



JNE Fact
Checking

Tecnologías y desinformación en democracia

El papel de la IA en las elecciones de
América Latina



Artículo elaborado por el equipo de Fact Checking de la Dirección de Comunicaciones e Imagen para la web factchecking.jne.gob.pe

Jurado Nacional de Elecciones

Lima, agosto de 2024

Diseño:

Equipo de diseño del Jurado Nacional de Elecciones



El papel de la IA en las elecciones de América Latina

Uno de los avances tecnológicos más resaltantes en los últimos años son las herramientas de inteligencia artificial (IA), cada vez más accesibles para un número creciente de usuarios. No se pueden negar los numerosos beneficios que estas herramientas han aportado en distintos ámbitos. Sin embargo, es importante reconocer que su uso inadecuado también representa un grave peligro para procesos políticos y sociales fundamentales para nuestra vida democrática. Uno de los mayores desafíos que enfrentamos actualmente es la creciente amenaza de la desinformación impulsada por la IA durante las elecciones.

La desinformación no es un fenómeno reciente, siempre ha estado presente en las campañas políticas. Lo que la tecnología ha agregado es la facilidad y rapidez para su producción y difusión. En el caso de la inteligencia artificial, el contenido falso que logra generar es aún más difícil de distinguir, y las aplicaciones para su creación son de libre acceso. ¿Qué peligros conlleva esta convergencia entre tecnología y política? ¿Cómo podemos abordar estos riesgos de manera efectiva para proteger la democracia? En este artículo, exploramos los posibles riesgos que puede traer la desinformación con inteligencia artificial en América Latina, su uso actual para campañas de desinformación y alternativas para que la sociedad pueda hacerle frente.

