

**“LAS AUTORIDADES ELECTORALES ANTE LA DESINFORMACIÓN”
(4 al 6 de diciembre de 2023, en la Ciudad de México)**

DOCUMENTO CONCEPTUAL

Actualmente es innegable la trascendencia que las redes sociales tienen en la vida de las personas, pasando de ser herramientas de entretenimiento y comunicación a convertirse en medios de difusión, obtención de información y foros de debate. Esta posibilidad de interactuar en dos vías en tiempo real ha provocado que los medios de comunicación tradicionales como la televisión, la radio y los medios impresos se vean poco a poco desplazados por las redes sociales.

Esa incapacidad de interacción entre las personas y el medio tradicional le ha otorgado a las redes sociales una primacía de veracidad, mientras los primeros son percibidos como cooptados por los intereses de los grupos de poder y/o gubernamental, los segundos dan la impresión de ser más independientes debido a la posibilidad que le da a cada persona de convertirse en un comunicador, reportero y analista por el simple hecho de tener un teléfono inteligente.

Según un estudio publicado por el diario español El País, en 2020 el nivel de confianza promedio en los medios de comunicación en América Latina era del 39%, siendo el más alto República Dominicana con 58% y el más bajo Ecuador con 29%. Adicionalmente, según el informe sobre Noticias Digitales en 2022 del Instituto Reuters de la Universidad de Oxford, el interés por las noticias se ha reducido considerablemente a nivel mundial, pasando del 63% en 2017 al 51% en 2022.

El mismo estudio muestra que Facebook sigue siendo la red social más utilizada por los grupos de mayor edad para las noticias. Por su parte, TikTok se ha convertido en la plataforma de más rápido crecimiento, llegando al 40% entre las juventudes de 18 a 24 años, y 15% de ellas la utilizan para las noticias.

Esta facilidad de creación de contenidos y acceso a la información en redes sociales, sin embargo, parece haber dejado de lado algo muy importante: la calidad y veracidad de esa información. El fenómeno de las denominadas “noticias falsas” no es nuevo en las democracias; no obstante, los elementos innovadores son, por un lado, la velocidad y la facilidad con la que se propagan, volviéndose virales en cuestión de horas y, por otro, la calidad y mejoramiento que emplean para crear una noticia falsa. Actualmente, con el uso de la Inteligencia Artificial se puede falsificar el rostro, cuerpo y voz de cualquier persona, resultando muy complicado identificar a simple vista si se trata de algo real o falso.

Ante este panorama de desinformación, que busca desacreditar a las fuerzas contrarias para influir en la votación, surge la interrogante ¿Quién o quiénes deberían hacerse responsables para combatir este fenómeno? ¿Deberían ser los organismos electorales, las empresas que ofrecen el servicio, o la propia ciudadanía que crea y consume la información?

El reto no es sencillo, pues la diferencia del costo económico, político y humano entre crear una noticia falsa y desmentirla es abismal. Una persona, con un celular, puede crear una noticia falsa en cinco minutos y se hará viral

en un par de horas; mientras que el desmentir esa noticia puede llevar semanas, con investigaciones profundas y presentación de pruebas que tal vez no tengan la viralidad de la nota inicial.

Proyectos para combatir noticias falsas como Verificado, de Naciones Unidas, surgido en respuesta a la crisis de propagación de Covid-19 y que reúne a 104 entidades de todo el mundo como Al Jazeera, Euronews, Facebook, Globo, TikTok, X (antes Twitter), entre muchas otras, dan muestra de la labor que representa tratar de atacar las noticias falsas a nivel mundial, en un tema específico; trasladando eso al ámbito electoral, ¿Qué capacidad podría tener el Estado o el organismo electoral para hacer frente a esta amenaza?

Este auge de las redes sociales ha traído consigo la aparición de nuevos actores, como los denominados “influencers”, quienes apelando a su libertad de expresión dan opiniones políticas u organizan debates improvisados sobre temas electorales, incluso durante la veda impuesta por la ley. ¿Hasta qué punto tratar de regular los contenidos publicados en redes sociales por la ciudadanía constituye una violación a los derechos humanos y coartar la libertad de expresión?

