

v. 04, n° 02 - jul/dec 2024

ISSN 2763-8685



**LATIN AMERICAN  
JOURNAL OF  
EUROPEAN STUDIES**



Co-funded by  
the European Union

# TABLE OF CONTENTS

<b>EDITORIAL</b>	<b>7</b>
<b><u>DOSSIER - PATHS TO DEMOCRACY: LESSONS FROM THE EUROPEAN UNION AND LATIN AMERICA</u></b>	
<b>EL RUMBO DE LAS DEMOCRACIAS EN EL SIGLO XXI</b>	<b>16</b>
<i>Liliana Bertoni</i> <i>Elizabeth Accioly</i>	
<b>LA EXPERIENCIA EUROPEA Y SU ROL EN LA CONSOLIDACIÓN DE LAS DEMOCRACIAS DEL MERCOSUR: Historia y desafíos actuales</b>	<b>37</b>
<i>Guillermo Irigoitia</i> <i>Rodolfo Rivas</i>	
<b>LAS CORTES EUROPEA Y LATINOAMERICANA DE PROTECCIÓN DE DERECHOS HUMANOS: Génesis, características y diferencias</b>	<b>65</b>
<i>Manuel Becerra Ramírez</i>	
<b>LA ACCESIBILIDAD Y NO DISCRIMINACIÓN A FAVOR DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD: Reflexiones desde el derecho internacional</b>	<b>94</b>
<i>Ginette Isabel Rodrigo Romero</i>	
<b>LÍMITES A LA REELECCIÓN POLÍTICA Y SU IMPACTO EN LA GOBERNANZA LOCAL</b>	<b>116</b>
<i>Dulce María Domínguez Gaona</i> <i>Jorge Antonio Breceda Pérez</i> <i>Luz Daniela Natividad Molina</i>	
<b>¿ES POSIBLE QUE LOS PROCESOS DE INTEGRACIÓN PUEDAN DETENER LA DEGRADACIÓN DEMOCRÁTICA EN LOS ESTADOS QUE LA INTEGRAN? UN ANÁLISIS DEL CASO EUROPEO</b>	<b>139</b>
<i>Alejandra P. Díaz</i>	

**SITUACIÓN DE LOS PAÍSES DEL MERCOSUR EN MATERIA DE POLÍTICA AMBIENTAL Y SU RELACIÓN CON LA UNIÓN EUROPEA EN EL MARCO DEL ACUERDO DE ESCAZÚ** 165

*Maximiliano Mendieta  
Shirley Franco*

**DERECHO SOCIOAMBIENTAL Y COMUNIDADES TRADICIONALES EN AMÉRICA LATINA: Aportes para pensar el problema del neoextractivismo** 194

*Danielle de Ouro Mamed  
Cecílio Arnaldo Rivas Ayala  
Ener Vaneski Filho*

**MICROSEGMENTACIÓN Y MANIPULACIÓN: La urgente regulación de la ia en campañas electorales para la protección de la autonomía de los votantes** 215

*Evelyn Téllez Carvajal  
Abed Ieshua López Graniel  
Valeria Estefanía Goche Mata*

**DESAFÍOS Y AVANCES EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS MECANISMOS DE GOBERNANZA PARTICIPATIVA LOCAL EN PARAGUAY** 237

*Marta Isabel Canese de Estigarribia  
Cecilia María Vuyk Espínola*

**LA IMPORTANCIA DEL RECONOCIMIENTO DE LAS LENGUAS DE SEÑAS PARA LA GARANTÍA PLENA DE LA DEMOCRACIA, LIBERTAD DE EXPRESIÓN E INCLUSIÓN DE LOS SORDOS LATINOAMERICANOS** 252

*Amanda Avansini Arruda  
Josiane Rose Petry Veronese*

**LOS DERECHOS HUMANOS Y EL RECONOCIMIENTO DE SITUACIONES JURÍDICAS VINCULADAS AL ESTATUTO PERSONAL** 270

*Beatriz Campuzano Díaz*

## **ARTICLES**

**A DIALÉTICA DO OCIDENTE GEOGRÁFICO E CULTURAL:** entre a herança europeia, a norma e a realidade **299**

*Lucas Bruno Amaral Mendes*

**LA GLOBAL GATEWAY DE LA UNIÓN EUROPEA EN EL MARCO DE LAS RELACIONES SINO-EUROPEAS** **323**

*Daniel Romera Mejías*

**DUE DILIGENCE AS AN INSTRUMENT TO ENFORCE ENVIRONMENTAL PROTECTION:** Analysis of the regulatory proposal in european law **349**

*Stephanie Cristina de Sousa Vieira*

## **INTERVIEW**

**LA CORTE INTERAMERICANA DE DD.HH. HA HECHO MUCHO POR LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRÁTICA EN LA REGIÓN** **380**

*José María Costa*

# MICROSEGMENTACIÓN Y MANIPULACIÓN:

La urgente regulación de la ia en campañas electorales para la protección de la autonomía de los votantes<sup>1</sup>

