías distintas en las cuales debemos pensar.

SOFÍA VINCENZI:

Conocemos bastante bien el trabajo que se hace desde el Tribunal Electoral de Panamá, así como la cooperación horizontal que ustedes prestan a muchos otros organismos electorales que lo han solicitado, como en el caso de la República Dominicana, Guatemala y Ecuador. Hay que resaltar el esfuerzo que ha hecho el Tribunal Electoral de Panamá en el monitoreo de los medios durante diferentes elecciones.

También conocimos ahora en México el programa que ellos tienen llamado CERTEZA, que también incluye el monitoreo de medios. Además, en el Instituto Nacional Electoral, en una mesa con las diferentes direcciones encargadas del proceso, también se da seguimiento. Esto demuestra que los organismos electorales se están percatando de cómo la desinformación puede afectar, de manera muy rápida, por medio de redes sociales y plataformas.

En este sentido, quisiera preguntarle al presidente Penco: ¿cómo

consideran ustedes que se puede hacer una **campaña cívica**? ¿Cómo se puede educar a la ciudadanía en temas de desinformación, y qué tipo de sensibilización se debe realizar para que la ciudadanía se vaya percatando de la importancia de estar bien informada? Él sabe muy bien, por su experiencia en muchos procesos electorales, la importancia de un voto informado.

WILFREDO PENCO:

Uno de los cometidos principales que tiene un organismo electoral es contribuir a la cultura cívica de la ciudadanía y, por lo tanto, dirigirse a ella de modo que le aporte toda la información y todos los elementos necesarios para su participación en los procesos electorales. Esto es fundamental. Por ende, la desinformación, que es la contrainformación en cierto modo, también debe ser combatida e incorporada hoy más que nunca en esa línea educativa, cultural y de capacitación, para que los ciudadanos estén bien informados en la materia.

El tema tiene sus complejidades, porque en todo proceso electoral hay competencia entre los actores, en particular entre los partidos políticos, que son generalmente los actores principales en un proceso electoral. En algunos, además de los partidos, hay otro tipo de actores, como candidaturas independientes o de libre postulación, como es el caso de Panamá. En fin, hay otras circunstancias, pero los partidos siempre, de una u otra manera, están presentes en los procesos electorales y existe una competencia. En esa competencia, muchas veces se respetan las reglas del juego, el "juego limpio" de nuevo; otras no tanto. ¿Y en qué medida y hasta dónde un organismo electoral debe participar en esa disputa?

Creo que el primer cometido es tratar de diferenciar lo que son los enfrentamientos entre los partidos y los actores que participan en la competencia, siempre y cuando, por supuesto, respeten las grandes líneas y las grandes reglas de ese mismo proceso. Y otra cosa es el proceso electoral en sí mismo, en cuanto a

todos los aspectos de carácter organizativo, jurisdiccional y, por supuesto, en todo lo que hace referencia al cumplimiento riguroso de las etapas que un proceso tiene. Por eso hoy planteaba desde el principio, aunque no pareciera algo vinculado directamente con la desinformación, el tema de la ciberseguridad.

Es decir, cada organismo electoral tiene su infraestructura para poder comunicarse y para poder, también, en cierto modo, garantizar de un modo más efectivo el proceso electoral en sí mismo. Si esa infraestructura es objeto de ciberataques, naturalmente que disminuye la capacidad del propio organismo electoral de dar respuesta y de ofrecer información adecuada en relación con el proceso.

Este es un aspecto que debe ser atendido de forma prioritaria. Por eso, en esta materia, cuando volvemos a hablar de un posible protocolo, creo que es un tema que tiene que ser incorporado de alguna manera. Es decir, el intercambio de experiencias para defender, asegurar y garantizar que la infraestructura en materia digital y tecnológica de un organismo

electoral pueda ser blindada lo suficiente como para poder repeler, rechazar y excluir los posibles ataques a los que pueda ser sometida. Creo que este es un punto de partida o un aspecto central y básico del intercambio que podría hacerse y que podría traducirse en unas líneas incorporadas a un protocolo común. Por supuesto que, como decía hoy también, las situaciones en cada país son diferentes. Aunque hay puntos en común, hay experiencias que pueden superponerse. Los contextos políticos no son todos iguales ni son todos los mismos, pero eso no impide que el intercambio se produzca y que encontremos lo que son los denominadores comunes, lo que podemos llamar pautas internacionales o estándares, que puedan servirnos a todos de una u otra manera. Partiendo de experiencias diferentes, podemos encontrar puntos en común, porque, incluso, experiencias que no han sido vividas en determinados países, pueden llegar a ser vividas en el futuro. Y de nuevo, volvemos al planteo que hizo el magistrado Juncá en cuanto a la previsión. Creo que el tema de

prevenir es también un aspecto que vale la pena que se incorpore a esas líneas de entendimiento e intercambio que podemos tener entre los organismos electorales.

Entonces, para sintetizar y resumir, quiero decir que sí, hay un acuerdo posible en un primer nivel entre organismos electorales sobre la base del intercambio de experiencias. A partir de esa realidad, podemos entrar en lo que también fue planteado hoy aquí, que es la intervención de otros actores que necesariamente deben ser tenidos en cuenta, ya sea la sociedad civil, instituciones públicas u otras instancias que de una u otra forma están presentes en esta realidad. Por supuesto, las redes digitales, que además no todas son iguales. No es lo mismo una herramienta digital, una red digital del ámbito público, que una red que es una mensajería encriptada. No obstante, las variantes entre una y otra pueden incidir de forma parecida en lo que es el proceso de desinformación. Por eso también estoy de acuerdo y, por eso, en Uruguay sí hemos avanzado en acuerdos e intercambios

con esas plataformas digitales que tienen alcance internacional y que deben ser interlocutores necesariamente. Aun partiendo de normativas que son de otro ámbito, del ámbito privado y del ámbito internacional privado, no pueden dejar de participar en este diálogo e intercambio que los organismos electorales puedan promover.

SOFÍA VINCENZI:

Ha sido una excelente conversación, porque ambas posturas han sido muy complementarias. Eso es lo importante, y enriquece aún más el diálogo que hemos tenido.

Magistrado Juncá, si bien es cierto, como ya se ha dicho y reiterado —y como muchísimas personas y autoridades electorales saben—, Panamá es uno de los organismos electorales que ha tomado la batuta en el monitoreo de redes sociales. Ha sido, además, uno de los organismos que más ha cooperado con sus pares en contextos de desinformación difíciles y en elecciones complicadas. Ahora, el magistrado Juncá nos

señala y diferencia las distintas acciones que hay que tomar, e incluso nos propone tres manuales. Esto es algo importante que debemos resaltar.

En ese sentido, me gustaría saber qué pasos deben seguirse. Liderados por Panamá, ¿cómo podemos hacer para que en la UNIORE estudiemos y compartamos esos tres manuales? Y, de cara a la próxima conferencia, ¿cómo podríamos difundirlos para tomar medidas? Si bien es cierto que no buscamos crear un protocolo formal, lo cual podría ser complejo, sí queremos tener instrumentos prácticos que podamos compartir entre los organismos electorales para combatir la desinformación.

ALFREDO JUNCÁ:

Pienso que el siguiente paso para poder avanzar hacia la elaboración de procesos comunes es, primero, entender que los necesitamos. Muchas veces, en estos últimos cinco años, en los que hemos estado muy activos en la lucha contra la desinformación, el uso de Internet y

las redes sociales en el ambiente electoral, y más recientemente con la incursión de la inteligencia artificial en contextos electorales, siempre ha surgido un común denominador: donde yo digo "carrizo", otro dice "popote" y un tercero dice "pajilla"

Cuando nos damos cuenta, los tres estamos hablando de lo mismo, pero con terminología distinta. Por lo tanto, el primer paso que debemos dar es la homologación de terminología con respecto al mundo digital en el contexto electoral y a la lucha contra la desinformación. A medida que logremos que todos los organismos electorales hablemos el mismo idioma, tendremos un punto de partida. Es decir, cuando todos conocemos, sabemos o aceptamos la necesidad de la creación de departamentos especializados en medios digitales. Esto es como pretender ganar una carrera de autos sin tener un auto. No tener un departamento de medios digitales, y cuando digo esto, no me refiero a que mi sección o dirección de tecnología se encargue, porque tecnología no es lo mismo que medios digitales. Son mundos completamente distintos y se

manejan de manera diferente; son dos "animalitos" distintos. Por un lado, tienes tecnología, que se enfoca en temas de procesos, procesos automatizados y cómo realizar nuestras funciones de la mejor forma. Eso es tecnología, y lo tienes de un lado. Del otro lado, tienes una nueva disciplina que vive en un mundo inexistente, que es el mundo virtual. En este mundo se generan burbujas o cámaras en las que, si quedas atrapado, empiezas a escuchar el mismo discurso de diferentes fuentes y de diferentes formas, y terminas creyendo en una realidad paralela que solo existe en esa campana o en esa burbuja. Esto tiene mucho que ver con el mundo del *marketing* y la publicidad.

Cuando tienes estas dos disciplinas, te das cuenta de que estamos hablando de dos mundos distintos. Entonces, no se trata de decir "le voy a encargar a mi departamento o mi dirección de tecnología que se encargue de esto", porque no lo van a hacer como debe ser. Se trata de generar departamentos, y no tienen por qué ser grandes. Panamá inició con una unidad de cinco funcionarios

cuando comenzamos este programa. Hoy tenemos una dirección, un centro de monitoreo. La clave es entender que el futuro va por ese lado y que hay que especializar a nuestros colaboradores en el tema digital.

Este es el punto de partida. A partir de allí, homologando la terminología y entendiendo que todos los organismos electorales lo necesitamos, aunque sea una sola persona con conocimiento digital, ya eso es un principio. Cuando empezamos a hablar el mismo idioma, entonces podemos empezar a crear juntos, pero si algunos organismos van por un lado y otros por otro, es muy difícil que podamos llegar a esa feliz conclusión, que es la de unificar criterios para liderar un esfuerzo conjunto en la lucha contra la desinformación. Es decir, el primer paso es ese: empezar a interesarnos. Cada uno de los 32 organismos que componen la UNIORE debe adquirir el compromiso de crear, aunque sea una pequeña unidad de medios digitales, para poder atender este tema de primera mano. Ese es el punto de partida. Una vez que logramos esto, ya estamos

hablando el mismo idioma. Entonces ahora podemos edificar en conjunto manuales que puedan servir para toda Latinoamérica en base a la experiencia y a las particularidades de cada región.

SOFÍA VINCENZI:

Hemos hablado de temas como derechos políticos, libertad de expresión, integridad, equidad, juego limpio. Hemos hablado de cooperación horizontal, de información, desinformación por supuesto, y acciones comunes. Básicamente por ahí ha dado la conversación. Les voy a dar unos minutos a cada uno para que cierren el *webinar*.

WILFREDO PENCO:

Diría que cada vez que voy a Panamá aprendo, porque es un tribunal que en muchos aspectos ha marcado vanguardia.

Estuvimos casi desde el principio cuando el Tribunal de Panamá le ha

dado la importancia a este tema de la desinformación y de las herramientas digitales en su especificidad, como lo ha explicado, el magistrado Juncá, Hemos seguido con mucha atención el trabajo del Tribunal de Panamá, como también el trabajo de otros tribunales a los que he hecho referencia, el de Brasil, el de México, instituciones también como Perú, como la propia Costa Rica, que se han interesado particularmente sobre estos temas.

Creo que esta es una instancia más en la que seguimos avanzando en esa línea, en búsqueda de puntos en común, de comunes denominadores.

En definitiva, el trabajo más importante que puede realizar en el ámbito internacional, en el ámbito regional, el conjunto de organismos electorales que nos reunimos periódicamente: aprender unos de otros y encontrar puntos en común. Creo que en esa línea estamos también en este gran desafío que es el mundo digital, en el que ya estamos insertos para siempre.

ALFREDO JUNCÁ:

Magistrado. Muchísimas gracias, Sofí. Y, Wilfredo, siempre un placer compartir contigo el tiempo. Buenas tardes. Pero quiero despedirme no sin antes decir que ha sido un gran placer para mí poder participar con ustedes y a sus países miembros ya, por lo menos, un cimiento de cómo entrar en la lucha contra la desinformación, que es lo que nos va a tener ocupados, nos ha tenido ocupados todo este tiempo y nos va a seguir ocupando en el futuro dentro de los procesos electorales. Así es que, habiendo dicho esto, muchísimas gracias por haberme dado la oportunidad en el día de hoy de hablarles un poquito acerca de este tema, y espero que no sea la última vez que nos veamos para conversar específicamente sobre el tema de la desinformación.

SOFÍA VINCENZI:

Muchísimas gracias, presidente Wilfredo Penco. Muchísimas gracias, magistrado Alfredo Juncá., por supuesto, que vamos a seguir trabajando en el tema. Nos quedan

unos meses todavía, tenemos grandes cosas que hacer. Por supuesto, también estoy segura que, con la colaboración del magistrado Juncá, lo continuará la nueva presidencia de UNIORE, que recaerá en el Tribunal Superior de Justicia Electoral de Paraguay. Muchísimas

gracias a los amigos, compañeros y compañeras del Tribunal Electoral de Panamá por hacer realidad esta *webinario*, y espero que todos podamos repasarlo y escuchar a cada uno de ellos con la atención requerida, con atención, porque vale la pena repasar el *webinar* del día de hoy.

La Desinformación en el Marco de Los Procesos Electorales y Como Proteger La Democracia Digital.

Alfredo Juncá Wendehake

i. Generalidades:

Las tecnologías de la información en la actualidad representan la principal línea de acción de cualquier campaña electoral, el medio que permite controlar y coordinar una base social amplia, suficientemente informada y motivada, para lograr relevancia y que ella rebase las redes, sin embargo; las elecciones anteriormente habían sido influenciadas por productos televisivos, encuestas de opinión pública y, la radio es decir, los medios de comunicación masivos y tradicionales, que posibilitaban la creación de una base común, de conocimientos pues la población en general poseía acceso a uno de estos medios, por lo que contribuía a crearse un horizonte de ideas y opiniones acerca de los candidatos electorales.

Para ese momento las informaciones que circulaban no eran de tanta relevancia puesto que la política electoral estuvo dirigida por personalidades que representaban eminencia, y en su mayoría eran conocidos por un círculo reservado de electores. Esto se debía a la presencia de medios exclusivamente escritos y representaba una limitación en aquel momento.

Hoy en día, las redes sociales y las plataformas han reducido el espacio privado y, consecuentemente, la información fluye sin filtros. La multiplicación de fuentes ha aumentado el ruido y disminuido la capacidad de los ciudadanos para diferenciar la calidad de la información que reciben. Las infraestructuras comunicativas no se responsabilizan del contenido que lanzan, más allá del componente puramente tecnológico. Las empresas periodísticas se han debilitado y compiten por la atención de la sociedad a través de herramientas como el clic-bait y el contenido gratuito,

de este modo, se incrementa aún más el ruido sin tener como criterio el interés de la información pública.¹

Los avances tecnológicos, el internet, los teléfonos inteligentes y las redes han transformado totalmente el panorama de la información, ahora tienen un alto nivel de personalización y comunicación negativa. La comunicación realizada por los medios tradicionales ya no es suficiente, no es eficaz, ya que la era digital permite mayor dinamismo e interacción, donde los candidatos pueden imponer sus propias agendas, puesto que es más fácil “convencer” a la población. Incluso es más sencillo que un ciudadano deje de ser un receptor de noticias y pase ser generador de información.

Mientras que los medios tradicionales, siempre han estado sujetos a normas de profesionalidad, así como a un grado de responsabilidad social, el entorno digital, ha permitido una acción más intensa en explotar la desinformación y la mentira, así como en distorsionar el propio espacio público, a través de cuentas y perfiles falsos, y a pesar de que es difícil separar lo verdadero de lo falso, permite que las discusiones públicas sean invadidas por perfiles falsos y robots, generen un debate público distorsionado, sin que se sepa efectivamente quien participa y a qué intereses sirve.

Otra arista por considerar y que no podemos dejar de mencionar es el hecho de que, así como vemos amenazadas tanto la libertad como la privacidad ante esta era digital precisamente por esta evolución, también se dificulta a gobiernos autoritarios el control de la información.

Antes estos grandes pasos que da la tecnológica, se vuelve difícil enmarcar cada situación nueva que se genere a raíz de su uso, por lo que equilibrar las reglas del juego se ha tornado difícil, esto ha representado un problema. Sin embargo; en

¹ Manfredi-Sánchez; Gómez-Iniesta, 2023, p.87).

Panamá hemos tratado de ir avanzando y aunque aun nos falta un camino que recorrer, se han logrado algunos objetivos como veremos más adelante.

En los últimos años, hemos estado expuestos a una cantidad exorbitante de información, contenidos o datos que se recibe diariamente a través de múltiples canales de comunicación y plataformas tanto públicas como privadas, es lo que se conoce como infodemia, lo que ha tenido un alto impacto en los derechos relacionados con la formación de voluntad ciudadana, la constitución de opinión pública, el Derecho a la libertad de expresión, el Derecho al sufragio, así como el Derecho a la privacidad, entre otros se ven afectados, por los avances por lo que se necesita de acciones conjuntas, entre Estados, gremio periodístico, organismos electorales, el interés de quienes aprueban leyes para ir ajustando los marcos legales a como nos exigen esta gran evolución digital.

Taxonomía de la Desinformación²

Fake News	Desinformación accidental	Desinformación maliciosa	Descontextualización maliciosa
Desinformación numérica	Desinformación Informativa	Deepfakes	Escenificación discursiva
Teorías conspirativas	Rumores	Negacionismo estratégico	Desinformación visual

ii. Definición:

Podríamos definir la desinformación como difusión intencionada de información no rigurosa que busca minar la confianza pública, distorsionar los hechos, transmitir

² A partir e Alvim, Zilho, Carvalho, 2023.

una determinada forma de percibir la realidad y explotar vulnerabilidades con el objetivo de desestabilizar.³

Pueden describirse tres tipos de desinformación:

- Aquella que se produce cuando se comparte información falsa sin ninguna intención de causar daño.
- Por el contrario, cuando se comparte información falsa a sabiendas para causar daño, es decir; en este tipo la intención es crucial.
- La desinformación ocurre cuando se comparte información genuina para causar daño, a menudo trasladando a la esfera pública información diseñada para permanecer privada.

Es entonces, la intención el elemento por excelencia de la desinformación; de esta información falsa o engañosa que se va propagando a través de los distintos medios digitales tales como las redes sociales, sitios web, aplicaciones de mensajería, como lo son el WhatsApp, X antes Twitter, Facebook, instagram y en otras plataformas en línea.

Un punto a destacar y que no se puede perder de vista, al hablar de desinformación es su propósito que es influir en las percepciones, en las actitudes y en los comportamientos de la persona, con intenciones políticos sociales, económicas o culturales.

iii. ¿Qué consecuencias tiene la desinformación para los ciudadanos?

Como ya se ha comentado, la propagación de información falsa puede tener consecuencias sociales, políticas y económicas devastadoras. Entre ellas:

- Afecta o influye en decisiones electorales.