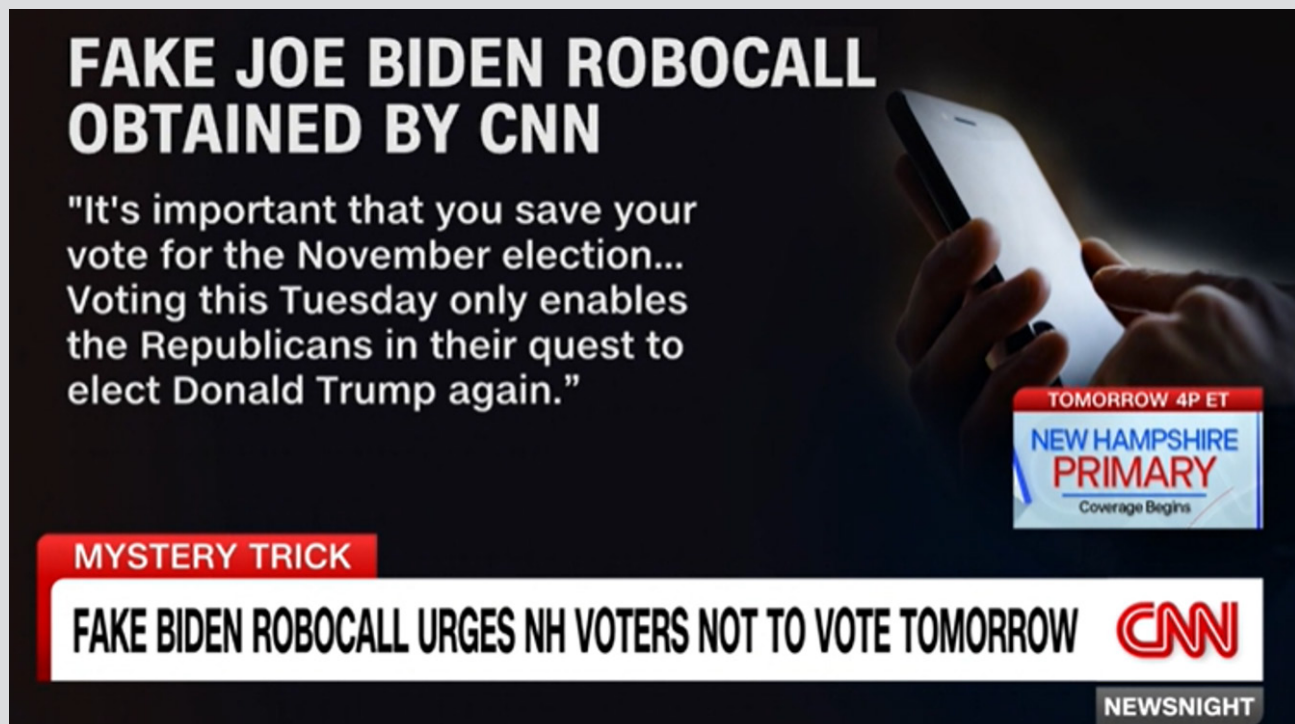


El auge de la IA generativa

Ni la desinformación ni la inteligencia artificial son recientes. La desinformación ha estado presente siempre en los procesos electorales y la IA ya tiene décadas de desarrollo. Entendiendo a la IA como el conjunto de ideas y tecnologías relacionadas con la capacidad de un sistema informático de realizar tareas que requerirían de inteligencia humana.

Sin embargo, en los últimos años hemos visto el auge de las inteligencias artificiales generativas, que son las capaces de crear textos, imágenes, música o videos a través de algoritmos potenciados computacionalmente. Estas son tal vez las más conocidas por los usuarios, como algunos ejemplos de ellas podemos mencionar a ChatGPT, generador de texto; NVIDIA GauGAN, generador de modelos 3D; DeepArt.io, generador de animaciones; MusicLM, generador de canciones; y Dall-E, generador de imágenes.

Los algoritmos de IA pueden ser entrenados para imitar el estilo y la voz de figuras públicas, generar imágenes falsas que se vuelven virales en las redes sociales y dirigir mensajes personalizados a segmentos específicos de la población. Esta producción de desinformación en masa, a través de tecnologías de fácil acceso cada vez más sofisticadas, es uno de los principales riesgos actuales para los procesos electorales. Esto puede influir en el resultado de las elecciones, exacerbar la polarización y minar la confianza en el proceso democrático.



FAKE JOE BIDEN ROBOCALL OBTAINED BY CNN

"It's important that you save your vote for the November election... Voting this Tuesday only enables the Republicans in their quest to elect Donald Trump again."

MYSTERY TRICK

FAKE BIDEN ROBOCALL URGES NH VOTERS NOT TO VOTE TOMORROW

NEW HAMPSHIRE PRIMARY
Coverage Begins

TOMORROW 4P ET

CNN

NEWSNIGHT

Audio falso de Joe Biden pedía a los ciudadanos no votar. Fuente: CNN

Los casos más destacados de uso de IA generativa en elecciones han ocurrido en Estados Unidos. Uno de los más recientes fue la difusión de un mensaje grabado con la voz del presidente Joe Biden (un deepfake), en el que instaba a los votantes de Nuevo Hampshire a no participar en las elecciones primarias del Partido Demócrata, advirtiéndoles que, de hacerlo, no podrían votar en las elecciones generales de noviembre. La fiscalía de Nueva Hampshire investigó el caso por considerarlo un intento ilegal de influir en la votación, y se descubrió que el responsable era un consultor político que había trabajado previamente con otro candidato presidencial demócrata.



Seguidores de Trump difundieron imágenes del político con ciudadanos afroamericanos para que pudiera ganar votos. Fuente: BioBio Chile

Otro ejemplo reciente fue la difusión en redes sociales de diversas imágenes falsas de Donald Trump junto a ciudadanos afroamericanos, acompañadas de descripciones que afirmaban que el expresidente había detenido su caravana para encontrarse con ellos o que había asistido a una fiesta organizada por esa comunidad. Seguidores del candidato compartieron este contenido falso para motivar a que las personas afroamericanas votaran por Trump, ya que este grupo fue crucial en la victoria de Biden en la elección anterior, según los analistas. La BBC descubrió que se trataba de imágenes generadas por IA al detectar errores como el número incorrecto de dedos de las personas retratadas o la falta de naturalidad en la textura de su piel.

Desinformación potenciada en América Latina

En América Latina, aunque ya se han registrado algunos casos de uso de estas tecnologías, se espera que su aplicación se multiplique en los próximos procesos electorales. Un ejemplo de uso de inteligencia artificial generativa se dio en las recientes elecciones de Argentina, en las que Javier Milei difundió imágenes que asociaban a su rival, Sergio Massa, con el comunismo. Las imágenes son composiciones similares a una pintura en la que Massa ocupa el lugar de Mao Tse Tung.