A esto habrá que añadir la incursión de la Inteligencia Artificial (IA) a las actividades humanas, siendo esta una herramienta a través de la cual los sistemas informáticos pueden desarrollar acciones con nivel de precisión que llega a suplantar al pensamiento o actitudes de una persona.

Tan es así que se realizó el ejercicio de pedir al denominado “chat GPT” hiciera un resumen sobre el impacto de la IA en las elecciones y este fue el resultado:

La inteligencia artificial (IA) puede tener varias influencias en el proceso electoral, tanto positivas como negativas. Aquí hay algunas formas en que la IA puede afectar las elecciones:

- 1. Análisis de datos y segmentación de votantes: La IA puede analizar grandes cantidades de datos para identificar patrones y segmentar a los votantes en grupos específicos. Esto se utiliza para dirigir campañas políticas de manera más efectiva, personalizando mensajes para audiencias específicas.*
- 2. Microtargeting: La IA puede ser utilizada para identificar y dirigirse a votantes específicos con mensajes personalizados a través de plataformas digitales. Esto puede influir en la percepción de los votantes y aumentar la efectividad de las campañas publicitarias.*
- 3. Desinformación y propaganda: La IA también puede ser utilizada para crear y difundir desinformación en línea. Puede generar contenido falso, difundir noticias falsas o manipular imágenes y videos para influir en la opinión pública. Combatir la desinformación generada por la IA es un desafío constante para los organismos electorales y las plataformas en línea.*
- 4. Predicción de resultados electorales: Al analizar datos históricos y encuestas, la IA puede realizar predicciones sobre los resultados electorales. Esto puede influir en la percepción pública y afectar la participación electoral.*
- 5. Automatización en la gestión electoral: La IA se utiliza en la automatización de procesos electorales, como el recuento de votos y la verificación de la elegibilidad de los votantes. Esto puede hacer que los*

procesos sean más eficientes, pero también plantea preocupaciones sobre la seguridad y la integridad de las elecciones.

6. DetECCIÓN DE NOTICIAS FALSAS: *La IA puede ser utilizada para desarrollar herramientas que ayuden a detectar y combatir la propagación de noticias falsas durante el período electoral.*

7. CIBERSEGURIDAD: *La seguridad de los sistemas electorales es crucial. La IA puede desempeñar un papel en la detección y prevención de ataques cibernéticos destinados a interferir con el proceso electoral.*

Es importante destacar que la influencia de la inteligencia artificial en las elecciones depende de cómo se utilice. Puede mejorar la eficiencia y la precisión de los procesos electorales, pero también presenta riesgos y desafíos, como la manipulación y la desinformación. La regulación adecuada y la conciencia pública son esenciales para gestionar estos desafíos de manera efectiva.

Con todos estos elementos, inicialmente se identifican diferentes estrategias para enfrentar las noticias falsas, aunque como factor común está, por un lado, contar con esquemas eficientes para identificarlas de forma rápida y precisa; así como ofrecer a la ciudadanía sitios especializados en los que puedan consultar la veracidad de esas noticias.

Por su parte, las autoridades electorales podrían considerar desarrollar campañas de sensibilización respecto de la verificación de contenidos, a fin de enfrentar la propagación de mensajes de desinformación; e incluso hacer partícipe a la sociedad sobre la responsabilidad de afección al difundir información falsa o datos malintencionados. Lo anterior, como una herramienta para generar confianza hacia la opinión pública.

El combate a la desinformación no es una tarea exclusiva de las campañas o las elecciones. Las autoridades electorales deben contar con esquemas permanentes de atención y combate a las noticias falsas. Incluso, contar con un grupo especializado para identificarlas y reaccionar en el menor tiempo posible. E incluso hacerse acompañar de otros actores de las elecciones.

Al final, combatir noticias falsas irá en beneficio de una mejor y más equitativa competencia electoral, lo cual abona a la integridad las elecciones y al fortalecimiento de nuestras democracias.