³ Olmo y Romero, 2019, pag. 4

- Inducir pánico en situaciones de crisis.
- Perjudicar la confianza pública.
- Dividir comunidades.
- Debilitar la democracia.
- Contribuye a la **polarización**⁴ y **radicalización** de la sociedad.

Ante esta realidad, lo indispensable dicen algunos autores que es “detectar, reaccionar y responder”. En países latinoamericanos como Brasil, México y Panamá se cuenta con sistemas de respuesta que monitorean de manera exhaustiva, las redes, sin embargo; esto requiere no sólo la colaboración de las plataformas tecnológicas, requiere de personal capacitado y herramientas adecuadas, que alertan tempranamente sobre información errónea y permitan dar una respuesta oficial mucho antes de que la información se vuelva viral.

IV. ¿Cómo proteger la democracia digital?

Manifestado lo anterior, debemos preguntarnos, **¿cómo proteger la democracia digital?** Para proteger la democracia es indispensable que en la actualidad se fomente la alfabetización digital e informativa de la ciudadanía, para poder mejorar nuestra capacidad para diferenciar y distinguir las fuentes fiables, de las que no lo son y los detalles que pueden hacernos sospechar que una información no es cierta, por ello son muy importantes los seminarios realizados en los que se tratan estos temas, así como los webinars pues se trata de compartir información sobre los hechos que acontecen en cada país, a fin de tomar diferentes experiencias.

Ahora hay que tomar en cuenta que pese a los enormes avances de las redes sociales la mayoría de las personas sigue informándose a través de medios tradicionales e institucionalizados, por lo que se necesitan periodistas de calidad y aunque sigue creciendo cada vez más los creadores de contenido y los receptores de la información a través de las redes, lo cierto es que no todo el mundo confía

⁴ La polarización se define como un proceso que expresa la tendente y progresiva organización de un sistema político-constitucional en torno a dos polos que se asumen como opuestos e incluso antagónicos. (Martín Guardado, 2023, p.212).

plenamente en ellas, y aunque tienen un público que en su mayoría es joven, ellos se han vuelto lo más críticos y expertos detectando fuentes no confiables.

Sin lugar a duda, el periodismo sigue teniendo una función social que va más allá de aportar información y de ahí su valor para proteger la democracia, con ética, utilizando no sólo los medios tradicionales sino también involucrándose en lo digital. Por parte del Estado, una manera de frenar la desinformación es asignar presupuesto, para capacitar personal humano, con medios pedagógicos efectivos, el crear formas de monitorear con tecnología de punta y leyes que estén acorde con las nuevas formas de desinformar, así como sancionar a los infractores, invertir en tecnología es clave para tratar de contrarrestar discursos de odio, radicalización, polarización, o cualquier otra forma posible de ataque que perjudique de alguna manera la institucionalidad.

V. Medidas clave contra la desinformación:

1. Prevenir: Poder analizar experiencias pasadas y los casos en otros países son necesarios para anticipar y prevenir esquemas o patrones y preparar mejores estrategias en contra la desinformación. Algo bueno es que en la actualidad tenemos data e investigaciones que en el pasado no se tenían de este tema, por eso es de utilidad buscar información sobre “las desinformaciones” en otros países, pues es muy probable que se repitan adaptadas a las circunstancias de otro país, al nuevo contexto electoral.

2. Identificar: Sistemas eficaces para detectar contenidos falsos y determinar su ubicación en las redes sociales en donde circulan. Es importante poder reconocer contenidos problemáticos, aunque no se pueda determinar su veracidad hasta no haberlo verificado.

3. Determinar: El punto anterior y éste, están relacionados entre sí, pues una vez identificados los contenidos falsos, hay que pasar a definir protocolos de acción según el riesgo y la viralidad de cada contenido para responder de forma adecuada.

4. Llenar vacíos informativos: Siempre ofrecer información oficial clara y accesible para evitar que la desinformación ocupe esos espacios, es vital. Existen comunicados e instructivos publicados en el sitio de las autoridades electorales, pero no siempre son fáciles de encontrar, pero al buscar en alguna red social, se encuentra desinformación precisamente por el vacío informativo a cerca de algunos temas.

4.Anticiparse: La frase cuanto antes mejor, forma parte de este apartado. Cuanto antes, se explique las vulnerabilidades del sistema electoral y advertir posibles narrativas falsas para reducir su impacto, mejor. Buscar medidas para fortalecer las habilidades para identificar narrativas engañosas, de esta manera tratar de anticiparse a la desinformación.

5.Detectar audiencias vulnerables: Diseñar estrategias específicas para grupos más expuestos, como adultos mayores con menor alfabetización digital. Para ello, bien las campañas tienen que acompañarse de los medios tradicionales, pues esto ayuda significativamente a estar al alcance de este grupo. La radio y la televisión juegan un papel importante.

7. Desmentir con fact-checking: Verificar, corregir y difundir información con transparencia, empatía y desde fuentes creíbles. Hay que tener criterios claros para definir cuándo se desmentirá, siendo lo más empático posible.

8. Diseñar estrategias de difusión: Usar redes sociales, medios y voceros clave para que la información confiable llegue a las audiencias correctas, es decir que la información certera llegue a quienes necesitan ver esta información.

9. Fomentar cooperación: Impulsar colaboración entre instituciones nacionales e internacionales y entre organismos para compartir experiencias y buenas prácticas.

10. Programas educativos: Promover pensamiento crítico y alfabetización mediática para reducir la vulnerabilidad a la desinformación. Mejorar el pensamiento crítico y la alfabetización mediática entre diferentes audiencias para limitar el impacto de la desinformación y la agresión en línea. Estos programas deben empezar desde edad muy tempranas para que su esencia cale en la juventud.

V. El Tribunal Electoral y Panamá contra la desinformación:

De acuerdo a las medidas planteadas en el apartado anterior, encontramos que Panamá ha realizado las siguientes acciones:

Medidas	Acción concreta realizada en Panamá
Prevenir	- Verificado Contigo: lanzado en el 2024 por el Tribunal Electoral como plataforma de fact-checking y educación ciudadana.
Identificar	- Monitoreo activo de redes sociales por parte del Centro de Estudios y Monitoreo Digital (CEMD) para detectar contenidos falsos o engañosos. Se creó en el 2018. Tan pronto detecta realiza un informe y lo presenta la DNOE. (Art.262 a 292 del Código Electoral).
Desmentir con fact-checking	- Plataforma “Verificado Contigo” ha verificado contenidos erróneos y publicado varias piezas de docencia electoral. Clasifica las noticias en verdaderas, engañosas y falsas. Detectó durante el proceso electoral: 154 informaciones que fueron clasificadas como verdaderas, confirmando la información. • 24 fueron consideradas engañosas. • 45 fueron calificadas como falsas. Estas abordaron temas como el voto adelantado, voto electrónico y voto nulo con 49 notas aclaratorias.
Fomentar la cooperación interinstitucional	- Firma del Pacto Ético Digital —firmado el 31 de marzo de 2024 por partidos, sociedad civil y el Tribunal Electoral— para promover el uso responsable de redes sociales y evitar bots, cuentas falsas o campañas sucias. Acción que viene desde el 2018, pero fue actualizado para el reciente evento electoral.

Cooperación entre Organismos Electorales	Participación activa con diversos organismos electorales. UNIORE a través de la Presidencia Pro Témproe del Magistrado Alfredo Juncá, ha permitido cumplir con esta acción, en la que la cooperación de las Asociaciones que integran la unión, el intercambio de información, formulación de recomendaciones, participación activa en misiones electores han sido de gran relevancia.
Marco Legal Reformas al Código Electoral (Art. 292 del Código Electoral y el Decreto 29 de 2022).	Se reguló de manera mucho más específica las campañas electorales, especialmente las digitales, en el Código Electoral y el Reglamento Electoral, en donde se incluyen referencias a la campaña y propaganda en medios digitales y se preveían diversas respuestas ante los posibles riesgos; la posibilidad de monitoreo de oficio (CEMD) y a través de denuncias de particulares y plazos cortos de actuación apelable siempre ante el Tribunal Electoral.
	Si bien, no hay definición de desinformación ni en el Código electoral ni en el decreto reglamentario, pero podemos afirmar que sí se describe lo que es propaganda sucia, en su artículo 276 numeral 4, entendiéndose por ella “la que ofenda la dignidad humana con la utilización de insultos, incursiones en la vida privada, discriminación y aseveración de conductas ilegales que no se hayan dictaminado por los tribunales competentes, promueva la violencia o atente contra las leyes, durante el desarrollo del proceso electoral de una elección primaria o general.” El art. 225 del Decreto prevee el monitoreo de la propaganda publicada en medios digitales que pueda afectar a la integridad del proceso. El art. 228 regula la actuación de la DNOE ante posibles casusas que pueda afectar el proceso. El art. 273 del Código Electoral dispone que promoverá el contendio de la propaganda electoral que este inspirado en el fortalecimiento de la democracia respecto a los Derechos Humanos y educación cívica del pueblo.

Nos parece interesante mencionar la opinión de la Misión de expertos electorales de la Unión Europea quienes señalaron lo siguiente, respecto al Código Electoral: “La reforma del Código Electoral de 2021 actualizó la normativa para abrirla a las nuevas tecnologías que facilitan la difusión de publicidad política, incluidas las versiones digitales de los medios tradicionales, los medios digitales nativos, las aplicaciones móviles, la publicidad en buscadores, el correo electrónico y las apps de mensajería, entre otros. El TE también introdujo nuevos mecanismos de rendición de cuentas para la publicidad política digital. Ahora, los partidos políticos y los candidatos deben declarar los dominios de sus sitios web, sus cuentas en redes sociales y las cuentas de pago que utilicen para hacer propaganda. También deben registrar a la persona que gestiona sus medios digitales, quien compartirá la responsabilidad legal con el partido. La nueva reforma de la ley electoral pretende abarcar los nuevos medios digitales y exige que todos los contenidos electorales pagados se etiqueten como publicidad. Sin embargo, el TE ha tenido dificultades para controlar la publicidad encubierta publicada por influencers y personajes públicos en las redes sociales.

Actualmente, el Tribunal solo puede citar al presunto infractor y pedirle que firme una declaración jurada en la que asegure que no recibió dinero a cambio del contenido publicado. No obstante, las asociaciones civiles de medios de comunicación denunciaron que muchos pagos se realizaron en efectivo, lo que dificultó probar las transacciones económicas.” (Misión de Expertos Electorales de la Unión Europea, 2024).

VI. Algunos casos de Desinformación en Panamá en el 2024

Caso 1. Ricardo Lombana	Desinformación	Impacto Negativo	Impacto Positivo	La Dirección Nacional de Organización Electoral

Se utilizó un video manipulado utilizando IA para emular la voz del candidato. Se alegaba corrupción y nepotismo. Esto se difundió masivamente.	En dicho video, Lombana afirmó que su padre le consiguió su primer puesto en el gobierno de Mireya Moscoso y que era botella y que en el gobierno de Martín Torrijos vivió una vida de lujos financiada por el Estado gracias a su amigo Federico Humbert.	Se dañó su reputación y afectó su campaña. Generó desconfianza durante el periodo electoral. Se dio una polarización de los votantes y aumentó la incertidumbre sobre la integridad de proceso electoral .	Muchos seguidores utilizaron la misma plataforma para defender a Lombana, desmentían las acusaciones y demostraron su apoyo y confianza.	Solicitó la apertura de un proceso administrativo por la falta cometida. Compulsar copia a la Fiscalía General Electoral.
Caso2. Rómulo Roux	El video manipulado mostraba a la joven cantando “Hoy nos toca estar muy tristes” y lo malo viene.	Comprometió la imagen del candidato al utilizar a su hija en una campaña sucia. Creó confusión entre los votantes. Aumento el escepticismo respecto al proceso electoral		

Caso 3. José Raúl Mulino	Había una pauta digital en contra de este candidato presidencial, la cual fue eliminada inmediatamente luego de la denuncia.			

Ejemplos de contenidos orgánicos que violaban la ley electoral los cuales llegaron a la DNOE:

CLARAMENTE PANAMÁ (Ver anexo).	Cuenta de IG con 131 mil seguidores	Una página alterna que apoya al candidato del partido Realizando Metas.	Esta página reporta 6 incidencias de campaña sucia y 1 sin cintillo vía DNOE
@chiriquipanaanoticias	Cuenta con 99400 seguidores	Publicación de propaganda a favor de candidatos del partido panameñistas en su mayoría.	15 incidencias (Algunos de ellos expresaban que el anuncio político era pagado).

VII. Casos frecuentes de desinformación en Latinoamérica

Nº	Tipo de desinformación frecuente	Descripción
1	Irregularidades en el proceso electoral	Se denuncian fallas en la organización sin pruebas reales.

2	Supuestos fraudes organizados por las autoridades	Se acusa a organismos electorales de manipular los resultados.
3	Votación en nombre de personas fallecidas	Narrativa de que personas muertas aparecen como votantes.
4	Votación de migrantes no habilitados	Rumores de que extranjeros sin residencia votan ilegalmente.
5	Manipulación para invalidar votos	Se asegura que se destruyen, alteran o invalidan papeletas.
6	Falsa información sobre requisitos para votar	Circulan datos erróneos sobre documentos o condiciones para sufragar.
7	Desinformación sobre votos en el exterior	Se cuestiona el conteo de los votos de ciudadanos en el extranjero.
8	Rumores de caos el día de las elecciones	Se difunden noticias de disturbios o problemas de seguridad.
9	Falsas encuestas	Se publican sondeos inventados o alterados para influir en la opinión pública.
10	Falsas declaraciones de candidatos	Se atribuyen frases o posturas inexistentes a los contendientes.

VIII. Algunos casos por país latinoamericano:

País	Año / Proceso	Tipo de desinformación	Detalles
Argentina	Elecciones 2023	Fraude electoral inexistente	Javier Milei denunció 5 mil casos de fraude, cuando la CNE solo registró 105 denuncias reales. Se difundieron videos de papeletas rotas.
Brasil	Elecciones 2022	Fraude en voto electrónico	Jair Bolsonaro cuestionó reiteradamente el sistema de votación sin presentar pruebas.
Guatemala	Elecciones 2023	Manipulación de actas	El partido de Sandra Torres difundió un acta alterada que fue

				desmentida al compararse con la original.
Paraguay	Elecciones 2023	Desconfianza en resultados	en	El candidato Efraín Alegre acusó a la Justicia Electoral de manipulación sin evidencias.
Colombia	Elecciones 2022	Manipulación de software	de	Circularon audios en WhatsApp que aseguraban que el algoritmo limitaba votos a favor de Gustavo Petro. Falso, pues el conteo inicial siempre fue manual.
México	Elecciones 2024	Campañas digitales negativas		Claudia Sheinbaum fue la más atacada en la red X. Se usaron estrategias digitales para manipular el debate público

CONCLUSIONES

Resulta evidente que, en los períodos de campaña electoral, la desinformación busca debilitar el proceso electoral, se cuestionan los resultados electorales y se persuade al electorado para que crea que se ha dado fraude, y de esta manera se debilita la confianza en las instituciones que dirigen el torneo electoral.

Los organismos electorales deben procurar desarrollar estrategias de atención inmediata, con un lenguaje que sea entendible, claro, que los ciudadanos puedan comprender. Por ello debe darse de manera clara, firme, valiente, veraz y convincente.

Los organismos electorales deben mantener una comunicación constante y deben trabajar de la mano con instituciones que le apoyen en esta lucha.

Queda plasmado el hecho de que las redes sociales junto con la Inteligencia Artificial, han cambiado por completo la dinámica de la democracia, sin bien estas tecnologías han ayudado a incrementar la participación ciudadana, también ha

creado nuevos desafíos para crear marcos regulatorios que se ajusten a estas nuevas tecnologías.

El Tribunal Electoral trató de reaccionar frente a la desinformación, con la implementación de normativas específicas y la colaboración con plataformas digitales y organismos internacionales, se quiso establecer un marco más fuerte que permite mitigar los esfuerzos negativos por propiciar estos actos.

Bibliografía

Tribunal Electoral de Panamá (2019). Pácto Ético Digital. <https://pactoeticodigital.com/>

Tribunal Electoral de Panamá (s.f.) Verificado Contigo. <https://verificadocontigo.com>

CiberLatam (2024). Desinformación: significado, consecuencias, y consejos para prevenirla. https://www.segurilatam.com/actualidad/desinformacion-que-es-consecuencias-y-consejos-para-prevenirla_20240115.html

Comprometidos con la verdad (2025). La desinformación en procesos electorales. <https://comprometidosconlaverdad.com/la-desinformacion-en-procesos-electorales/>

Revista Derecho Electoral (2025). Desinformación: nuevas amenazas para la integridad electoral. https://www.tse.go.cr/Revista/art/39/rubio_nunez.html

Desinformación electoral en América Latina (2024). La narrativa del fraude en busca de empañar los procesos electorales en la región. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://factchecking.jne.gob.pe/img/informesEspeciales/desinformacionElectoralAmericaLatina.pdf>

Misión de Expertos electorales de la Unión Europea (2024). Informe final. Elección General 5 de mayo 2024.

Cieps (2024). Centro Internacional de Estudios Políticos y Sociales AIP-Panamá. Panamá: El Código electoral y la propaganda electoral en redes sociales. <https://cieps.org.pa/panama-el-codigo-electoral-y-la-propaganda-en-redes-sociales/>

Universidad Complutense de Madrid (2024). Informe Observatorio Complutense Desinformación. Elecciones Panameñas 2024. <chrome->

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.ucm.es/observatoriodes informacion/file/complutense-panama%CC%81-final-rev1?ver

Redes sociales: del daño virtual a la responsabilidad legal (2018). Felipe Sánchez Iregui – Bogotá. Segunda Edición.

Desinformación y democracia: retos para los organismos electorales/ Elaine Ford y otros cinco- San José, Costa Rica: Tribunal Supremo de Elecciones. Instituto de Formación y Estudios en Democracia, 2024.

Anexo

Los sectores más atacados en Panamá son los entes gubernamentales, los cuales poseen información confidencial incluso de los ciudadanos, secretos de Estado y secretos económicos. Por ello se crearon algunas comisiones en Plagel que buscaban contrarrestar ataques como la Comisión de Seguridad de la información, sistematización del proceso.

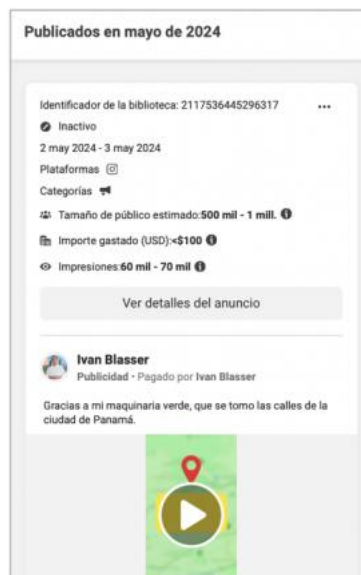


El Centro de Estudio y Monitoreo Digital levantó un registro total de 1685 incidencias de irregularidades en campaña digital, de las cuales 517 fueron sometidas a procesos administrativos. De los 517 casos recibidos por la DNOE, 361 fueron

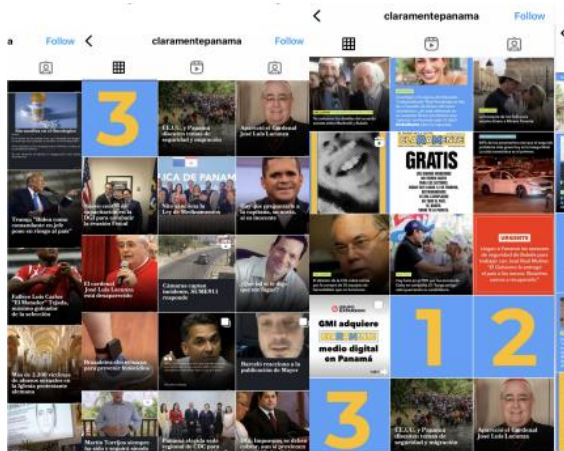
admitidos, 154 no admitidos, 1 expediente acumulado, 1 no probado, 30 sancionados, 5 pendientes de resolución, 37 se inhibe o se declina competencia, y en 6 casos se constató sustracción de materia.