El mismo Javier Milei ha sido víctima de contenido generado por esta herramienta. Durante la campaña presidencial, circuló un video en redes sociales en el que el político aparentemente proponía que los ciudadanos tuvieran un día de autorización para cometer cualquier delito, inspirado en la trama de la película La Purga. “Durante doce horas, todo crimen dentro de nuestros límites será absolutamente legal”, afirmaba el video deepfake. Este video no pudo ser detectado por los sistemas de revisión de Meta y YouTube, e incluso se promocionó como publicidad política en redes sociales.



7:33 AM · Oct 12, 2023



18.9K



Reply



Share

“Purgá de la forma que quieras, serás un verdadero patriota”, se le escuchaba decir a Milei en el video generado por IA. Fuente: Diario Registrado

Otro caso ocurrió en México, donde circuló en redes videos deepfake de la precandidata a la presidencia Claudia Sheinbaum, afín al presidente Manuel López Obrador, en los que se la escuchaba alentando a los ciudadanos mexicanos a invertir en una plataforma financiera. “Sus \$4,000 pesos cambiarán para siempre su futuro financiero. Su éxito está asegurado con solo unos clics de distancia”, decía. Reuters desmintió uno de los videos explicando que se trató de una alteración de una entrevista brindada a Deutsche Welle. La candidata, por su parte, utilizó sus redes para desmentir otro.



Utilizaron la imagen de la política Claudia Sheinbaum para una estafa financiera. Fuente: El País

También se ha empleado la IA para difundir propaganda a favor de Nicolás Maduro y de López Obrador. Utilizando softwares disponibles actualmente se crearon avatares de presentadores de noticias que simulan ser individuos reales y presentan reportajes en apoyo a ambas administraciones. Estos videos fueron desmentidos por la organización venezolana Cazamos Fake News y el medio mexicano Animal Político.





Se utilizó la IA para crear avatares de presentadores de noticias para que hablen bien de Venezuela y México. Fuente: Cuenta de Twitter de Cazamos Fake News

Además, la inteligencia artificial está siendo utilizada por agencias de consultoría en comunicación política que ofrecen servicios “en la sombra”, es decir, actividades difíciles de fiscalizar y moralmente cuestionables. Entre estos servicios se incluye la creación y gestión de granjas de trolls, perfiles falsos y la programación de bots para generar contenido de manera automatizada. Actualmente, estas agencias, que colaboran con políticos de diversos espectros, están intensificando su producción de desinformación.

Capas de desinformación y cámaras de eco

Estas nuevas tecnologías están llegando a un terreno que es propicio para que la desinformación alcance niveles nunca antes vistos, y genere graves riesgos a la democracia. “La desinformación precede a la tecnología y, sobre todo, precede a la inteligencia artificial. Y hay tres capas que la hacen posible actualmente: la humana, la de amplificación y la de aceleración en la producción”, explica Rogelio H. Umaña, consultor especialista en transformación digital radicado en Costa Rica.



El especialista Rogelio H. Umaña explica cuáles son las capas que hacen posible la desinformación actualmente. Fuente: El Financiero

La capa humana, señala Umaña, está relacionada con algunos sesgos que tenemos como seres humanos. Por ejemplo, la predisposición a creer más fácilmente en información engañosa si va de acuerdo con nuestras creencias previas, el denominado sesgo de confirmación. O también el sesgo de cascada arrastre, que nos lleva a asumir algo como verdad porque muchas personas lo afirman. La segunda capa es la de amplificación, que surgió hace un par de décadas y está relacionada con las redes sociales. Estas brindan plataformas que antes

no teníamos para difundir información, multiplicando estos sesgos en millones de personas. Finalmente, viene la tercera capa, la de aceleración de producción. Es en ella donde entra a tallar la inteligencia artificial.

“Pero no funciona sola, o sea se construye sobre la capa humana y sobre la capa de amplificación. Lo que ahora pasa es que podemos producir más material de forma más fácil y más rápida. Hay una facilidad de producción que no se tenía hasta ahora, existen un sinnúmero de herramientas y siguen saliendo más”, precisa Umaña.

Otro de los riesgos de la inteligencia artificial es potenciar las burbujas informativas que terminan multiplicando solo cierto tipo de información, formando así una cámara de eco que nos impide contrastar dicha información. “La IA permite personalizar cada vez más el contenido que reciben los usuarios y eso puede hacer que las cámaras de eco se fortalezcan al punto de no llegar a encontrar fuentes de información fuera de la burbuja que se nos ha creado”, indica Esteban Ponce de León, investigador digital del Atlantic Council’s Digital Forensic Research Lab (DFRLab).