Ejemplo de Veda Electoral: Historial de Meta (violación por publicación en veda electoral del 3 al 5 de mayo de 2024).

- Iván Blasser (Candidato a la Alcaldía por la libre postulación).



Ejemplo de contenido orgánico que violó la ley electoral.



Informe Observatorio Complutense Desinformación. Elecciones Panameñas 2024. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.ucm.es/observatoriodesinformacion/file/complutense-panama%CC%81-final-rev1?ver

Alfredo Juncá Wendehake

Es Licenciado en Derecho y Ciencias Políticas por la Universidad de Panamá. Cuenta con un Postgrado en Negocios Jurídicos Internacionales y una maestría en Administración de Empresas (MBA) por la Universidad Católica Santa María la Antigua de Panamá, una maestría en Comunicación Política y Marketing Digital por el Centro de Educación Superior Next y la Universidad de Lleida de España, maestría en Derecho Electoral por la Universidad de Castilla-La Mancha de España, así como una maestría en Marketing Digital, Growth Hacking y eCommerce por la universidad OBS Business School de Barcelona.

Es Director de la Revista Mundo Electoral, publicación mundial que llega a más de 20 países en diferentes idiomas. Es creador y promotor del Pacto Ético Digital, primera iniciativa ética para el uso del internet y redes sociales en procesos electorales, y del primer centro de monitoreo y estudios de medios digitales en materia electoral en Latinoamérica. En diciembre de 2019 fue designado Presidente de la Comisión Nacional de Reformas Electorales 2020.

En noviembre del 2022 fue designado como Magistrado Presidente del Tribunal Electoral de Panamá para el periodo noviembre 2022-diciembre 2024.

Actualmente es Presidente de la Unión Interamericana de Organismos Electorales y Magistrado Segundo Vicepresidente del Tribunal Electoral de Panamá.

UNIORE - Ciclo de webinars 2025

El impacto de los bots

y la automatización en la desinformación electoral

 23 de julio de 2025  2:00 p.m. (Hora de Panamá)



Dennis Cascante

Consultor Internacional del IIDH / CAPEL

MODERADOR



Paola Chaves

Analista - Dirección General de Estrategia
y Gestión Político - Institucional del TSE
Costa Rica

EXPOSITORA



Álvaro Castañón Cuevas

Director de Fundación Multitudes

EXPOSITOR

Escanea el QR para ver la repetición.



Presentador Óscar Adames:

Mensaje de bienvenida a los miembros de la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE) que se conectan desde el Tribunal Electoral de Panamá, para dar inicio al octavo webinar de un ciclo programado por UNIORE para este año 2025.

Tema abordado: El impacto de los bots y la automatización en la desinformación electoral.

Presentación de los expositores:

INGRID PAOLA CHÁVES MORA:

Profesional en tecnologías de información y analista de datos de la Unidad de Análisis de Información y Gestión de Datos de la Dirección General de Estrategia y Gestión Política Institucional del Tribunal Supremo de Elecciones de Costa Rica.

Licenciada en Ingeniería de Sistemas de Información por la Universidad Hispanoamericana de Costa Rica.

Máster en Gerencia de Proyectos por la Universidad Latina de Costa Rica, y certificada como experta en Ciencias de

Datos del Programa Iberoamericano de Formación en Minería de Datos.

Cuenta con más de 20 años de experiencia en la formulación y gerencia de proyectos de tecnología de información, con enfoque hacia la consecución de planes estratégicos institucionales dirigidos, principalmente, a soportar los procesos electorales en Costa Rica.

Especialista en monitoreo y análisis de medios digitales y redes sociales en el ámbito político-electoral, orientada a generar una mejor comprensión del contexto para ofrecer insumos clave en el combate contra la desinformación y estrategias comunicacionales.

Ha participado en el Centro de Asesoría y Promoción Electoral (IIDH/Capel) en países como Colombia, Ecuador y República Dominicana.

Álvaro Mario Castañón Cuevas, Director de Fundación Multitudes. Abogado, licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales por la Universidad Diego Portales.

Magíster en Derecho con mención en Derecho Constitucional por la Universidad Pontificia Católica de Chile.

Ha complementado su formación con el diplomado en Estrategias Políticas para las Políticas Públicas de la Universidad de Chile y el diplomado en Liderazgo e Inclusión Social y Acceso a Derechos de la Organización de Estados Americanos (OEA).

Su trayectoria profesional se ha enfocado en la lucha contra la corrupción, la promoción de la transparencia y el fortalecimiento de los sistemas electorales.

En 2015 fue convocado por la presidenta Michelle Bachelet para integrar el Consejo Asesor Presidencial contra los Conflictos de Intereses, el Tráfico de Influencias y la Corrupción.

Previamente, participó desde la sociedad civil en el análisis y seguimiento del plan de acción de gobierno abierto en Chile. Ha desempeñado funciones como secretario abogado del Consejo Directivo del Servicio Electoral de Chile

Director de vinculación en organismos externos en el Instituto Electoral de la

ciudad de México, institución donde actualmente ejerce como asesor de consejero electoral.

A lo largo de su carrera ha participado en más de 40 misiones de observación electoral internacional en distintos países de las Américas, además de ser conferencista en diversos seminarios y congresos relacionados con democracia, integridad pública y procesos electorales.

Dennis Cascante, moderador Consultor internacional del Centro de Asesoría y Promoción Electoral (IIDH/Capel). Ha acompañado a Capel y a UNIORE en diversas observaciones internacionales a nivel de Latinoamérica, y se ha destacado por su labor como asesor en tecnología de información electoral.

INGRID PAOLA CHÁVEZ:

Quiero agradecer la oportunidad de formar parte de este espacio, compartir el panel con referentes tan valiosos en este campo y, sobre todo, con un público interesado en un tema que, más allá de lo tecnológico, toca directamente la calidad de nuestras democracias.

ÁLVARO CASTAÑÓN:

El impacto de los bots y la automatización en la desinformación electoral ¿Qué son los bots y para qué se usan?

INGRID PAOLA CHÁVEZ:

En una época en donde la información circula con velocidad, definitivamente, la desinformación viaja aún más rápida y con muchísima mayor facilidad. Esto no ocurre ni por accidente, ni por casualidad, ni por esa dinámica ya de por sí hiperactiva de las redes sociales, sino que responde a un ecosistema que está más diseñado para amplificar, polarizar y manipular nuestros pensamientos y nuestras emociones. Más allá de pensar cómo los bots difunden mentiras; pensemos cómo es que están estructurados para alterar nuestros pensamientos y nuestras emociones, volviendo difusa esa línea que hay entre lo auténtico y lo artificial.

Siento que hoy podría defraudar a más de uno en la audiencia, ya que los bots no son lo que la ciencia ficción nos muestra. Podríamos pensar que es algo lejano, sofisticado, misterioso, inclusive de lo que vemos en las películas o incluso pensar que eso es para gobiernos muy poderosos, algo que requiere muchos

recursos, conocimientos que es imposible alcanzar para un ciudadano común, pero la realidad es otra.

Hoy en día, cualquiera con conocimientos intermedios, algo de dinero y herramientas adecuadas puede perfectamente implementar este tipo de tecnología, y eso es lo más preocupante, porque un bot es simplemente un software que automatiza tareas repetitivas. En el ecosistema digital, esto puede significar desde responder mensajes de forma automatizada hasta simular una interacción humana en las redes sociales.

Si bien los bots pueden tener algunos usos legítimos y positivos que contribuyan a la transparencia, la participación ciudadana y la eficiencia de los procesos electorales, lo cierto es que, en el contexto de las redes sociales y en especial en ámbito electoral, carecen de buena fama. Suelen tener una connotación negativa debido a su uso en las campañas de desinformación o manipulación.

Es aquí donde entran algunos conceptos claves sobre cuáles son esos tipos de bots, el objetivo que persiguen, y su modus operandi. Por tanto, podríamos enfrentarnos a algunos tipos, sin perjuicio

de que pueda haber otros: bots sociales, bots de amplificación, bots de secuestro y bots de engagement.

Los bots sociales lo que hacen es simular una persona real; tienen, inclusive, perfiles con foto, nombre, publicaciones periódicas y generan un comportamiento similar al humano. Su objetivo básicamente es infiltrarse en las conversaciones de las redes sociales para influir en la opinión pública y generar, inclusive, confianza en lo que ellos mismos están diciendo.

Por ejemplo, un perfil falso en una plataforma, como "X", podría comentar sobre temas políticos, dar opiniones, responder a otros usuarios y trata de entablar una conversación como si fuera un ciudadano cualquiera. En consecuencia, la clave del éxito de este tipo de bots depende de que precisamente puedan parecer humanos. No solo difunden información, sino que interactúan de forma activa en la red social.

Los bots de amplificación, en cambio, se centran en compartir, retuitear y reproducir de forma masiva un contenido para hacerlo visible en los algoritmos de

las plataformas de redes sociales, lo que hacen es darle más alcance o viralidad a un mensaje, a un contenido, para que parezca que se está difundiendo, aunque no tenga un apoyo real. Pensemos en que podrían existir quinientas cuentas automatizadas que están retuiteando el mismo mensaje político en pocos minutos para que parezca que está en tendencia y los mismos algoritmos de recomendación de las plataformas así lo crean. Por consiguiente, la clave del éxito de este tipo de bots, por ejemplo, no es parecerse a un humano, sino simplemente manipular esa visibilidad del contenido específico.

Los bots de secuestro toman el control de los hashtags que se utilizan en las campañas. Infiltran un hashtag que es popular en ese momento para desviarlo y contaminarlo con mensajes irrelevantes. Lo que hacen es restarle poder a una campaña que es legítima para desinformar o dividir el discurso.

Por ejemplo, pensemos en un hashtag. "#votoTransparente", que la ciudadanía está utilizando para exigir procesos electorales más justos., los bots comienzan a publicar memes y spam bajo ese mismo hashtag, lo que hacen es que prácticamente lo vuelven inútil. La clave

del éxito de este tipo de bots es usar la popularidad del hashtag para distorsionar el mensaje original.

Los bots de engagement están diseñados para dar una ilusión de popularidad o relevancia. Generan likes, comentarios, respuestas a otros usuarios y visualizaciones falsas para inflar la popularidad de una cuenta o una publicación. Simulan esa relevancia para que parezca que algo es creíble y que tiene un apoyo masivo.

Hagamos de cuenta, por ejemplo, que un influencer o una figura pública postea un video y, de repente, tiene quinientos mil likes y diez mil comentarios en casi nada de tiempo. La realidad es que esos likes y comentarios provienen de bots que siguen un patrón automatizado. La clave del éxito de estos bots es que su propósito es inflar artificialmente la interacción para que parezca que el mensaje importa más de lo que realmente importa.

Esos son los tipos de bots que podríamos encontrar y su principal modus operandi.

DENNIS CASCANTE:

Los bots no son seres extraños, ni un montón de "animalitos" haciendo cosas extrañas. Estamos hablando de que los bots son piezas de software. Teniendo en cuenta esto y la explicación que nos dio, Paola, pasemos a la otra parte del título del tema de hoy: ¿Cómo funcionan los bots para hacer desinformación electoral?

INGRID PAOLA CHÁVEZ:

Los bots actúan como herramientas de ingeniería social y algorítmica. ¿Esto qué quiere decir? Por un lado, buscan influir en el comportamiento de las personas y, por otro lado, aprovechan y manipulan los algoritmos que tienen las redes sociales y los buscadores para posicionar mensajes. Su función en campañas de desinformación electoral se puede explicar a través de tres, y yo diría cuatro, acciones fundamentales, que serían: "difundir, amplificar, potenciar y opacar". Estas cuatro acciones no operan de forma aislada, sino que forman parte de una estrategia integral de manipulación digital.

La difusión, que es la primera función y la más básica, consiste en hacer circular la información, no importa que sea falsa, no

importa si está manipulada o si simplemente es información tendenciosa, pero lo importante es hacerla circular por múltiples canales y cuentas falsas al mismo tiempo. Publican contenido falso desde perfiles de los bots, replican narrativas diseñadas para generar emociones en el público y usan, inclusive, plantillas y frases clave para que, cuando las posicionan, parezcan mensajes espontáneos de un ciudadano real, cuando ya está todo fríamente calculado. Por ejemplo, un video alterado muestra a un candidato manipulando cifras o haciendo alguna cosa extraña. Se publica desde cien cuentas distintas que son falsas, evidentemente, en al menos dos plataformas de manera simultánea. Pongámosle que ese video se publica en TikTok y en X. ¿Cuál es el objetivo de esto? Es sembrar esa narrativa, colocar una idea en la conversación pública lo antes posible, sin importar si es verdad o no. Ya coloqué ahí, ya sembré, ya tiré la piedra y escondí la mano.

Una vez que se ha sembrado la narrativa, la siguiente acción es amplificarla. Esto se refiere a aumentar la visibilidad de un contenido para que llegue a un público mucho más amplio, como si se usara un

megáfono. Aquí, los bots se encargan de hacer que el contenido parezca popular para que los algoritmos lo recomienden y llegue a usuarios reales. Retuitean, comparten, dan "likes" y generan visualizaciones artificiales. Usan las palabras clave y los hashtags de los que hablábamos, coordinan publicaciones en horarios clave para generar visibilidad. Por ejemplo, un tuit con una noticia falsa obtiene dos mil retuits en veinte minutos, gracias a una red de amplificación de bots. El objetivo es engañar al algoritmo y al usuario, haciendo parecer que todo el mundo está hablando del tema que ya se sembró.

Aquí a partir de eso, viene esa acción de potenciar, que es persuadir a que la gente ya no solo oiga el mensaje, sino que además crea en el mensaje y actúe en consecuencia. Aquí el contenido ya no solo se vuelve visible, sino que se refuerza emocionalmente y se vuelve hasta creíble, ya sea por repetición o por asociación con otros influencers, cuentas populares o líderes de opinión que han caído también en esta manipulación.

Generan respuestas emocionales que ya están diseñadas precisamente para provocar que las personas se identifiquen.

Posicionan el contenido no solo ya en las redes sociales y los foros, sino que además en cadenas de mensajería como WhatsApp. Aquí entra otro factor que se vuelve una táctica híbrida entre el bot y lo humano, donde, por posicionarlo, hasta el mismo humano se encarga de difundirlo. Aprovechan algunos sesgos para hacer que esa desinformación sea más aceptable. Por ejemplo, un mismo mensaje de repente aparece como una noticia en diferentes formatos: como un artículo, un meme o un comentario. Además de que aparecen en diferentes formatos, aparecen en diferentes plataformas.

Todo esto genera, en conjunto, la impresión de que eso es real, de que está siendo respaldado por la gente, de que sí está siendo utilizado por alguien real. La mentira básicamente deje de parecer sospechosa y comience a sentirse como algo verdadero que se pueda aceptar.

Y la acción de opacar, finalmente, es porque los bots son usados también para ocultar o debilitar el alcance de los mensajes contrarios, es decir, opacar la verdad, silenciar otras voces y confundir a la audiencia generando ruido digital con spam, memes y mensajes irrelevantes.

Reportan, inclusive, se coordinan para reportar de forma masiva cuentas de los opositores para que les cierren sus cuentas. Inundan los debates con respuestas agresivas insultos y argumentos extremistas. Todo esto con el fin de desacreditar al interlocutor que sí es real.

Finalmente, esas cuatro acciones en conjunto, generan una cámara de eco artificial. Lo que llamamos la cámara de eco, que es donde la falsedad nace (la difusión), se convierte en una tendencia (la amplificación), se vuelve emocionalmente creíble cuando se potencia y desplaza o elimina los mensajes correctos cuando se opaca.

Este mensaje no solo moldea esa conversación digital, sino que altera la percepción de legitimidad, apoyo y rechazo hacia las candidaturas, los procesos y las propias instituciones encargadas de los procesos electorales. Inclusive, las personas están constantemente expuestas a información y opiniones que refuerzan las suyas propias, lo que hacen que dejen de ver otras perspectivas debido a esa cámara de eco que tienen.

Ahora, esto no lo genera solo un bot, sino que operan desde lo que conocemos como una granja de bots, que no es más que un conjunto de estas cuentas falsas automatizadas coordinadas para actuar como un enjambre

Justamente, ese enjambre es lo que potencia el alcance del mensaje, porque multiplica el impacto, simula un consenso que pareciera ser masivo y engaña tanto a las personas como a los algoritmos de las propias plataformas digitales.

Ahí ya hemos pasado de la manipulación del pensamiento a la manipulación emocional. Es decir, durante años la desinformación operó principalmente desde esa manipulación del pensamiento, sembrando una duda, distorsionando un hecho. El objetivo, muy claro, era afectar lo que las personas creían que podía o no ser verdad e influir en su manera de razonar o decidir.

Pero esto ahora ha cambiado mucho. Ahora, entrando en una etapa muchísimo más sofisticada y peligrosa que es potenciada por la inteligencia artificial, tenemos la manipulación emocional, donde ya no nos basta convencer a alguien de algo, sino que el reto es,

además, hacerle sentir algo, inclusive, aunque esa persona no sea consciente de ello.

Los bots y las cuentas automatizadas comparten un contenido que está diseñado para tocar esa fibra sensible con el objetivo de provocar una reacción rápida antes que una reacción pensada.

Las plataformas están diseñadas para mantenernos conectados, claro está, y han aprendido que lo que más nos engancha como usuarios no es lo que nos informa sino lo que nos emociona, lo que nos genera algún tipo de sentimiento. Esto se debe a que mantenernos conectados el mayor tiempo posible significa una exposición a más anuncios y, por lo tanto, a más monetización para las redes sociales. Por eso, los algoritmos muestran más lo que nos hace reaccionar de forma fuerte, lo que nos genera un sentimiento más allá de si algo es en realidad falso o dañino. Eso no les preocupa.

En consecuencia, con inteligencia artificial más avanzada, es posible detectar qué tipo de contenido genera

qué tipo de emoción en cada uno de los usuarios.

Esto nos permite ver mensajes más personalizados. Ya pueden analizar toda nuestra historia digital con la huella que hemos dejado y ofrecernos ese contenido personalizado. Además, nos hacen sentir que estamos acompañados en una comunidad que piensa igual que nosotros, pero que no existe y no es real.

DENNIS CASCANTE:

Llenándonos de información y noticias, Paola, entendemos que el bot tiene este efecto multiplicador que realmente no se ocupa un gran edificio lleno de miles de personas escribiendo. Estamos hablando de software que requiere capacidad computacional, que se usa para difundir mensajes, para hacerlos más grandes para que parezca que hay mucha gente hablando de esto, y que hay mucha gente aplaudiéndolo o, en el caso contrario, atacándolo o mostrando desagrado. Esto con la intención de llevar a los escuchas, a las personas, a través de sus emociones, a tomar decisiones,

decisiones más inmediatas que pensadas.

Álvaro, en tu experiencia, ¿qué nos puedes contar del **efecto de los bots**, de este efecto multiplicador, de esta automatización del trabajo de los bots en procesos electorales, en elecciones recientes, en UNIORE o a nivel global? ¿Qué nos puedes contar?

ÁLVARO CASTAÑÓN:

Continuando con la excelente explicación que nos dio Paola y lo que tú decías, en el fondo, acá hay una intención: es un software. Ya sabemos que no son un montón de animalitos tuiteando, ni tampoco son personas reclutadas, pero sí hay una intención.

Un poco antes de entrar a lo electoral, estaba buscando un tuit que en algún momento me dio mucha risa en Bluesky, una red social que, por cierto, partió justamente queriendo limpiar un poco esto y dar un nuevo aire. Me acuerdo de hace unos cinco meses, creo que dice: "La OMS (Organización Mundial de la Salud) confirma que los que se pusieron la vacuna del COVID ya están todos muertos", y manda un enlace. Me reí

porque yo, por lo menos, sí me puse la vacuna y vivo, o por lo menos eso creo.

Reviso y es un portal de noticias que pareciera ser respetable, que pareciera que te enteras de la verdad. O sea, hay una intención de engañarme. Hay una intención de que, efectivamente, en un contexto (si se acuerdan de cuando en Estados Unidos estaban hablando del nuevo secretario de Salud, el tema de los antivacunas, y hay toda una conversación en la esfera pública), entregar este tipo de contenidos sí va a engañar a ciertas personas en su momento. Por ejemplo, a mí me generó cierto grado de desconcierto y rabia: ¿Cómo puede ser que engañen así a las personas? Ahora, cinco meses después, ¿lo ven? Empieza la risa, pero hay alguien, y eso sí se los aseguro, que gana con esto, porque hay personas que sí creen.

Hay un estudio de Harvard que justamente dice que, respecto de las noticias falsas, de la desinformación, lamentablemente, las personas con menor grado de alfabetización digital tienden a ser mayores replicadores. Por poner una edad de 55 para arriba, puede ser que tengamos muchos más casos de personas que efectivamente digan: "Oye,

la Organización Mundial de la Salud dijo que todas las personas que se vacunaron están muertas", Uno lo piensa dos minutos después, como decía Paola, después de la sensación, de la emocionalidad que me generó, y me doy cuenta que es absurdo.

En el caso de las elecciones pasa algo parecido. No sé si ustedes recuerdan una elección que se tuvo que suspender en República Dominicana, y ahí salió un argumento muy lamentable, que en el fondo fue el algoritmo.

Los bots y las redes sociales hoy día están operando un poco en lo mismo, en conceptos que muchas veces no entendemos, pero que sí podemos tener la capacidad de satanizar. Lo que se ha visto en las últimas elecciones en América Latina es principalmente esta sensación de generar a través de las redes sociales noticias que directamente son confusas y toman conceptos muy abarcadores, muy complejos o técnicos, y los llevan a algo absurdo. Reitero, o estos fans a muerte que por un lado aplauden y, por otro lado, te insultan y que hoy día, incluso, las redes sociales los están bloqueando si se dan cuenta.

En muchas de las interacciones de X, ahí abajo, al final, hay como un aviso que te dice: "Las publicaciones que no se están mostrando porque podrían eventualmente ser bots o podrían ser publicaciones que no respetan las normas de la red social".

Un poco para dar ejemplos: en el caso de Argentina, cuando fue la elección donde ganó el presidente Javier Milei, un consultor llamado Federico Cerimedo reconoció que para esa elección dispuso de más de cincuenta mil cuentas creadas por inteligencia artificial con el objeto de aplaudir lo que hacía su candidato, atacar a todo el resto de las personas que tenían una opinión distinta y posicionar determinados hashtags que hicieran parecer que hay causas ligadas a la contienda electoral que están tomando fuerza y simpatía popular. Eso en Argentina, en el fondo, generó un revuelo, porque fue un reconocimiento explícito.

En el caso de Chile, en la elección de 2021, la Universidad del Desarrollo realizó un estudio que contrató que tres millones de tuits (3 000 000) de toda la conversación, en un período acotado de tiempo - la campaña electoral, que no es más allá de dos meses- pretendían posicionar a un candidato: José Antonio

Kast, El objetivo era destacarlo en temas de seguridad y de gestión y eficiencia del Estado.

Este fue el hallazgo del informe de la Universidad del Desarrollo en ese periodo, respecto a la red social "X". Desconocemos si también se utilizaron anuncios pagados en otras redes sociales u otros medios, ya que debemos recordar que la inteligencia artificial no solo puede crear noticias falsas (como la que afirmaba que las personas vacunadas ya no estaban vivas), sino que también tiene la capacidad de publicar contenido adaptable en las distintas redes sociales.

En México, durante la campaña presidencial de 2024, un informe de la Presidencia —publicado en marzo de 2025— detectó ciento cuarenta y siete mil cuentas bots. De ellas, tan solo en cuatro días, se generaron 1.3 millones de menciones negativas que posicionaron hashtags en contra de la candidata que hoy es la presidenta. Sin embargo, este fenómeno no fue impulsado por la inteligencia artificial.

Por su parte, en Uruguay, donde se está desarrollando un proceso

electoral, se está llevando a cabo un monitoreo de estas situaciones.

Hoy en la mañana pensaba: ¿Qué ejemplo les puedo dar de Colombia? Creo que uno que me marcó mucho fue el que escuché de la MOE (Misión de Observación Electoral). El trabajo de esta organización, que lleva muchos años midiendo el uso de las redes sociales, identificó en un proceso electoral pasado la relación entre la violencia y su anuncio previo en las redes sociales.

Sin embargo, ahora la MOE enfrenta un nuevo problema: los millones de mensajes generados por inteligencia artificial. Será mucho más difícil rastrear esa conexión entre los mensajes perdidos en las redes sociales que anuncian una acción violenta y la acción en sí misma. Este es uno de los mayores desafíos actuales para las autoridades, que deben poder identificar cuáles de estos mensajes son creíbles, cuáles incitan al odio y cuáles pueden ser sancionados aplicando la normativa existente, muchas veces por analogía.

Creo que es muy común para todos nosotros meternos a una red social y ver que hay un trending que está posicionándose, que normalmente es ofensivo, que normalmente apunta a una candidatura en concreto y así se van turnando.

Por lo tanto, hoy día, que tenemos el lamentable desafío —y creo que ahí está el impacto un poco contestándote la pregunta— de saber discernir entre la información que estamos viendo en redes sociales y la información que puede ser real.

Creo que ya vimos en campaña y quizás podemos distinguir la motivación de candidatos y candidatas vestidos de guerreros, de animales épicos transformados en muchas cosas. Ayer, sin ir más lejos, salió un video donde un expresidente de un país del norte —yo estoy en México—, y uno más allá, salía levantado por la policía y se lo estaban llevando detenido. En el fondo, todos esos videos, esos audios, nos ponen una barrera de dificultad mucho más grande.

Y ojo con una cosa; antes me acuerdo que en el servicio electoral uno tenía fotos que

se repetían. Que ahí no sé si podríamos decir que eran bots, pero probablemente era ese primer germen. Y era: "Bueno, se están entregando votos marcados", y uno veía la foto y el número de serie estaba en el voto. Ese voto no se entregó a ninguna persona porque en Chile la colilla se saca y ahí pasa a ser un voto; antes de eso es una cédula, y, por lo tanto, ese fue un caso y ese caso lo empezaron a reportar por redes sociales que estaba ocurriendo a lo largo de todo Chile, y nadie se molestó en ver el número de serie del voto, que era exactamente la misma foto siendo replicada.

Si ese tipo de situaciones generan un problema y escalan, incluso, a medios de comunicación tradicional, hoy día tener audios, tener fotos, tener prueba — prueba entre comillas— de un determinado fraude electoral puede ser mucho más fácil y no va a poner realmente en riesgo al órgano electoral, pero sí va a afectar muchísimo la confianza que tenemos respecto a ese trabajo que está realizando el órgano electoral en un día de una elección que pasa todo extremadamente rápido.

Por lo tanto, creo que —respondiendo en forma global— sí tienen un impacto y no podemos simplemente pensar que esto es como antes, que se decían cosas rudas, "la política sin llorar", o sea, se me tiene que ocurrir una táctica más agresiva, o es como el anticomando que se preocupa de hacer muchas cosas para opacar a una determinada candidatura.

Esto no es eso, esto es una intención. Como dije al comienzo, esto es un financiamiento, porque esos softwares, estos algoritmos que se ponen a disposición con potentes procesadores, cuestan dinero. Una suscripción en pesos mexicanos a Chat GPT cuesta cuatrocientos pesos y eso genera una factura y esa factura tiene que ser revisada por el órgano electoral. Por lo tanto, si no están pasando esas facturas, estos maléficos bots por las revisiones que hacen los órganos electorales, están teniendo un impacto muy negativo también en la forma en la que se hace la rendición de cuentas de cada una de esas candidaturas.

DENNIS CASCANTE:

Por un lado, Paola nos plantea qué es esta herramienta y cómo funciona ese efecto multiplicador. Me voy a quedar con tres de los términos que utilizó: "difundir, amplificar, opacar". tú nos acabas de ilustrar con otros hechos tangibles, y después de entender cómo funciona, ya esto no se mira tan extraño, y acabas de ilustrar cómo esto le pega a un proceso electoral reciente con diferentes ejemplos, el ejemplo multiplicador de cincuenta mil, de ciento cuarenta y cuatro mil.

Álvaro, siguiendo la línea de lo que nos vienes diciendo, ¿qué podríamos decir de cómo este proceso de automatización impacta en la percepción pública y en la polarización política?

ÁLVARO CASTAÑÓN:

De todas formas, y para ser muy directo, cuando se generan emociones a través de estos bots, y llego a una convicción, incluso a decir: "A ver, voy a ser un ciudadano responsable porque me están diciendo que tengo que verificar la información". Hay varios gobiernos y, desde luego, varios órganos electorales que han hecho campañas diciendo: "Para un segundo, respira, supera la emoción, revisa ese contenido, verifica si ese

contenido tiene cierto grado de credibilidad y luego comparte o reacciona o básicamente escribe lo que quieras en un sentido positivo o negativo. Pero primero, tómate el tiempo de reflexionar un segundo sobre lo que te están diciendo." Vuelvo a mi ejemplo sobre "todos quienes se vacunaron por el COVID están muertos". Solo dimensionen eso; si uno para un segundo y lo reflexiona, dice: "A ver, esto es una fake news y es burda."

En lo electoral pasa muchísimo, y quienes trabajamos en órganos electorales sabemos que hay muchas cosas que nos imputan como si fueran arbitrariedades y tú dices: "Está en la constitución, amigo, está en la constitución, amigo o amiga, no me lo inventé yo". A veces, como el órgano electoral no le soluciona el problema a esa persona y no deja que vote sin credencial, no, porque si dejo que vote sin credencial, imagínate cómo saldría esto. A veces tenemos que contener estos discursos,

Pero cuando esos discursos ya llegan en un formato masivo, poniendo trending topics y todo lo demás, podemos llegar a generar sensaciones, incluso, de odio, pueden generarse situaciones. Solo ponía

un ejemplo banal, el proyecto X, que de hecho en Netflix sacaron un documental que, en algún país de Europa, publicaron una fiesta y ocurrió un poco en el barrio "El proyecto X", como que fueron a destrozar.

Sabemos que las redes sociales hoy día pueden llegar a tener un potencial que incluso llegue a la violencia. Ese tipo de situaciones que ahora es en el foro público, pero que en el foro privado serían actos de bullying, de acoso, de violencia política en razón de género, entre otras cosas, serían actos de odio, incitación al odio a la comunidad LGTBI+. Pero en el foro digital pareciera ser que eso no importa y sí importa. Ese tipo de actos efectivamente movilizan voto, generan la polarización política y generan cambios en la votación.

Uno de los problemas que hemos visto a nivel de encuestas, creo que muchas de las casas encuestadoras no están atinando con los resultados, y a quienes nos ha tocado hacer seguimiento a los últimos procesos electorales, a veces, vemos que los resultados no eran lo esperado o salen unas sorpresas muy impactantes. Y eso también está teñido de la desinformación en el ámbito electoral y

de cómo los bots pretenden posicionar, a través de estas cámaras de eco, un mensaje que a mí me va a resonar diciendo que una persona tiene una determinada cualidad o no.

Les voy a dar otro ejemplo concreto y recién sucedió en la elección presidencial en Chile: una candidata no del oficialismo denunció que otro partido, tampoco del oficialismo, estaba articulando a través de bots, de cuentas falsas, de noticias falsas el mensaje de que esa candidata tenía Alzheimer, por lo tanto, estaba enferma y que no era idónea para competir como la abanderada o una de las abanderadas fuertes de la oposición que va a tener que enfrentarse en la contienda electoral de noviembre en Chile.

Esa candidata respondió y encaró el asunto y le dijo al periodista: "¿Si están diciendo y están instalando como una realidad que yo tengo Alzheimer, quién votaría por una futura presidenta que tiene Alzheimer?". Y ahí justamente denunció frente a la prensa este tipo de campaña sucia.

En Chile, un medio de comunicación que hace investigaciones bastante respetables, CIPER, hizo una

investigación y vio que había decenas de miles de denuncias que se habían hecho en materia electoral por mal uso de la inteligencia artificial o directamente por encontrar fake news. En ese caso, tenemos plataformas de denuncia que todos los órganos electorales disponen, pero a la hora de recibir la denuncia nos encontramos que la norma no nos alcanza. Imagínense esto que denunció la candidata en Chile: podría ser constitutivo de (1) violencia política en razón de género y podría ser (2) claramente algo que se pudiera trazar y podríamos decir que ahí hay, justamente, una campaña anticipada, que hay una campaña desleal que se está afectando la contienda electoral y, por lo tanto, debería llevar una sanción.

La realidad hoy día es que, en toda esta vorágine y en todo este impacto que han tenido los bots y la desinformación, incluso la desinformación en un sentido clásico en las contiendas electorales, hoy día América Latina y nuestros órganos electorales —y no solo los órganos electorales—, los países no tienen una regulación que aborde este tema. Se está abordando por analogía respecto de la regulación del financiamiento de las

campañas, del financiamiento político y de la regulación del despliegue de las campañas electorales.

Pero no hemos avanzado en Latinoamérica en un tipo de regulación, una ley que entregue las facultades a los órganos electorales para que puedan procesar, imagínense estos millones de bots que están generando muchos más millones de información y que los órganos electorales hoy día tendrían que hacer un monitoreo, tendrían que hacer un seguimiento de lo que está pasando para, efectivamente, seguirle la ruta al dinero con el cual se están financiando las campañas, y sin ley no vamos a tener esa capacidad nunca instalada en los órganos electorales. Y ahí está el desafío. No estoy diciendo algo que sea hiperregulador.

En la actualidad, la Unión Europea sí está avanzando en regulación y una de las grandes soluciones que está viendo la Unión Europea, de hecho, es el monitoreo y poder ir viendo dónde se están generando estos mensajes que pueden incitar al odio, que pueden incitar, no sé si les suena el Brexit. También ahí hay un estudio respecto de cómo se automatizó una campaña que hizo ver cómo

mayoritaria una opción que finalmente sí ganó en las urnas.

Actualmente, creo que estamos a tiempo, para preguntarnos, por ejemplo, desde Uniore, que viene haciendo esta reflexión, tiene el observatorio qué tipo de ley modelo, qué tipo de regulación nos serviría también para poder platicar esto con las empresas tecnológicas, que eso es otro problema y otro riesgo. Las empresas tecnológicas actúan en una asimetría de información donde un órgano electoral, siendo la autoridad, podría no tener una respuesta.

Por otro lado, también ahí están las respuestas a través del financiamiento de publicidad pagada, de las cuentas anónimas.: Sobre eso también hay una iniciativa del presidente español que lo dijo muy claro, pero que se han ido sumando otros liderazgos de "limitemos las cuentas anónimas". Ahí hay una gran brecha de dónde se meten bots y generan cuentas que no tienen ningún tipo de respaldo.

Es muy fácil crearse una cuenta y disparar mensajes de odio o hostiles o de apoyo en un contexto electoral, y ese tipo de regulación de las grandes empresas

tecnológicas, no necesariamente están las empresas tecnológicas hoy día. Están un poco más preocupadas de decirte que su inteligencia artificial no está leyendo tus correos, no está leyendo tu WhatsApp, pero no están preocupados de cómo interactuar con todo el resto del ecosistema.

Destacando también, el trabajo que hacemos desde Fundación Multitudes, nosotros hicimos una consulta en el Congreso de Chile y en el Congreso de Perú para un estudio. respecto de cómo veían la interacción en redes sociales y qué tipo de contenido les estaba llegando. Y les puedo decir que, casi de forma unánime, en Chile y en Perú las personas congresistas dijeron que eran mensajes de odio, eran ataques sistemáticos que, en las redes sociales, si bien había una capacidad de entregar mensajes, también la interacción que se estaba produciendo no era una interacción orgánica, sino que era sumamente orquestada en favor de ciertos objetivos, en ese caso destacando más los legislativos.

Por lo tanto, creo que un buen avance es que ya estemos conversando esto. Sin embargo, otro buen avance sería que también, en esos casos, las personas

legisladoras y gobernantes en América Latina no sientan que todo vale. Debemos asumir que el problema sí es real, que el problema no es solo de un dime y direte, sino que implica intencionalidad, financiamiento y, por lo tanto, altera la equidad en la contienda electoral.

Los órganos electorales, con el paso del tiempo, hemos trabajado cada vez más, y las legislaciones, así, han avanzado en que haya una cancha pareja. Las condiciones para una elección auténtica se trabajan y se tienen que venir generando desde mucho antes. Primero, no bajando ilegítimamente candidaturas, pero también generando una contienda justa. Todo esto que hemos venido conversando, justamente altera eso. No es que la elección vaya a ser menos íntegra, menos auténtica o menos genuina; no es eso. Pero, claramente, se está alterando: (1) la confianza que tenemos en las instituciones, y por lo tanto, lo que esperamos que ellas hagan y quienes aspiran a liderarlas; y (2) también estamos alterando la capacidad que cada uno de nosotros tenemos —y eso sí es un derecho fundamental— de discernir, de tomar decisiones por cuenta propia con una información que me

permita articular este concepto del voto informado y no solo quedarme atrapado en una cámara de eco porque alguien así lo dispuso, y por ser un usuario de buena fe de una determinada red social.