Esteban Ponce de León alerta del potencial de la IA para generar y reforzar las burbujas de información. Fuente: DFRLab

Las redes sociales nos muestran contenido a través de lo que sus algoritmos seleccionan para nosotros. Ahora incluso no solo vemos el contenido de las cuentas que seguimos sino también (y en primer lugar) el que nos sugiere la plataforma. Este cambio, realizado por redes como X, Tik Tok e Instagram, ha sido realmente significativo para la creación de burbujas informativas. En un futuro, señala el especialista, la IA permitirá contenido mucho más personalizado y ya no solo en redes sociales sino también en buscadores como Google, limitando nuestras posibilidades de informarnos.

“Por más positiva que parezca, esa personalización puede llevar a un proceso de desinformación al no tener capacidad de comparar un hecho con otras fuentes de información. Así como también puede generar un ambiente de polarización, suprimir las voces moderadas, aumentar discursos de odio y campañas de ataques o de acoso digital hacia aquellos que no comparten tu opinión o -lo que será igual- la información de tu propia burbuja”, precisa Ponce de León.

Contrarrestando la desinformación por IA

Sin duda, en las próximas elecciones presenciaremos una avalancha de contenido falso generado por IA. Para ayudar a los usuarios a identificarlo, los expertos ofrecen consejos prácticos. Umaña sugiere estar alerta a los mitos que resurgen año tras año y que han sido desacreditados. “Como votantes y ciudadanos, es crucial que desarrollemos pensamiento crítico y que enseñemos a las nuevas generaciones a detectar patrones de desinformación y verificar las fuentes”, señala Umaña.

Por lo tanto, si nos encontramos con una imagen que presenta un evento sorprendente, es fundamental verificar si está siendo difundida por medios confiables, de preferencia, de diferentes inclinaciones políticas, o por agencias de noticias internacionales. También podemos emplear herramientas de verificación de imágenes, como la búsqueda inversa de imágenes de Google, que nos permite localizar la fuente original de la imagen.

Ponce de León admite que a medida que estas tecnologías avanzan, se vuelve más desafiante identificar el contenido falso. Sin embargo, las herramientas actuales aún no producen resultados perfectos, lo que nos permite detectar varios de sus errores. Sugiere, por ejemplo, examinar cuidadosamente los detalles de las imágenes, como los rasgos faciales de las personas representadas. A menudo, la textura de la piel o las manos no está bien lograda. En otros casos, cuando hay múltiples personas en la imagen, los personajes secundarios pueden ser muy similares o mostrar anomalías físicas. En cuanto a los videos, es común que se repita cierto fragmento a intervalos regulares para acompañar un audio más extenso. Si nos mantenemos atentos, podemos percatarnos de este bucle.

A un nivel macro, una de las medidas clave sería invertir en educación digital y alfabetización mediática para que los electores puedan detectar por sí mismos la desinformación. Al proporcionar a las personas las habilidades y herramientas necesarias para evaluar críticamente la información que encuentran en línea, podemos reducir su vulnerabilidad a la manipulación.

Además, es fundamental promover la transparencia y la rendición de cuentas en el uso de la IA en el ámbito político. Esto incluye la tarea pendiente de las redes sociales de regular de manera efectiva el contenido referido a las campañas electorales, para garantizar que se utilice la plataforma de manera ética y responsable, respetando la libertad de expresión.

Finalmente, si queremos proteger la confianza en nuestras elecciones en la era de la IA, debemos actuar de manera cooperativa entre gobiernos, empresas de tecnología y sociedad civil. Si bien los desafíos son numerosos, también lo serán -si se trabaja de la mano- las oportunidades para fortalecer la credibilidad de los procesos democráticos en un mundo cada vez más digitalizado.


Puede visitar nuestra web de Fact Checking donde encontrará la campaña Mito y Verdad, la cual precisamente reúne aquellos bulos que se repiten constantemente pese a haber sido varias veces verificados.

<https://factchecking.jne.gob.pe/>





Sedes:

-  Jesús María: Jr. Nazca N° 598
-  Lima: Nicolás de Piérola N° 1070
-  Jr. Cusco 653 – Cercado de Lima
-  (511) 311-1717
-  www.jne.gob.pe