DENNIS CASCANTE:

Paola, ¿cómo contrarrestar este efecto negativo? Hemos venido elaborando cómo funciona esto, sí, el efecto multiplicador que viene busca generar decisiones basadas más en emociones que en razonamiento. Normalmente, con alguien detrás que financia esto con alguna intención. Álvaro acaba de hablar del tema de las regulaciones que vienen ahí despacio, normalmente las regulaciones vienen mucho más lentas que las innovaciones tecnológicas. ¿Cómo podemos contrarrestar, para ir llegando hacia la parte de conclusiones del día de hoy? ¿cómo podemos contrarrestar este efecto de los bots y la automatización?

INGRID PAOLA CHÁVEZ:

Claro, cuando uno escucha lo que los bots son capaces de hacer, hasta dónde pueden llegar y cómo se usan para desinformar y manipular, puede uno

sentirse, inclusive, un poco abrumado, Lo cierto es que hay formas de hacerle frente.

La responsabilidad, definitivamente, no es solo de los gobiernos o inclusive de las propias plataformas, sino que empieza por nosotros.

Como bien lo apuntaba Álvaro en algunos ejemplos, puede haber regulación, las plataformas pueden implementar cosas, pero ¿qué hacemos nosotros? Lo primero, claro está, es desarrollar ese sentido crítico al navegar en redes sociales.

Antes de compartir una noticia, una publicación que nos genera una emoción muy fuerte, conviene hacer ese alto que bien lo menciona Álvaro y decir: "Ok, ¿de dónde viene esa información? ¿Quién la está publicando? ¿Tiene o no tiene sentido el que todos murieron después de la vacuna, verdad? Con el ejemplo que nos ponía Álvaro, ¿tiene sentido o parece que es algo manipulado? O sea, ¿qué tan sospechoso es? ¿Qué tan veraz o qué tan creíble puede ser eso que yo estoy consumiendo?".

Es útil aprender que hay ciertas herramientas en el mercado que son relativamente simples, que ya existen algunas páginas, algunas extensiones que pueden ayudar a un ciudadano a verificar si una cuenta es sospechosa, por ejemplo, o si alguna noticia es confiable. No necesitamos ser expertos en su uso, pero sí tener esa curiosidad de probar algunas herramientas, cómo funcionan, si realmente me pueden proporcionar información donde pueda yo confirmar la veracidad de los datos. Evidentemente, tener cuidado. Yo siempre lo he dicho, el botón de compartir es muy poderoso y definitivamente tenemos que ser capaces de, como lo apuntaba ahora, no reaccionar a una emoción, sino irnos un paso atrás y lograr darles ese pensamiento a las acciones antes.

Definitivamente, los bots nos necesitan para que nosotros al final hagamos ese eco que ellos quieren que nosotros hagamos.

A nivel colectivo, podemos hacer cosas construyendo como sociedad, por ejemplo, desde la educación. Pienso que, bueno, ahora, en la educación se orienta a enseñar el uso de la tecnología, pero también es necesario enseñar a

interpretar, a cuestionar el contenido que hay. Cómo esto nos influye. No solo utilizarla, es a utilizarla de forma responsable. Esto incluye el cómo leo las noticias, cómo utilizo fuentes de información confiables, en fin.

Como sociedad también aparecen de repente grupos que se organizan para desmentir noticias, ya no solo comunidades de fact-checking, sino ciudadanos que a veces se dedican a esto, pues evidentemente podemos apoyar estas causas y participar de ellas porque podemos hacer una gran diferencia.

A nivel tecnológico, como ya les mencionaba, puede uno hacer uso de ciertas, como usuario individual, aplicaciones que nos pueden ayudar a verificar información, pero a nivel tecnológico, pues, por supuesto, tiene un papel muy fundamental en las grandes empresas de redes sociales y de tecnología, las cuales, pues, son responsables de asumir su parte y mejorar los sistemas que detectan y frenan el uso malicioso de los bots. Como bien lo apuntaba ahora Álvaro con el ejemplo de "X", que, en ocasiones, bueno, ya han ido implementando algunas

características en algunas redes sociales que nos permiten contraer una serie de comentarios que podrían parecer sospechosos de provenir de una fuente no certera.

Los algoritmos nos muestran contenidos que deberían ser diseñados ya no solo para engancharnos, también deberían protegernos un poco de esa manipulación. Lo ideal sería que la tecnología no se convierta solo en un arma, sino también un escudo para el ciudadano.

En resumen, no es tarea de uno solo. Las instituciones hacen sus esfuerzos por ver de qué manera buscan esa regulación de la que hablaban ahora, pero definitivamente necesitamos personas más críticas y conscientes de lo que están haciendo y lo que están consumiendo, porque podemos ofrecerles una bandeja de opciones. Hay herramientas, capacitación, regulación, pero al final es el que está sentado frente a esa pantalla el que decide qué hacer con esa información, qué decide, si comparte o no comparte, decide si forma parte de ese engranaje de ilusión artificial que nos están presentando. Por lo tanto, no se trata tampoco de tenerle miedo a los bots

y a la tecnología, sino de entender cómo funciona para que no nos tome por sorpresa y para que sepamos cómo actuar frente a ella.

DENNIS CASCANTE:

Álvaro, entrando en la parte de conclusiones, ¿influyen realmente los bots en resultados electorales?

ÁLVARO CASTAÑÓN:

Sí. creo que en la actualidad las redes sociales son un componente fundamental en las campañas electorales. Si consideramos que los bots son una herramienta que se distingue, que la estamos viendo presente, que las propias candidaturas la están denunciando y está generando polémica, a través de la desinformación, de sitios web que sistemáticamente van publicando notas, es que están entrando como un ingrediente principal a todo el cóctel que significa una campaña electoral.

¿Puede definir eso el resultado electoral o no? Va a depender, por supuesto, de lo estrecha que esté la elección: va a depender de muchas condiciones. Hay normas que, respecto de otros temas, si

la elección es muy estrecha, por ejemplo, aquí en México se puede pasar a través de la vía jurisdiccional a una revisión de esos resultados y ver si es que fueron determinantes o no. Por lo tanto, tenemos que tomarnos en serio el tema de la desinformación.

Desde luego, como decía Paola, la educación es clave. Creo que los órganos electorales ahí tenemos un gran trabajo a través de la educación cívica, de la construcción de ciudadanía, de primero, no normalizar esto. No es como que yo tuitee algo y me llegue una cantidad de insultos. A veces uno tuitea cosas de otro país, incluso si tú dices como: "Ah, qué buen ejemplo el de Guatemala", y te llega como un "hate" gratuito que tú dices como: "Ay, yo solo dije que estaba bueno, no sé por qué te enoja". O sea, no tiene sentimientos ese ser humano porque no es un robot, es un software que está un poco programado en base a este algoritmo para responder algo y a veces te llega como de salpicón, como diríamos.

Por lo tanto, lo primero es que podamos todos construir nuestra sociedad entendiendo este nuevo fenómeno que, desde luego, tiene muchas oportunidades para hacernos la vida más fácil, pero

también genera riesgos y desafíos. Y ahí, desde luego, también la invitación a una regulación inteligente, no solo desde la ley, sino que también desde cómo los órganos electorales estamos actuando: meter más dosis de transparencia y más fiscalización del gasto electoral en todo lo que en muchos países se cataloga como asesoría comunicacional, asesoría en comunicación digital. Allí te caben demasiadas cosas que hoy día son fenómenos distintos. No es lo mismo ir publicando un anuncio sistemáticamente que dice: "Hola, conocen mi programa", a una asesoría que apunta, como vimos en Cambridge Analytica, en varios casos complejos, a un uso malicioso de datos personales, incluso que entran a este sistema.

Por lo tanto, la transparencia y la fiscalización es muy importante, así como la cooperación en comunidad para poder desmentir y tratar de aislar estos fenómenos. Que muchas veces nos llegan como trend y uno dice: "Bueno, si no me generó una emoción, por lo menos me confundió". Y ahí creo que es importante el rol también de la sociedad civil, de las distintas organizaciones internacionales como Unióre en poder

generar el mensaje serio, poner un poco la cuota de cordura cuando a veces uno se mete a las redes sociales y ve desde gatitos tocando piano, cosas que dice la OMS que nunca dijo, presidentes en un video hablando cosas que no dijo y que fueron generados por inteligencia artificial.

Y eso es clave que lo entendemos ya. La excusa de "quiero el audio, quiero la foto, quiero el video" no es suficiente porque te puede llegar un audio, te puede llegar una foto, un video, pero hay que ir a revisar también ese tipo de verdad o no o de calidad en la información que me está llegando. Sabemos que el Papa Francisco no ocupaba chamarras de pluma ni zapatillas Nike, pero fue como de las primeras cosas que nos llegaron por redes sociales, como el Papa Francisco "enchulado" en distintas formas, y que dijimos varios: "Wow, ahora van a empezar a salir cosas que vamos a tener que ponerle un poquito más de ojo, un poquito más de discernimiento para ver si es inteligencia artificial o no". Y ya lo estamos viendo. Por lo tanto, es un desafío que tenemos que asumir. Es una nueva forma de **alfabetización** que nos toca como ciudadanas, como ciudadanos,

ir digiriendo y, por supuesto, ir fiscalizando también si el Estado y los órganos electorales tienen que proteger esos valores públicos que son, por ejemplo, el voto informado y el derecho de ser elegido y de elegir, y para eso necesitamos cierta claridad.

DENNIS CASCANTE:

Se ha consumido el tiempo prácticamente.

Ha sido muy interesante y muy amplia la explicación de nuestros dos expositores. Antes de cerrar, quisiera darle un par de minutos a cada uno de nuestros expositores de hoy para que, a manera de cierre, puedan dirigir sus palabras, sus conclusiones en dos minutos cada uno antes de dar por finalizado el Webinar. Paola.

INGRID PAOLA CHÁVEZ:

Gracias por el espacio de intercambio, que definitivamente ha sido enriquecedor, creo que para todos. Si algo ha quedado claro es que los desafíos que enfrentamos no son solo tecnológicos, son profundamente humanos. Lo digital ha democratizado la expresión, pero también

la manipulación. Hoy más que nunca, entender cómo funciona esto de los bots y la automatización no es una curiosidad técnica, es una necesidad humana. Ya hoy hablamos de los bots, la automatización, la inteligencia artificial. En el fondo, todo lo que está en juego es la confianza: confianza en la información, en los procesos democráticos, en las instituciones y también confianza entre nosotros como ciudadanos, porque ya no sabemos con quién estamos conversando en redes sociales. Porque al final lo que están tocando es cómo pensamos, cómo sentimos y cómo tomamos decisiones.

Hoy vivimos en un entorno donde sí, como les decía al inicio, esto circula muy rápido, muchas veces sin filtro. Las emociones pueden ser manipuladas con mucha precisión, tanto que pareciera que ya estamos viviendo la ciencia ficción que antes solo veíamos. Pero también eso nos exige más. A nosotros, como ciudadanos, nos exige mirar con más atención, ser, cuestionar más y compartir con muchísimo más responsabilidad. No se trata, como les decía ahora, de volverse desconfiado, ni mucho menos paranoico con el tema de la tecnología, sino más bien de ser ciudadanos digitales más

conscientes. Porque si bien los bots están aprendiendo a hablar como nosotros, bueno, también nosotros podemos, ¿por qué no?, aprender a no reaccionar como los bots esperan que nosotros reaccionemos.

Quisiera cerrar nada más con una idea. Y es que no solo se trata de entender cómo funciona el bot, sino que se trata de entender cómo queremos funcionar nosotros en medio de esta realidad digital tan compleja.

ALVARO CASTAÑÓN:

¡Qué buen mensaje final, Paola! Creo que es la clave de que entendamos que vivimos en un mundo un poco más fácil y un poco más complejo al mismo tiempo. Y que sigamos esta tendencia que en esta semana hemos visto con algunos presidentes de la República Latinoamericana y el mensaje a democracia siempre.

Creo que partiendo de la base de que las elecciones son necesarias, pero también es que sean genuinas, que se den las condiciones previas de que el órgano electoral como árbitro pueda tener todas las herramientas y todos los dientes para

poder monitorear, fiscalizar y garantizar derechos de buena forma, vamos a tener un lenguaje común, una base de decir: "Bueno, partiendo de que la democracia nos sirve, partiendo de que la democracia es el lugar donde nos queremos desarrollar, voy a ir enfrentando estos distintos mensajes, estos distintos riesgos que de pronto nos van a llevar, como buenos demócratas que somos todas las personas que estamos acá, a rechazar los discursos de odio, a rechazar los discursos de polarización que afectan Derechos Humanos".

Y, por último, poner una cuota de cordura también en ciertos debates que terminan con situaciones que descalifican candidatas, descalifican candidatos. Tenemos que ser superconscientes también de que hoy día las mujeres en política están en una situación de mayor vulnerabilidad, por ejemplo.

Entonces, teniendo esos pisos éticos, también esos pisos conceptuales de lo que queremos como sociedad, vamos a entender mucho más cómo movernos en las redes sociales y directamente también, salir de esas cámaras de eco que a veces uno se mete solo por estar viendo una noticia. Yo creo que nos ha

pasado con cosas muy violentas que han pasado en el mundo y las redes sociales sin ningún tipo de censura, e empezaron a mostrar imágenes que no hay que ser menor de edad para quedar impactado.

Ya entendiendo cómo funcionan esas cosas uno también aprende a cuidarse, a cuidarnos como sociedad y desde luego a cuidar a nuestras instituciones, porque nos podrán gustar o no, podrán tener momentos buenos o malos, pero necesitamos instituciones fuertes, porque eso es lo que ha ido construyendo esta América Latina que hoy día tenemos y que nos ha ido protegiendo de muchos discursos antidemocráticos.

Yo creo que, desde este punto, más educación cívica, más educación cívica hasta que canse, desde ese punto, vamos a poder enfrentarnos a esos nuevos desafíos y ya estaremos también los técnicos y las técnicas que trabajamos en esto, abogando por esas regulaciones o abogando por esos marcos éticos y que las empresas tecnológicas también bajen un poquito a lo terrenal y vean los impactos que tienen.

DENNIS CASCANTE:

Álvaro, Paola, muchas gracias por sus exposiciones. Sumamente claras, sumamente ilustrativas. Hemos aprendido hoy que los bots no son una cosa extraña. Es una cosa cotidiana a la que no hay que temer, hay que entender. Decisiones más basadas en el razonamiento que en las emociones. Mucha conciencia personal, mucha educación colectiva, cívica para poder entender y vivir con este fenómeno. A los dos, muchísimas gracias. Finalizamos de esta manera la exposición del día de hoy.

OSCAR ADAMES:

Agradecemos desde la Presidencia pro tempore a los miembros de la Unión Interamericana de Organismos Electorales (UNIORE) por acompañarnos y participar en estas ocho sesiones, organizadas desde el Tribunal Electoral de Panamá. De esta manera, cerramos este ciclo de webinarios fortaleciendo la democracia en América, mediante la cooperación y el intercambio de experiencias entre organismos electorales.

Inteligencia Artificial en Campañas Electorales: de la Preocupación a la Acción Regulatoria

Álvaro Mario Castañón Cuevas

Introducción.

La democracia contemporánea enfrenta uno de los momentos más desafiantes de su historia reciente. Aunque en teoría sigue siendo el sistema político que mejor garantiza la representación ciudadana, la rendición de cuentas y la protección de los derechos fundamentales, en la práctica se encuentra sometida a fuertes tensiones derivadas de fenómenos globales que erosionan la confianza pública y distorsionan el debate político. Entre estos fenómenos, la desinformación y el uso de tecnologías de inteligencia artificial (IA) para manipular a la ciudadanía y a los medios de comunicación ocupan un lugar central.

Las redes sociales, que alguna vez fueron celebradas como herramientas para ampliar el acceso a la información y fortalecer la participación ciudadana, se han convertido también en canales para la propagación de contenido engañoso, manipulado o polarizante (Wardle & Derakhshan, 2017). El avance de la IA y la automatización ha incrementado la capacidad de actores políticos, económicos y gubernamentales para influir en las percepciones ciudadanas, a menudo sin que las personas tengan conciencia de la manipulación que están viviendo. El uso de bots —cuentas automatizadas programadas para simular interacción humana— y de técnicas más sofisticadas como los deepfakes ha introducido nuevos riesgos para la integridad de los procesos electorales.

En este contexto, la relación entre ciudadanía informada y democracia de calidad adquiere una relevancia crítica. Como advierte Dahl (1989), la democracia solo puede funcionar plenamente cuando la ciudadanía dispone de información suficiente, veraz y accesible para tomar decisiones libres y racionales. La magnitud de este reto es global y los efectos pueden ser significativos: desde influir en el resultado de una votación hasta socavar la confianza en las autoridades electorales.

Para que una democracia sea de calidad, es esencial que la información en la que se basan los debates y decisiones sea confiable y se eviten las estrategias de "infoxicación". Según António Guterres, Secretario General de la ONU, la inteligencia artificial tiene una doble naturaleza: puede impulsar el desarrollo humano, pero también plantea graves riesgos si se usa maliciosamente (Naciones Unidas, 2024).

En América Latina, los organismos electorales se ven obligados a repensar sus estrategias de monitoreo y educación cívica para contrarrestar estas amenazas. La Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) ha advertido que la lucha contra la desinformación no puede sacrificar el derecho a la libertad de expresión, pero sí requiere medidas proactivas para proteger la transparencia y la equidad en las contiendas políticas (CIDH, 2021).

El presente trabajo examina los riesgos que el uso indebido de la inteligencia artificial, la automatización y la desinformación representan para la democracia, con especial atención al ámbito electoral. Parte de la premisa de que una ciudadanía bien informada constituye un pilar esencial para el funcionamiento de los sistemas democráticos, y que la manipulación tecnológica erosiona este fundamento al distorsionar los procesos mediante los cuales las personas forman sus opiniones y toman decisiones. A lo largo de un recorrido por casos internacionales ocurridos entre 2010 y 2025, se analizarán las modalidades más frecuentes de intervención digital —incluyendo el uso de bots, granjas de trolls y contenidos sintéticos—, así como sus efectos en la configuración de la opinión pública. Finalmente, se discutirán las acciones que los órganos electorales de América Latina pueden emprender para fortalecer sus capacidades de prevención y respuesta ante estos desafíos emergentes.

Democracia y la importancia de que la ciudadanía tome buenas decisiones.

La democracia no es solo un conjunto de reglas para elegir gobernantes; es un sistema político y social que descansa en la premisa de que la ciudadanía es capaz de tomar decisiones informadas sobre el rumbo colectivo. Robert Dahl (1989) definía la democracia como un proceso inclusivo que garantiza la participación efectiva, la igualdad de voto, la comprensión esclarecida, el control de la agenda y la inclusión de todos los adultos. Entre estos criterios, la comprensión esclarecida —esto es, la capacidad de los ciudadanos para acceder, evaluar y utilizar información relevante para decidir— es clave para la calidad democrática.

Cuando las personas carecen de información veraz, o son expuestas de forma masiva a contenidos manipulados, su capacidad de decisión se ve comprometida. Como señalan Norris y Inglehart (2019), la desinformación no solo distorsiona percepciones, sino que también erosiona la confianza en las instituciones, alimenta el cinismo político y aumenta la polarización social. La ciudadanía deja de evaluar propuestas y programas con base en evidencias y empieza a hacerlo a partir de narrativas fabricadas que explotan emociones como el miedo, la ira o la desconfianza.

En este sentido, la alfabetización mediática y digital se convierte en una herramienta fundamental para preservar la integridad democrática. Organismos como la UNESCO han subrayado que formar ciudadanos críticos, capaces de distinguir entre información confiable y desinformación, es una inversión en la salud de la democracia (UNESCO, 2023). La educación cívica no puede limitarse a explicar el funcionamiento de las instituciones; debe incluir competencias para evaluar fuentes, verificar datos y entender los mecanismos de manipulación digital.

El desafío se agrava en un entorno donde la inteligencia artificial y los algoritmos de recomendación de las plataformas digitales priorizan el contenido que genera mayor interacción, sin importar su veracidad. Esto crea lo que Sunstein (2017) denomina “cámaras de eco”, espacios donde los usuarios se ven expuestos principalmente a información que confirma sus creencias previas, reforzando sesgos y cerrando la puerta al debate racional.

La IA, al personalizar los flujos de información, puede intensificar este fenómeno y reducir la exposición a perspectivas diversas. Ejemplos recientes ilustran la vulnerabilidad de la toma de decisiones ciudadanas ante estas dinámicas. En el referéndum del Brexit (Reino Unido, 2016), investigaciones posteriores demostraron que redes de cuentas automatizadas amplificaron mensajes pro-Brexit, creando la impresión de un consenso popular más amplio de lo que existía en realidad (Howard & Kollanyi, 2016). En las elecciones de 2016 en Estados Unidos, la Internet Research Agency rusa utilizó bots y anuncios segmentados para exacerbar divisiones raciales y políticas, afectando la conversación pública en momentos clave (Mueller, 2019).

En América Latina, fenómenos similares han comenzado a aparecer. En México, durante el sexenio de Enrique Peña Nieto, el uso de “Peñabots” para contrarrestar críticas y promover narrativas a favor del gobierno en Twitter fue documentado por medios y académicos (Sierra Caballero & Gravante, 2018). Aunque el impacto

directo sobre el voto es difícil de medir, la saturación de mensajes pro-gobierno y la invisibilización de críticas legítimas afectaron la calidad del debate público.

En síntesis, la fortaleza de la democracia depende en gran medida de la capacidad de la ciudadanía para distinguir información veraz de propaganda o manipulación. La irrupción de tecnologías basadas en IA, si bien ofrece oportunidades para mejorar la comunicación política, plantea riesgos considerables cuando es utilizada para socavar este principio. Un electorado mal informado es terreno fértil para la erosión democrática, y los órganos electorales deben reconocer que su papel ya no se limita a organizar elecciones, sino también a proteger el ecosistema informativo en el que estas se desarrollan.

Por qué importa que la ciudadanía tenga buena información.

La legitimidad democrática no se construye únicamente a partir de los resultados electorales, sino también de la percepción ciudadana sobre la justicia, eficiencia, transparencia y representatividad de las instituciones. Cuando la información que circula en el espacio público se ve contaminada por campañas de desinformación, la ciudadanía tiende a perder confianza en el sistema y a cuestionar tanto a las autoridades como los resultados electorales. Una elección legítima requiere que la mayoría de la población considere válidos los procesos y la información que los acompaña. El factor técnico es tan importante como el relato que rodea un determinado acto electoral.

La eficacia de la deliberación pública depende de que los argumentos se enfrenten en condiciones de simetría, lo que implica acceso equitativo a los medios de comunicación y posibilidad de refutación (derecho a réplica). Sin embargo, prácticas como la microsegmentación, el uso de bots y la creación de deepfakes fragmentan el espacio público en cámaras de eco, donde diferentes audiencias reciben -reiterativamente- versiones divergentes de la “realidad”. Esta fragmentación impide la construcción de una deliberación común y razonada, debilitando el debate democrático.

Asimismo, la protección de los derechos individuales y colectivos se ve comprometida cuando las decisiones ciudadanas se toman bajo un entorno de intoxicación. La desinformación puede estigmatizar a minorías o incitar a actos de violencia, lo que representa una amenaza directa para el marco legal y los derechos humanos. En este sentido, la democracia tiene la obligación de protegerse frente a manipulaciones tecnológicas, fortaleciendo mecanismos legales y éticos para salvaguardar dichos derechos (UNESCO, 2024).

Un electorado mal informado repercute directamente en la calidad de las políticas públicas y, con ello, en múltiples áreas del desarrollo de un país. Cuando las decisiones de voto se sustentan en relatos de posverdad, rumores o falsedades, las políticas resultantes tienden a responder a percepciones erróneas, lo que compromete el bienestar social y debilita la gobernanza. Por ello, la información veraz constituye un insumo esencial para el diseño de políticas eficaces y sostenibles. En este sentido, es importante reconocer que lo electoral no es un ámbito aislado, sino un elemento transversal que incide en diversos aspectos de nuestra vida cotidiana.

Otro riesgo es la polarización extrema y el avance de tendencias autoritarias y/o populistas. La manipulación algorítmica y la amplificación de contenidos polarizantes intensifican la fragmentación social, alimentando liderazgos populistas o autoritarios que se apoyan en narrativas simplificadas y emocionalmente movilizadoras (Access Now, 2024). En este escenario, la información sesgada o manipulada se convierte en un factor de inestabilidad política con ganancias electorales claras. Frente a estos desafíos, no basta con legislar: la ciudadanía necesita herramientas cognitivas y prácticas para identificar y contrarrestar contenidos manipulados. Esto incluye habilidades de fact-checking, verificación de fuentes y técnicas básicas para detectar deepfakes.

La incorporación de módulos de alfabetización mediática en el sistema educativo y la implementación de campañas públicas previas a procesos electorales constituyen inversiones estratégicas en defensa de nuestra estabilidad democrática. Experiencias como el *Pacto Ético Digital* impulsado por el Tribunal Electoral de Panamá y *Verificado 2018* en México muestran que la verificación colaborativa, cuando se articula entre medios de comunicación, academia y sociedad civil, puede reducir significativamente la circulación de falsedades (Nieman Lab, 2018).

Cómo operan los bots y su influencia.

Para que pensemos en respuestas efectivas frente a la desinformación y la manipulación digital, en el ámbito electoral, es fundamental comprender con precisión cómo operan los bots y las redes automatizadas que amplifican contenidos en internet. Un bot, o robot de software, es un programa que realiza tareas automatizadas en la red. En el ámbito político y electoral, los bots pueden variar desde simples programas que realizan tareas repetitivas, como compartir un enlace cada cierto tiempo, hasta sistemas complejos de inteligencia artificial que generan mensajes diferenciados y responden de manera aparentemente humana.

Según el nivel de sofisticación, los bots se pueden clasificar en distintas categorías: bots básicos (scripted bots), que repostean y retuitean de forma mecánica; bots híbridos, que combinan automatización con intervención humana en la estrategia; bot-trolls o botnets coordinadas, conjuntos de cuentas que actúan de manera sincronizada para amplificar un mensaje; IA-bots generativos, capaces de crear textos, subtítulos e incluso guiones de video con variaciones que evitan la detección por firmas estáticas; y sleeper bots, cuentas inactivas que se “despiertan” en momentos estratégicos y actúan como humanos (Doshi et al., 2024; IDEA, n.d.).

Las operaciones basadas en bots son planeadas y suelen seguir un ciclo estructurado. En primer lugar, se realiza la planificación, definiendo la narrativa, el público objetivo y el momento de actuación, por ejemplo, para erosionar la confianza en un candidato durante semanas clave. Luego se construye la infraestructura, generando cuentas de manera automatizada o semiautomatizada. A continuación, se produce contenido variado: mensajes, imágenes, memes, videos y enlaces. La inteligencia artificial actual permite crear variantes masivas de estos contenidos mediante paráfrasis o re-empaquetamiento para evadir filtros.

Seguidamente, viene la parte que como personas usuarias vemos; la etapa de amplificación, que consiste en el disparo coordinado de hashtags, respuestas masivas y “likes” para activar los algoritmos de visibilidad en las plataformas. Posteriormente, se implementa un ciclo de interacción y adaptación, midiendo la reacción humana, ajustando mensajes y usando cuentas humanas para legitimar la narrativa. Finalmente, la operación puede mantenerse hasta cumplir su objetivo o retirarse cuando la campaña ha alcanzado su fraudulenta finalidad.

El riesgo aumenta al agregar mayor inteligencia. Los bots utilizan diversas estrategias para evadir la detección y simular comportamiento humano. Entre estas técnicas se encuentran la variación lingüística automática para evitar patrones repetitivos, el uso de “pivote humano”, donde cuentas reales retuitean y validan contenidos generados por bots, y la aplicación de inteligencia artificial generativa para ajustar tono y estilo, haciendo que los mensajes parezcan escritos por distintos tipos de votantes.

Además, se emplean plataformas privadas, como WhatsApp y Telegram, para difundir contenidos fuera del escrutinio público, aprovechando la viralidad en redes cerradas. Experiencias como Verificado 2018 en México demostraron la importancia de estos canales en la propagación de información (Nieman Lab, 2019).

La detección efectiva de bots combina métodos automáticos y revisión humana. Las señales automáticas incluyen el ritmo de publicación, la proporción seguidores/seguídos, el lenguaje repetitivo y la coincidencia de actividad entre cuentas (Menczer, 2025). Sin embargo, las cuentas altamente sofisticadas, que combinan inteligencia artificial generativa con intervención humana, reducen significativamente la tasa de detección automatizada. Además, la moderación de plataformas suele ser asimétrica y limitada por políticas comerciales y jurisdiccionales (IDEA, 2024).

Riesgos específicos de la IA para los procesos electorales.

La inteligencia artificial (IA) representa una serie de riesgos que operan en múltiples niveles: técnico, institucional y social, afectando la equidad de la contienda electoral, la transparencia, en incluso, la integridad de los procesos electorales. Uno de los desafíos más significativos es la microsegmentación persuasiva. Esta práctica consiste en enviar mensajes distintos a grupos específicos utilizando grandes volúmenes de datos y modelos predictivos. El caso de Cambridge Analytica mostró cómo los perfiles y preferencias de los usuarios podían ser explotados para diseñar mensajes psicológicamente persuasivos (The Guardian, 2018).

Aunque el impacto real de estas campañas sigue siendo objeto de debate y resulta difícil de cuantificar, se evidencia una clara asimetría de poder: quienes controlan los datos y los algoritmos adquieren ventajas estratégicas para influir en el debate público. Esto plantea una pregunta legítima y preocupante: ¿hasta qué punto ejercen las grandes empresas tecnológicas influencia sobre nuestras decisiones?

Otro riesgo importante está presente en las deepfakes, que permiten atribuir palabras o gestos a personas que nunca los pronunciaron ni realizaron. Su fuerza no radica únicamente en convencer a la mayoría, ya que muchos contenidos son detectados por la audiencia, sino en contaminar el rumor y generar ambigüedad. Incluso cuando se desmienten, los deepfakes dejan huellas en la memoria colectiva, erosionando la confianza en la autenticidad de cualquier evidencia audiovisual. Plataformas y verificadores se esfuerzan por mantenerse al ritmo de la rápida generación de estos contenidos, pero la velocidad y sofisticación tecnológica representan un desafío constante (UNESCO, 2024).

La automatización de la desinformación constituye otro factor crítico. Antes, crear campañas coordinadas de desgaste político requería tiempo y recursos considerables, pero hoy la IA permite reciclar narrativas en múltiples formatos — texto, imagen y video— a gran escala, reduciendo el costo marginal de generar

desinformación (Access Now, 2024). Esto facilita campañas sucias continuas contra candidatos, instituciones o comunidades, y la rapidez con que se producen contenidos variados incrementa de manera sustancial la infoxicación, y con ello el costo y la complejidad de la verificación pública.

Estas amenazas se intensifican en el contexto de América Latina debido a sus marcadas asimetrías regionales y vulnerabilidades específicas. La elevada dependencia de las redes sociales como fuente principal de información, sumada a las brechas institucionales y presupuestarias que enfrentan los órganos electorales para realizar un monitoreo técnico efectivo, así como a la ausencia de un marco regulatorio sobre inteligencia artificial y publicidad política digital, crea un escenario propicio para que las operaciones sofisticadas tengan mayores probabilidades de éxito y un riesgo reducido de sanción o respuesta oportuna (Access Now, 2024). En conjunto, estos elementos evidencian que la IA no es únicamente una herramienta tecnológica, sino también un multiplicador de riesgos capaz de erosionar la legitimidad democrática, debilitar la confianza ciudadana y distorsionar la calidad del debate público.

Revisión de casos en procesos electorales recientes.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo que recopila algunos casos registrados entre 2010 y 2025, en los cuales las campañas electorales se vieron alteradas por el uso de datos y algoritmos con fines contrarios a la ética o, en algunos casos, abiertamente ilegales.

País	Año(s)	Tipo de intervención.	Descripción.
México	2012–2018	Peñabots (bots pro-gubernamentales)	Redes de cuentas automatizadas identificadas por prensa y académicos que amplificaron mensajes favorables al gobierno de Enrique Peña Nieto y buscaban silenciar protestas. Mostró cómo los bots pueden afectar tendencias y saturar hashtags; la respuesta ciudadana incluyó iniciativas de verificación colaborativa como <i>Verificado 2018</i> .

Brasil	2014 / 2018 / 2022	Propaganda con redes de bots	Campañas sistemáticas de bots y redes para amplificar mensajes políticos en las elecciones de 2014, 2018 y 2022. A raíz de estos casos, Brasil avanzó en la regulación de la IA y la desinformación en contexto electoral.
EE. UU. / Reino Unido	2016	Cambridge Analytica / Internet Research Agency	Cambridge Analytica usó datos de Facebook para hacer microtargeting y narrativas políticas; la Internet Research Agency (IRA) usó cuentas falsas y bots para polarizar. Ambos casos evidencian acceso privilegiado a datos y la multiplicación de actores extranjeros o privados en campañas nacionales.
Reino Unido (Brexit)	2016	Bots pro-Brexit	Amplificación de hashtags y noticias por redes automatizadas.
Filipinas	2016– 2025	Troll farms persistentes	Operaciones de armies digitales (troll armies) que sostienen narrativas pro-gobierno; evidencia de continuidad y profesionalización.
Francia	2017 / 2024	MacronLeaks / deepfake viral	La difusión de correos y deepfakes contra Macron en días cercanos a votación generó picos de desinformación. En 2024 se hicieron muy populares algunos vídeos manipulados de Macron diciendo frases que nunca pronunció, creados con IA.
España	2019	Bots y desinformación	Investigadores del Institute for Strategic Dialogue detectaron en la campaña de las elecciones generales de abril de 2019 una red de 2 882 cuentas sospechosas de ser bots que difundieron mensajes a favor de Vox y contenido islamófobo. Publicaron más de 4,4 millones de tuits y redirigieron

			hacia canales no oficiales de Vox en Telegram.
Chile	2021	Desinformación y uso de bots	Un estudio de La Tercera señaló que junto a las fake news, circulaban bots y cuentas falsas con el objetivo de amplificar mensajes, polarizar y manipular la percepción pública de cara a la elección presidencial.
Colombia	2023	Deepfakes electorales	Durante la recta final de las elecciones regionales, aparecieron audios que supuestamente habían sido creados con IA. Se atribuían frases comprometedoras a candidatos, quienes muchos desacreditaban como producto de manipulación digital.
India / Bangladesh	2023–2024	Deepfakes contra candidatas	Audios y videos manipulados para desacreditar mujeres políticas; resalta la dimensión de género en ataques digitales.
Ghana	2024	Redes IA generativa	Informe de Rest of World y verificadores detectó 171 cuentas en X usando ChatGPT para generar posts favorables a un partido; muestra la entrada masiva de IA generativa en operaciones electorales.
Sudáfrica	2024	Deepfakes electorales	Circularon videos generados con inteligencia artificial que, aunque de alcance variable, tuvieron un fuerte impacto simbólico, especialmente al sugerir consecuencias diplomáticas si determinados candidatos ganaban. En respuesta, la Comisión Electoral de Sudáfrica (IEC) estableció alianzas con Google, Meta, TikTok y la ONG Media Monitoring Africa (MMA), lo que permitió reforzar los mecanismos de control y denuncia de desinformación en plataformas digitales.

Uruguay	2024	Uso de IA en medios	En el programa Santo y Seña (Canal 4), ante la ausencia de Yamandú Orsi, sus productores usaron IA para recrear su imagen y colocarlo virtualmente en el estudio junto a Andrés Ojeda. La decisión generó controversia ética y debate sobre la manipulación mediática de un candidato y sus mensajes mediante IA.
Pakistán	2024	IA (audio/deepfakes)	Audios manipulados generaron confusión en periodos pre-electorales, afectando a potenciales candidaturas. Un estudio de Lupa Media detectó que 1 de cada 5 contenidos falsos o manipulados incluyó elementos generados con IA. En la segunda vuelta esta proporción fue todavía mayor
Ecuador	2025	Deepfakes electorales	Circularon diversos videos generados con IA buscando crear desinformación y descredito a las dos principales candidaturas presidenciales.

La tabla anterior evidencia que se trata de un fenómeno que llegó para quedarse y que evoluciona de forma constante. Los vectores tecnológicos se adaptan al contexto y aprovechan canales locales para maximizar su alcance. Asimismo, ha quedado claro que la regulación tardía facilita que actores privados o extranjeros operen con relativa impunidad, mientras que los órganos electorales, en muchos casos, no han respondido con la contundencia que exige este desafío.

Marcos regulatorios y herramientas internacionales útiles.

Frente a los riesgos previamente descritos, diversos marcos y metodologías ofrecen orientaciones que los gobiernos y las autoridades electorales pueden adaptar a sus contextos nacionales. Un ejemplo relevante es el Reglamento Europeo de Inteligencia Artificial (AI Act, 2024), considerado el primer gran marco regulatorio que clasifica los usos de la IA según su nivel de riesgo y establece obligaciones claras en materia de transparencia y gestión de riesgos. Este instrumento se ha convertido en un referente para regular sistemas que afectan derechos fundamentales. La adaptación de sus principios podría servir para definir

obligaciones específicas para las empresas tecnológicas y los anunciantes políticos (EUR-Lex, Ley de Inteligencia Artificial de la UE).

Otra herramienta destacada es la Metodología HUDERIA (Human Rights, Democracy and Rule of Law Impact Assessment) desarrollada por el Consejo de Europa (2024), que permite evaluar el riesgo e impacto de las tecnologías desde la perspectiva de los derechos humanos, la democracia y el Estado de derecho. Mediante cuatro fases (análisis contextual, participación de actores afectados, evaluación de impacto y plan de mitigación), permite que autoridades electorales y otros actores públicos anticipen y gestionen posibles efectos adversos antes de implementar tecnologías críticas.

Específicamente, HUDERIA ofrece un marco integral y estructurado para analizar y controlar el uso de tecnologías en campañas electorales, protegiendo la integridad del proceso y los derechos democráticos. Con ello, se puede: a) Detectar y prevenir manipulación y desinformación tecnológica; b) Promover transparencia y responsabilidad; y, c) Facilitar una fiscalización basada en evidencia y participación colaborativa.

Asimismo, IDEA Internacional ha elaborado guías y proyectos destinados a capacitar a los organismos electorales en la comprensión de los usos y riesgos de la IA, así como en el diseño de planes de respuesta y estrategias para un uso responsable de estas tecnologías (International IDEA, 2024).

En Brasil, el Tribunal Superior Electoral (TSE) ha implementado una regulación pionera para enfrentar el uso indebido de tecnologías en campañas electorales. La Resolución 23.732/2024 prohíbe los deepfakes en propaganda política, exige que todo contenido generado por inteligencia artificial (incluidos videos, audio y texto) esté claramente etiquetado, y establece sanciones como la revocación del registro o mandato de candidatos que violen estas normas. Además, los proveedores de plataformas deben retirar inmediatamente contenido que sea “notoriamente falso” o “seriamente descontextualizada”, efectuar evaluaciones de riesgo, y promover la ampliación de verificaciones. Estos mecanismos permiten avanzar hacia una campaña electoral más transparente, responsable y resguardada frente a la desinformación. (Tribunal Superior Eleitoral, 2024).

A nivel regional, y subrayando la importancia de la colaboración con organizaciones de la sociedad civil, iniciativas como los mapeos elaborados por Access Now y Derechos Digitales ofrecen diagnósticos detallados sobre el estado de la regulación de tecnologías en América Latina. Estos informes identifican vacíos normativos,

riesgos vinculados a la vigilancia y resaltan la necesidad urgente de adoptar enfoques regulatorios centrados en los derechos humanos (Access Now, 2024; Derechos Digitales, 2024).

Si bien ninguno de estos instrumentos constituye una solución infalible, todos aportan una arquitectura conceptual valiosa basada en la evaluación de riesgos, la transparencia y la rendición de cuentas. Estos elementos constituyen una base sólida para que los órganos electorales emprendan una acción regulatoria efectiva, traduciendo los principios generales en protocolos concretos de actuación que respondan a los nuevos desafíos del entorno digital. De este modo, se fortalece la integridad electoral mediante marcos normativos adaptados al uso de tecnologías emergentes y a los riesgos asociados a la desinformación y la manipulación en línea.

Medidas estratégicas para órganos electorales de América Latina.

En base a lo que hemos revisado en el presente trabajo, a continuación, se presenta un conjunto de medidas prácticas, organizadas por ejes estratégicos, que los órganos electorales de la región podrían considerar para fortalecer la integridad electoral en entornos digitales.

Eje Normativo y de transparencia: En el plano regulatorio, se propone la elaboración de una ley o reglamento electoral digital que contemple tres aspectos clave: (i) el registro y trazabilidad de anuncios políticos en plataformas digitales; (ii) la prohibición o restricción del microtargeting que utilice datos sensibles, aun cuando las empresas tecnológicas tengan los derechos sobre éstos; y (iii) la obligación de identificar de manera explícita los contenidos generados por inteligencia artificial o financiados con fines político-electorales. Asimismo, se plantea la implementación de reportes obligatorios por parte de las plataformas, garantizando el acceso a datos agregados -no personales- que permitan auditorías públicas y la transparencia sobre las cuentas patrocinadas y el origen de los anuncios. Finalmente, se propone establecer sanciones claras para las campañas automatizadas no declaradas o para el uso de bots con fines electorales maliciosos, junto con mecanismos de reparación y rectificación pública.

Eje referente a desarrollo de capacidades institucionales: El fortalecimiento de las capacidades técnicas es esencial. Se recomienda la creación de una unidad técnica permanente en cada órgano electoral encargado de la fiscalización de las campañas electorales, con competencias en ciencia de datos, análisis de redes, detección de bots y verificación forense multimedia, que pueda trabajar en coordinación con

universidades y centros de investigación. A ello se suma la necesidad de protocolos de monitoreo continuo a lo largo de todo el ciclo electoral -antes, durante y después de las campañas-, combinando sistemas automatizados de detección de patrones con equipos humanos de verificación.

Eje referente a participación ciudadana y medios de comunicación: La colaboración con la sociedad civil y los medios de comunicación constituye un pilar fundamental para fortalecer la integridad electoral en entornos digitales. En este sentido, se propone la creación de mesas de trabajo colaborativas que integren a medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales, instituciones académicas y autoridades electorales. Estos espacios pueden contribuir a una evaluación continua del marco regulatorio vigente, así como a impulsar iniciativas de alfabetización digital y educación cívica, promoviendo un electorado más informado y resiliente frente a la desinformación.

Eje referente a la cooperación internacional: En el ámbito regional, resulta prioritario fortalecer y consolidar iniciativas como el Observatorio Interamericano para el Combate a la Desinformación Electoral, impulsado por UNIORE. Estos espacios deben funcionar como plataformas de coordinación técnica, orientadas al intercambio de indicadores, la emisión de alertas tempranas y la difusión de herramientas de detección, con el objetivo de armonizar respuestas institucionales y reducir las asimetrías regulatorias entre países. Asimismo, los organismos internacionales desempeñan un rol estratégico al brindar capacitaciones especializadas, asistencia técnica, elaborar informes imparciales y promover buenas prácticas en el uso de inteligencia artificial en contextos electorales.

Eje sobre tecnología responsable y evaluación de riesgos: Si bien la tecnología ofrece oportunidades significativas para optimizar procesos y fortalecer la democracia, su impacto dependerá en gran medida de un uso ético y responsable. En este marco, se recomienda que, previo a la implementación de sistemas de inteligencia artificial en procesos electorales, se apliquen evaluaciones de impacto basadas en la metodología HUDERIA, desarrollada por el Consejo de Europa. A mediano plazo, los órganos electorales también podrían avanzar en el desarrollo de sus propias herramientas de evaluación y fiscalización tecnológica, estableciendo requisitos para que las plataformas y proveedores de soluciones basadas en IA cumplan con estándares claros de transparencia, mitigación de riesgos y protección de derechos fundamentales.

Conclusiones.

La irrupción de la inteligencia artificial en el espacio público está redefiniendo las reglas del juego democrático. No se trata únicamente de una innovación técnica, sino de una transformación profunda de los soportes informacionales que sostienen la deliberación ciudadana. Si la democracia se fundamenta en que las personas tomen decisiones libres y basadas en información veraz, la proliferación de bots, la microsegmentación persuasiva y los contenidos falaces elaborados con IA constituyen amenazas directas a la integridad de ese proceso. Las experiencias documentadas -desde la operación de Peñabots en México, pasando por el caso Cambridge Analytica, hasta la creciente presencia de deepfakes- demuestran que la tecnología esta siendo instrumentalizada con fines políticos, generando efectos que van desde la contaminación del debate público hasta la erosión de la confianza en los órganos electorales.

Sin embargo, esta amenaza no es inevitable ni irreversible. Tanto los órganos electorales como la democracia han sabido adaptarse históricamente a profundas transformaciones sociales, lo que exige hoy nuevas visiones de Estado, una acción regulatoria proactiva y políticas públicas integrales. A favor de este proceso, ya existen marcos conceptuales y herramientas técnicas que, si se adaptan adecuadamente al contexto local, pueden ofrecer rutas claras para mitigar los riesgos asociados al uso de tecnologías emergentes. La clave está en reconocer y asumir los riesgos, entendiendo que la aplicación de legislación por analogía resulta insuficiente. En este contexto, se vuelve necesario articular una respuesta integral sustentada en tres ejes: una regulación inteligente, el fortalecimiento técnico-institucional y una ciudadanía digitalmente educada y crítica.

Para América Latina, el desafío es doble y ambicioso: desarrollar marcos normativos que protejan la integridad de los procesos democráticos e incorporar la IA como herramienta estratégica de gestión electoral. Gobernar la tecnología sin negarla implica establecer reglas claras, garantizar transparencia operativa y fomentar un compromiso ciudadano activo. Solo así la inteligencia artificial dejará de ser un vector de vulnerabilidad y se convertirá en un instrumento para fortalecer la democracia.

Bibliografía.

- Access Now. (2024). Regulatory Mapping on Artificial Intelligence in Latin America: Regional AI public policy report. Access Now.

<https://www.accessnow.org/wp-content/uploads/2024/07/TRF-LAC-Reporte-Regional-IA-JUN-2024-V3.pdf> (Access Now)

- Chesney, R., & Citron, D. (2019). Deepfakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security. *California Law Review*, 107(6), 1753–1820. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3213954>
- Council of Europe — Committee on Artificial Intelligence (CAI). (2024). Methodology for the Risk and Impact Assessment of Artificial Intelligence Systems from the Point of View of Human Rights, Democracy and the Rule of Law (HUDERIA). Council of Europe. <https://rm.coe.int/cai-2024-16rev2-methodology-for-the-risk-and-impact-assessment-of-arti/1680b2a09f> (RM.coe.int)
- Doshi, J., Novacic, I., et al. (2024). Sleeper social bots: A new generation of AI disinformation bots are already a political threat. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2408.12603>
- Naciones Unidas. (2024). El uso de la Inteligencia Artificial en procesos electorales. Naciones Unidas Para Europa Occidental - España. <https://unric.org/es/peligros-y-beneficios-de-la-inteligencia-artificial-en-procesos-electorales/>
- Gallagher, E., & Escorcia, A. (2015, agosto 23). Pro-government Twitter bots try to hush Mexican activists. *Wired*. <https://www.wired.com/2015/08/pro-government-twitter-bots-try-hush-mexican-activists/> (WIRED)
- Howard, P. N., & Woolley, S. C. (2018). Computational propaganda: Political parties, politicians, and political manipulation on social media. Oxford Internet Institute / Oxford University Press.
- IDEA — International Institute for Democracy and Electoral Assistance. (2024). Artificial intelligence for electoral management (Informe / recursos). <https://www.idea.int/publications/catalogue/artificial-intelligence-electoral-management> (idea.int)
- Menczer, F., et al. (2025). Botometer and Hoaxy: Tools to detect social bots and misinformation. [Herramientas y documentación]. (Referencias a investigaciones sobre detección de bots). (idea.int)
- Farrugia, B. (2024, 29 de mayo). Regulating the use of AI for Brazilian elections: what's at stake. Digital Forensic Research Lab. <https://dfrlab.org/2024/05/29/regulating-the-use-of-ai-for-brazilian-elections-whats-at-stake/>

- Rest of World. (2024, 12 de noviembre). Phony X accounts are meddling in Ghana's election. Rest of World. <https://restofworld.org/2024/ghana-election-ai-bots-x-twitter/> (Rest of World)
- Schroeder, D. T., et al. (2025). How malicious AI swarms can threaten democracy. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2506.06299>
- Suárez, P. S. (2023). La inteligencia artificial (IA) y las elecciones: breves y primeras reflexiones sobre el uso, el impacto y la influencia de la IA en los procesos electorales. Universidad de Buenos Aires. <https://www.derecho.uba.ar/publicaciones/pensar-en-derecho/revistas/22/la-inteligencia-artificial.pdf> (Facultad de Derecho UBA)
- The Guardian. (2018, marzo 17). Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election> (The Guardian)
- UNESCO. (2024). Artificial Intelligence and Democracy (recomendaciones y análisis). <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000389736> (UNESCO Documents)
- Tribunal Superior Eleitoral. (2024). Resolução nº 23.732/2024: Dispõe sobre a propaganda eleitoral, o horário eleitoral gratuito e as condutas ilícitas em campanha eleitoral nas eleições de 2024. <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2024/resolucao-no-23-732-de-27-de-fevereiro-de-2024>
- Verificado 2018. (s. f.). Verificado 2018 — iniciativa de verificación colaborativa (México). https://es.wikipedia.org/wiki/Verificado_2018 (Wikipedia)
- World Economic Forum. (2024). The big election year: How to stop AI undermining the vote in 2024. WEF Agenda. <https://www.weforum.org/agenda/2024/01/ai-democracy-election-year-2024-disinformation-misinformation/> (Rest of World)

Álvaro Mario Castañón Cuevas.

Abogado y Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales por la Universidad Diego Portales. Magíster en Derecho (LL.M.), con mención en Derecho Constitucional, por la Pontificia Universidad Católica de Chile. Actualmente cursa la Maestría en Políticas Públicas en el Tecnológico de Monterrey. Ha complementado su formación académica con el Diplomado en Estrategias Políticas para las Políticas Públicas de la Universidad de Chile y el Diplomado en Liderazgo en Inclusión Social y Acceso a Derechos, impartido por la Organización de Estados Americanos (OEA).

Su trayectoria profesional se ha centrado en el fortalecimiento de los sistemas democráticos, con énfasis en la lucha contra la corrupción, la promoción de la transparencia y la integridad electoral. En 2015, fue convocado por la Presidenta Michelle Bachelet para integrar el Consejo Asesor Presidencial contra los Conflictos de Interés, el Tráfico de Influencias y la Corrupción. Anteriormente, participó desde la sociedad civil en el análisis y monitoreo del Plan de Acción de Gobierno Abierto en Chile.

Ha ejercido como Secretario Abogado del Consejo Directivo del Servicio Electoral de Chile y como Director de Vinculación con Organismos Externos en el Instituto Electoral de la Ciudad de México, donde actualmente se desempeña como Asesor de Consejero Electoral.

A lo largo de su trayectoria, ha participado en más de 40 Misiones de Observación Electoral Internacional en diversos países de las Américas, y ha colaborado como consultor para organismos internacionales y organizaciones de la sociedad civil. Asimismo, ha sido conferencista en seminarios y congresos especializados en temas de democracia, integridad pública y procesos electorales.

Automatización y manipulación digital: Descifrando su funcionamiento: Un enfoque práctico para identificar las fases que moldean la conversación digital.

Ingrid Paola Chaves Mora

Introducción

Imagine que entra a una red social y, en cuestión de minutos, ve que cientos de personas están hablando de lo mismo, compartiendo las mismas frases e indignándose por la misma noticia. Lo que parece un debate ciudadano espontáneo, muchas veces es en realidad una “coreografía digital” dirigida por programas automáticos...los bots.

En el actual “ecosistema digital” o “mundo conectado”, la información no sólo se produce y distribuye a velocidades sin precedentes, sino que también se manipula y distorsiona de manera cada vez más sofisticada. En este contexto, los bots y la automatización se han convertido en actores relevantes que, lejos de limitarse a reproducir contenido, participan activamente en la configuración del debate público y, de forma preocupante, en los procesos electorales.

El desafío para la ciudadanía, las instituciones y los investigadores no reside únicamente en identificar cuándo una información es falsa, sino comprender los mecanismos y las dinámicas que permiten que esta se propague y adquiera legitimidad aparente. Sin embargo, la información que encontramos sobre esto suele emplear clasificaciones técnicas que, aunque útiles, pueden resultar poco accesibles para quienes no tienen formación tecnológica o no están familiarizados con el tema.

Este artículo propone una **clasificación funcional** basada en cuatro acciones fundamentales: **difundir, amplificar, potenciar y opacar**. El objetivo de esta propuesta es simplificar conceptos complejos sin perder precisión analítica, facilitando su comprensión por audiencias no especializadas y, al mismo tiempo, ofreciendo una herramienta útil para la observación y el monitoreo de fenómenos de manipulación digital.

La “novedad” de este enfoque radica en su orientación hacia los **objetivos estratégicos de la manipulación**, más que a características técnicas de la automatización. Así, en lugar de clasificar únicamente por tipo de bots o por patrones de comportamiento, se centra en **qué buscan lograr** estas herramientas dentro del ciclo de la desinformación electoral.

En un entorno digital cada vez más complejo, donde la automatización y el uso de bots en redes sociales han adquirido un papel central en la manipulación informativa, es necesario contar con marcos de comprensión que no solo expliquen el fenómeno, sino que lo hagan accesible y “digerible” para cualquier persona. La clasificación funcional que aquí se propone – difundir, amplificar, potenciar y opacar – traduce conceptos técnicos a un lenguaje claro y orientado a la acción, permitiendo que la ciudadanía identifique estas prácticas y pueda actuar frente a ellas. De este modo, se transforma la complejidad técnica en ideas claras y acciones identificables, fortaleciendo la capacidad colectiva para reconocer y contrarrestar estrategias de manipulación, contribuyendo así a la protección de la integridad democrática.

Bots y automatización: de la asistencia digital a la manipulación electoral

Cuando hablamos de bots en este contexto no nos referimos a robots físicos, sino a programas informáticos que simulan ser personas en internet. Podemos enmarcar la utilidad de estos programas en una dualidad entre utilidad y abuso. Por un lado, están diseñados para realizar tareas repetitivas de manera eficiente: responder consultas, gestionar recursos o automatizar procesos de atención al cliente, entre otros. Sin embargo, el mismo principio que los hace valiosos para la productividad los convierte en herramientas idóneas para manipular la conversación pública.

En el ámbito electoral, han evolucionado desde simples replicadores de mensajes hasta sistemas sofisticados capaces de interactuar, imitar comportamientos humanos y adaptarse a reacciones emocionales. Este salto ha sido impulsado por la integración de la inteligencia artificial (IA) y algoritmos de aprendizaje automático (fragmentos de código que permiten a las máquinas aprender de los datos), que les permiten a los bots producir contenido original, modular su tono en la conversación pública y responder de forma contextual a interacciones reales.

En términos prácticos, esta “evolución” significa que un bot ya no necesita limitarse a tareas repetitivas como reproducir un mensaje predefinido. Ahora puede participar activamente en debates, generar respuestas personalizadas y detectar

oportunidades para insertar narrativas en momentos clave. Por ejemplo, un bot puede identificar un evento político en tendencia y, en cuestión de segundos, producir publicaciones y comentarios diseñados para reforzar un punto de vista específico o para sembrar dudas sobre la veracidad de la información que está circulando.

La misma evolución hace que la implementación de este tipo de tecnologías sea cada vez más accesible, antes este tipo de operaciones requería infraestructura costosa y conocimiento técnico altamente especializado. Hoy, con plataformas de automatización accesibles y servicios de inteligencia artificial generativa (IA que crea contenido original y nuevo a partir de otros datos) disponibles en línea, cualquier actor con la suficiente motivación política o económica, puede desplegar o contratar una red de bots con relativa facilidad. Este factor “democratiza” el acceso a la manipulación, multiplicando los riesgos para los sistemas democráticos.

En este contexto, comprender el papel de la automatización en la desinformación electoral no es solo un asunto técnico, sino un ejercicio de defensa ciudadana. Estos programas no operan en el vacío: forman parte de campañas coordinadas que combinan técnicas de manipulación algorítmica, ingeniería social y explotación de patrones de pensamiento (sesgos cognitivos). Así, logran no solo incidir en lo que la gente piensa, sino también en cómo se siente respecto de determinadas situaciones.

Clasificación funcional: difundir, amplificar, potenciar y opacar

¿Por qué una clasificación funcional? Las tipologías tradicionalmente describen cómo son los bots, es decir su arquitectura, grado de automatización, apariencia; la clasificación funcional que se propone aquí explica qué hacen estos programas dentro de una campaña de manipulación electoral, desplazando la atención desde lo técnico hasta la acción que puede observarse, lo que facilita identificar patrones sin necesidad de herramientas sofisticadas.

Los bots actúan como herramientas de ingeniería social y algorítmica, es decir que buscan influir en el comportamiento de las personas (ingeniería social) y a la vez aprovechan y manipulan las reglas y procesos que utilizan las plataformas digitales para seleccionar, ordenar y priorizar el contenido (algoritmos de las redes sociales) para lograr su objetivo. Su función en campañas de desinformación electoral se puede explicar a través de esta clasificación funcional que se circunscribe a cuatro acciones fundamentales: difundir, amplificar, potenciar y opacar.

En la práctica, estas cuatro acciones operan como fases conectadas que pueden darse en secuencia o en paralelo, según el objetivo de la campaña y la ventana de oportunidades (debates, crisis, jornada electoral, etc.) sobre la cual se conforma la estrategia de manipulación digital.

Difundir.

La difusión es la primera función y la más básica. Consiste en hacer que un mensaje aparezca “en todas partes” lo antes posible. Es decir, hacer circular la información – ya sea falsa, manipulada o tendenciosa - por múltiples canales o cuentas falsas de las redes sociales al mismo tiempo. Su objetivo principal es sembrar la narrativa, introduciendo ideas, rumores o datos manipulados en la conversación pública antes de que existan verificaciones o respuestas oficiales ya que la “primera impresión” ancla la percepción, aunque luego se desmienta o verifique el mensaje, parte del público retendrá la versión inicial. El énfasis en esta fase está en la velocidad con que se propaga la información y en la omnipresencia del mensaje, lo cual se logra a través del despliegue simultáneo de la información, publicación de contenido desde múltiples perfiles de bots, replicación de narrativas diseñadas para provocar emociones como miedo, indignación, nacionalismo, odio, etc., uso de plantillas o frases clave para que los mensajes parezcan espontáneos y que provienen de un ciudadano real.

Amplificar

La amplificación es la multiplicación del alcance del mensaje que fue sembrado en la fase anterior. Se refiere a aumentar la visibilidad de un contenido al hacerlo llegar a un público más amplio. Es como usar un megáfono para que más gente escuche un mensaje. El objetivo principal es hacer que un contenido parezca popular, engañando tanto a los algoritmos que posicionan los mensajes en las redes sociales como a la percepción social, haciendo creer que “todos hablan de esto”, dando falsa legitimidad social a la narrativa sembrada, de tal forma que, si parece popular, parte del público asumirá la narrativa como creíble o, al menos, “noticiosa”.

El énfasis en esta fase está en dar señales de popularidad para aumentar la visibilidad de la narrativa, generando interacciones como replicar, compartir, visualizaciones falsas, “me gusta”, utilizando palabras claves y hashtags diseñados

para activar los algoritmos de tendencias y coordinando publicaciones en horarios clave para generar mayor visibilidad. Al alcanzar tendencia en el mensaje o por las mismas recomendaciones de los algoritmos de las redes sociales, usuarios reales empiezan a ver y replicar el contenido generando un bucle de realimentación.

Potenciar

Mientras amplificar “sube el volumen”, potenciar vendría siendo como “afinar la música”. Consiste en reforzar emocional e ideológicamente la narrativa para que no sólo circule, si no que cale, que sea creíble y el público actúe en consecuencia.

En esta fase el contenido sembrado y amplificado ya no solo se vuelve visible, si no que se refuerza emocionalmente en el público a tal punto, que se vuelve creíble por repetición y por asociación con influenciadores, cuentas populares o líderes de opinión que han entrado en esta misma dinámica de manipulación. en que la narrativa deje de parecer sospechosa y comience a sentirse verdadera y aceptable, mediante la generación de respuestas emocionales diseñadas para provocar identificación, posicionando los mensajes más allá de las redes sociales y trascendiendo a plataformas de mensajería, todo esto aprovechando los sesgos que afectan cómo el público percibe, interpreta y procesa la información que recibe, de tal forma que la desinformación se vuelva más aceptable.

Opacar

Los bots son utilizados para ocultar o debilitar el alcance de los mensajes contrarios, opacando la verdad, silenciando voces críticas o confundiendo a la audiencia. El objetivo en esta fase es diluir o eliminar las narrativas que resultan incómodas o contrarias al objetivo de una campaña. El énfasis en esta fase es la neutralización del discurso adversario generando ruido digital con spam, memes, mensajes irrelevantes, inundando debates con respuestas que desacrediten a los interlocutores legítimos, promoviendo teorías conspirativas para dispersar la atención o bien difundiendo nuevos mensajes que se posicionen con mayor popularidad para que los algoritmos de las redes sociales y el público en general resten importancia al mensaje adversario y se concentren en la nueva narrativa.

El ruido digital y la avalancha de mensajes irrelevantes u ofensivos puede generar que actores legítimos se retraigan ante el hostigamiento y el público deje de intentar informarse por fatiga.

Señales prácticas

Uno de los grandes retos al analizar el comportamiento de los bots en entornos electorales es distinguir entre la actividad genuina de usuario reales y la actividad manipulada de manera automatizada, ya que a primera vista ambas pueden parecer idénticas. Sin embargo, existen señales observables, incluso con herramientas básicas y sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados que permiten detectar patrones sospechosos. Estas pistas o señales no ofrecen certezas absolutas, pero sí constituyen indicios para orientar la atención y fomentar la verificación de la información a la que somos expuestos.

Para llevar la clasificación funcional ofrecida a terreno práctico, a continuación, se describen las señales que permiten identificar cada una de sus fases:

Difundir:

- Cuentas de reciente creación con perfiles genéricos: puede observarse que diversas cuentas han sido abiertas en el mismo período de tiempo y publican el mismo mensaje con leves variaciones. Pueden notarse perfiles incompletos fotos de perfil con imágenes genéricas y escasa o nula interacción previa de la cuenta.
- Uso de enlaces repetidos o de sitios poco confiables: múltiples publicaciones ofrecen enlaces a páginas sin trayectoria, con nombres extraños o recién registrados.
- Contenido fragmentado o sacado de contexto: la difusión inicial suele emplear imágenes editadas o fragmento de videos que omiten información clave para sacar de contexto el mensaje original. Usualmente carecen de fecha, fuente de información u otros datos básicos visibles.

Amplificar:

- Interacción explosiva: si un contenido ha recibido gran cantidad de interacción en pocos minutos y además proviene de cuentas con poco historial, existe una alta probabilidad de que haya una red de bots generando dicha interacción.
- Tendencias con poca conversación genuina: interacciones mecanizadas y mensajes repetitivos con alto uso de hashtags en tendencia.

- Interacciones desproporcionadas: pueden observarse muchas réplicas del mensaje con pocos comentarios reales. Esto sugiere que el “enganche” ha sido artificial.

Potenciar:

- Diversidad de formatos de un mismo mensaje: aparición del mismo mensaje o imagen manipulada, en distintos formatos como memes, videos cortos, noticias, comentarios, y en diferentes plataformas, todos reforzando una idea emocional concreta.
- Uso repetido de frases emocionales: frases como “nos quieren quitar”, “nos están atacando”, “nos mienten” suelen repetirse apelando al miedo, la indignación o la pertenencia grupal. Este es un indicador de que no se trata de una expresión espontánea, sino de una idea sembrada como parte de una estrategia.
- Validación aparente por cuentas influyentes: debe considerarse que los bots pueden interactuar también con publicaciones de influenciadores reforzando la percepción de que la narrativa tiene un respaldo real.

Opacar:

- Uso de hashtags con mensajes irrelevantes: una etiqueta creada con un propósito electoral específico puede llenarse repentinamente de chistes, spam, mensajes sin sentido, anuncios. Esto busca diluir el mensaje original.
- Reporte de cuentas coordinadas: cuando cuentas verificadas, figuras públicas, influenciadores o ciudadanos críticos son suspendidos tras denuncias masivas, puede ser resultado proveniente de un ataque organizado de bots.
- Respuestas idénticas: es habitual encontrar frases y comentarios idénticos o muy similares en hilos de conversación distintos, que siembran ruido en la conversación; esta repetición mecánica de mensajes es una fuerte señal de automatización.

De la manipulación del pensamiento a la manipulación emocional

Inicialmente la desinformación digital se enfocaba en alterar lo que las personas pensaban. El objetivo era introducir dudas, distorsionar hechos o reforzar ideas falsas que beneficiaran a un determinado actor político. Este enfoque apelaba sobre todo a la razón, a pesar de que su mecanismo fuera la utilización de datos inventados, distorsionados o fuera de contexto.

La evolución tecnológica, sumada al auge de la inteligencia artificial generativa y el análisis de datos de comportamiento, han abierto un nuevo capítulo: la manipulación emocional. En este capítulo, lo importante ya no es solo convencer a alguien de que

un hecho es cierto, sino hacerle sentir algo intenso sobre ello – indignación, miedo, orgullo o esperanza – antes de que tenga tiempo de reflexionar.

Los bots diseñados para manipular emociones aprovechan esta dinámica para insertar mensajes que activen respuestas automáticas o impulsivas, reduciendo la capacidad de crítica del usuario.

Las plataformas digitales funcionan como filtros y amplificadores. Los algoritmos priorizan lo que retiene la atención del usuario. Si un contenido genera reacciones fuertes y rápidas – comentarios, “me gusta”, compartidos – es más probable que se recomiende a más personas. Esto crea un círculo de retroalimentación, en tanto los bots publican un contenido emocionalmente cargado, un grupo, aunque sea reducido de usuarios reales reacciona de forma intensa y el algoritmo de las plataformas digitales detecta la alta interacción y lo recomienda a otros usuarios haciendo que su audiencia sea más amplia. Este círculo se repite una y otra vez, multiplicando el alcance.

En consecuencia, los mensajes o narrativas desinformadoras no solo se propagan, sino que se optimizan automáticamente para llegar a quienes son más susceptibles de creerlas.

Una vez que el contenido con carga emocional se difunde, los algoritmos tienden a mostrarlo a más personas con creencias similares donde las opiniones se refuerzan sin exposición a visiones más amplias o que contradigan su propia percepción. Esto no solo polariza, sino que también facilita que la desinformación pase inadvertida, ya que los usuarios perciben un falso consenso: “si todos en mi red piensan igual, debe ser verdad”.

Gracias a la huella digital, el análisis de datos masivo y al perfilado de usuarios, es posible segmentar audiencias y adaptar los mensajes para maximizar su impacto emocional. Los bots pueden modificar el tono, las imágenes o incluso el vocabulario según las características del usuario receptor. Esta personalización emocional hace que la desinformación sea aún más difícil de detectar y contrarrestar.

La manipulación emocional mediante el uso de estos programas no sólo altera la conversación digital, sino que debilita la confianza en instituciones y procesos electorales, aumenta la polarización, genera fatiga informativa y erosiona el sentido compartido de la verdad.

Redes de bots: la infraestructura invisible de la manipulación digital

Aunque la imagen más común sobre las redes o granjas de bots evoca cuartos repletos de computadoras y personas creando cuentas falsas, la realidad es algo más sencilla, pero a la vez más sofisticada que eso. Estas redes automatizadas combinan tecnología, logística y estrategia para influir en la conversación digital. A medida que la tecnología avanza, el uso de estas herramientas se ha vuelto más accesible y, en algunos casos, se proporciona abiertamente como servicios de marketing digital dentro de las mismas plataformas.

En la mayoría de los países, el uso de servicios de granjas de bots con el fin de manipular o engañar deliberadamente a la ciudadanía está prohibido principalmente con normas contra la suplantación y el fraude informático. Sin embargo, los operadores instalan y gestionan la infraestructura necesaria desde países sin regulación estricta, mientras ofrecen sus servicios a clientes que se encuentra en lugares donde es prohibido, utilizando tácticas y mecanismos que encubre el origen real de las operaciones permitiendo que los servicios se contraten de forma relativamente abierta. El Centro Carter, en su informe *The Disinformation Economy*, documenta cómo la manipulación digital se ha convertido en un negocio transnacional que aprovecha vacíos legales y mercados publicitarios en línea para financiar y sostener campañas de influencia a gran escala.

En contexto electorales, este tipo de estructuras han sido monitoreadas por organismos de observación internacional, de igual manera el Centro Carter, en su informe sobre las elecciones bolivianas de 2020, identificó la propagación coordinada de casi 200 noticias falsas o desinformativas, muchas de las cuales se amplificaron desde cuentas automatizadas y con participación híbrida de usuarios reales.

¿Cómo contrarrestarlo?

La evolución tecnológica hace que las soluciones vigentes puedan requerir ajustes continuos. Entre las opciones que distintos expertos y organismos han explorado o discutido en diversos foros, destacan:

- Diseñar normativas que puedan adaptarse a nuevas modalidades de manipulación digital.
- Potenciar alianzas con plataformas tecnológicas, manteniendo la independencia y neutralidad institucional.
- Impulsar la educación digital para el fortalecimiento cívico, de forma que la ciudadanía esté mejor preparada para identificar y resistir la desinformación.

Esto es un proceso dinámico, donde las respuestas legales, técnicas y educativas continúan desarrollándose para hacer frente a un fenómeno en constante transformación.

No obstante, la educación digital puede – desde mi perspectiva – constituirse como la piedra angular para enfrentar los desafíos de la desinformación. Sin ciudadanos capaces de comprender cómo se produce, circula y manipula la información en entornos digitales, ninguna medida tecnológica o regulatoria podrá garantizar por sí sola la integridad democrática.

Educación digital para el fortalecimiento cívico

En un entorno donde la información fluye sin descanso y los límites entre lo verdadero y lo falso son cada vez más difusos, desarrollar competencias en educación digital (alfabetización mediática) se ha vuelto una necesidad esencial para la salud de las democracias. El verdadero reto ya no es saber utilizar herramientas digitales, sino hacerlo de forma consciente y responsable. Esto significa entender no solo como funcionan las plataformas y los dispositivos, sino también cómo se construye, distribuye y manipula la información en estos entornos. Saber utilizar la tecnología ya no es suficiente, la educación digital implica también cuestionar la información que recibimos, detectar intentos de manipulación y reconocer cuándo nuestras emociones están siendo explotadas para condicionarnos. Esta capacidad crítica es el primer paso para reducir la influencia de los bots y otros mecanismos de desinformación.

Un ciudadano digital responsable no solo consume información, sino participa activamente en su verificación, contrasta fuentes y se abstiene de difundir contenido dudoso. Esto requiere conciencia cívica, entendiendo que cada interacción en línea puede contribuir a fortalecer o debilitar la calidad del debate público. Integrar el uso de herramientas de verificación en la rutina digital no es una tarea técnica compleja, es más bien un hábito que fortalece la capacidad ciudadana frente a la manipulación.

Cuando la educación digital se incorpora desde etapas tempranas en el sistema de educación, se siembran las bases para que las futuras generaciones interactúen con las redes sociales y los entornos digitales de forma crítica, ética y segura. Esto significa formar no solo usuarios competentes, sino ciudadanos informados y resistentes a la manipulación. La educación digital es un escudo preventivo frente a la desinformación, y su fortalecimiento debería ser prioritario.

Conclusión

El uso de bots y la automatización en entornos electorales es un fenómeno que combina aspectos técnicos, comunicacionales, sociales y normativos. Aunque las tecnologías que lo sustentan pueden parecer complejas, su funcionamiento y efectos pueden ser comprendidos mediante un marco conceptual que simplifica la diversidad de acciones en cuatro funciones clave: difundir, amplificar, potenciar y opacar.

Esta clasificación no pretende agotar las formas posibles de actuación de estos programas, sino ofrecer un lenguaje común que permita reconocer patrones y describirlos de manera accesible. Al reducir la distancia entre los términos técnicos y la comprensión ciudadana, se abre la posibilidad de que más personas identifiquen señales de manipulación digital y actúen de forma preventiva.

Principales hallazgos descriptivos:

- Evolución tecnológica y accesibilidad: el avance de las herramientas de automatización y de inteligencia artificial ha reducido las barreras técnicas para implementar operaciones de manipulación digital, lo que ha ampliado la variedad de actores con capacidad de utilizarlas.
- Diversidad de objetivos: el uso de bots no se limita a la creación o difusión de falsedades, sino que también incluye la alteración de tendencias, la simulación de consenso y la reducción del alcance de mensajes contrarios.
- Dimensión emocional: la manipulación digital no solo busca cambiar percepciones racionales, sino también provocar respuestas emocionales que aumentan la receptividad hacia ciertos mensajes.
- Importancia de la educación digital: más allá de las medidas técnicas o normativas, el fortalecimiento de las capacidades ciudadanas resulta clave para prevenir los efectos de la desinformación automatizada. El verdadero reto ya no es manejar herramientas digitales, sino hacerlo de forma consciente y responsable, desarrollando habilidades para reconocer patrones sospechosos, verificar información y actuar con prudencia antes de compartir contenidos.

Hacia una comprensión más amplia

Comprender el papel de los bots y la automatización en la desinformación electoral no es únicamente un ejercicio técnico, sino una tarea vinculada con la protección de la confianza pública y la participación ciudadana.

Si bien la tecnología que habilita estas prácticas seguirá evolucionando, también debe evolucionar nuestra capacidad para detectarlas, implementarlas para buenos fines y mitigarlas.

Resumen: La automatización digital se ha convertido en un factor decisivo en la propagación de la desinformación. A través de cuatro acciones fundamentales – difundir, amplificar, potenciar y opacar –, es posible comprender cómo los sistemas automatizados moldean la conversación en línea e inciden tanto en la razón como en la emoción de las audiencias. Esta clasificación funcional traduce la complejidad técnica en un marco accesible que facilita la identificación de patrones de manipulación digital.

INGRID PAOLA CHÁVES MORA

Profesional en tecnologías de información y analista de datos de la Unidad de Análisis de Información y Gestión de Datos de la Dirección General de Estrategia y Gestión Política Institucional del Tribunal Supremo de Elecciones de Costa Rica. Licenciada en Ingeniería de Sistemas de Información por la Universidad Hispanoamericana de Costa Rica. Máster en Gerencia de Proyectos por la Universidad Latina de Costa Rica, y certificada como experta en Ciencias de Datos del Programa Iberoamericano de Formación en Minería de Datos. Cuenta con más de 20 años de experiencia en la formulación y gerencia de proyectos de tecnología de información, con enfoque hacia la consecución de planes estratégicos institucionales dirigidos, principalmente, a soportar los procesos electorales en Costa Rica. Especialista en monitoreo y análisis de medios digitales y redes sociales en el ámbito político-electoral, orientada a generar una mejor comprensión del contexto para ofrecer insumos clave en el combate contra la desinformación y estrategias comunicacionales. Ha participado en el Centro de Asesoría y Promoción Electoral (IIDH/Capel) en países como Colombia, Ecuador y República Dominicana



Alfredo Juncá Wendehake



José Thompson



Leopoldo Alfaro



Susana Vital Reyes



Suedi León Jiménez



Salvador Sánchez



Ivonne Coloma Peralta



Maritza Martínez Aristizábal



Erika Jiménez



Norma Irene De La Cruz



Carlos Alberto Yaguachi



Manuela Cosme



Lía Hernández



Hernán Gonçalves Figueiredo



Piero Corvetto



Gustavo Román Jacobo



Yara Ivette Campo B.



Wilfredo Penco



Sofía Vincenzi Guilá



Paola Chaves



Álvaro Castañón Cuevas



Dennis Cascante

UNIORE



Unión Interamericana
de Organismos Electorales