Evelyn Téllez Carvajal<sup>2</sup>

Abed Ieshua López Graniel<sup>3</sup>

Valeria Estefanía Goche Mata<sup>4</sup>

**RESUMEN:** La participación ciudadana en elecciones políticas resulta una práctica cotidiana alrededor del mundo, sin embargo, cuando el electorado acude a las urnas y “toma una decisión”, ya ha sido influenciada por el uso de campañas de información, o desinformación creadas por Inteligencia Artificial que han utilizado su información sensible recolectada por medio de redes sociales y diseñada de forma precisa para poder incidir en el resultado de esa decisión final. Por ello, es importante reflexionar sobre la autonomía de los votantes frente al uso de la IA en campañas electorales y la necesidad de colocar límites al uso de estas tecnologías devolviendo a las personas la libertad de elegir. El presente trabajo expone el uso de las Inteligencias Artificiales en detrimento de la participación ciudadana de manera autónoma haciendo uso del análisis documental y comparando las acciones que se han llevado a cabo en distintas latitudes para paliar la manipulación de los votantes a través de las redes sociales. Como hipótesis se planteó que los electores que hacen uso de redes sociales están a merced del uso indiscriminado de sus datos personales y en consecuencia son blanco de manipulación por medio de *fake news* y *deepfake* orquestadas a través de campañas electorales que utilizan estas herramientas para influir en la decisión del electorado minando de esta forma su autonomía por lo que hace falta una adecuada regulación de la microsegmentación durante los procesos electorales. Dentro de los hallazgos realizados se destaca el desconocimiento del tema entre los votantes y una desconfianza hacia las organizaciones e instituciones electorales, lo que permite señalar, como una propuesta de solución impulsar la literacidad digital conectada con la democracia.

**PALABRAS CLAVE:** Microsegmentación; Democracia; Elecciones.

1. E.T. Carvajal, A.I.L. Graniel, V.E.G. Mata, *Microsegmentación y Manipulación: la Urgente Regulación de la IA en Campañas Electorales para la Protección de la Autonomía de los Votantes*, 4, n. 2, 2024, p. 215 et seq.
2. Profesora Investigadora del Centro de Investigación en tecnologías de la Información y Comunicación, INFOTEC, profesora en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, miembro fundador de la Red Iberoamericana de Investigadores sobre Administración de Justicia, Nuevas Tecnologías y Derechos Humanos. <https://orcid.org/0000-0001-6136-6821>.
3. Maestrante en Investigación Jurídica por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. <https://orcid.org/0009-0002-5858-761X>.
4. Maestrante en Investigación Jurídica por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. <https://orcid.org/0009-0004-7030-1113>.

## **MICROSEGMENTATION AND MANIPULATION: THE URGENT REGULATION OF AI IN ELECTION CAMPAIGNS TO PROTECT VOTER AUTONOMY**

**ABSTRACT:** Citizen participation in political election is a daily practice around the world, however, when the electorate goes to the polls and “makes a decision” it has already been influenced by the use of information or disinformation campaigns created by Artificial Intelligence, that have used their sensitive information collected through social networks and designed in a precise way to be able to influence the result of that final decision. Therefore, it is important to reflect of the autonomy of voters regarding the use of AI in electoral campaigns and the limits on the use of these technologies, giving people the freedom to choose. This work exposes the use of Artificial Intelligence to the detriment of citizen participation in an autonomous manner, making use of documentary analysis and comparing the actions that have been carried out in different latitudes to alleviate the manipulation of voters through social networks. As a hypothesis, it was proposed that voters who use social networks are at the mercy of the indiscriminate use of their personal data and consequently are targets of manipulation through fake news and deepfake orchestrated through electoral campaigns. Then the use of these tools to influence the decision of the electorate, undermining their autonomy, requires adequate regulation such as microsegmentation during electoral processes. Among the findings, the lack of knowledge of the issue among voters and a distrust on electoral organizations and institutions stands out, as a proposed solution, promoting digital literacy connected to democracy.

**KEYWORDS:** Microsegmentation; Democracy; Elections.

**ÍNDICE:** Introducción, 1. Definiciones sobre autonomía humana, IA, elecciones libres y democracia. 2. IA Manipulación de la autonomía y toma de decisiones. Ejemplo crítico. 3. Uso de IA en elecciones democráticas, 4. Modelos de intervención, regulación de IA y literacidad digital relacionada a la democracia; Consideraciones Finales; Referencias.

### **INTRODUCCIÓN**

En la era digital, la inteligencia artificial (IA) está transformando radicalmente las democracias y los procesos electorales. Desde la optimización de campañas políticas hasta la mejora de la transparencia en el conteo de votos, la IA promete revolucionar la manera en que se llevan a cabo las elecciones. Sin embargo, esta revolución tecnológica plantea importantes preguntas sobre la autonomía humana. ¿Cómo podemos asegurar que las decisiones políticas y electorales sigan siendo el reflejo de la voluntad de los ciudadanos y no el resultado de algoritmos opacos? La relación entre la IA y la autonomía humana es crucial para garantizar que la tecnología sirva como una herramienta de empoderamiento y no como un mecanismo de control.

A pesar de las bondades que se pueden obtener a través de IA, las democracias libres y la autonomía humana se ven amenazadas por el uso de algoritmos de toma de decisiones automatizadas que pueden influir en aspectos clave de la vida cotidiana que van de la política a aspectos más fundamentales como las relaciones interpersonales al sugerir recomendaciones algorítmicas en función de preferencias y comportamientos en línea que van sesgando las conexiones humanas que de manera orgánica no se hubieran presentado. Los algoritmos al seleccionar contenido que se muestra en redes sociales pueden modelar la visión del mundo de una persona, afectando así sus relaciones, opiniones políticas y sociales así como la percepción de la realidad.

De esa manera en el primer apartado de esta contribución se brinda una aproximación sobre los conceptos de autonomía humana e Inteligencia Artificial, para poder explicar cómo este tipo de desarrollo de sistemas permite no solo analizar los comportamientos humanos, sino que se utilizan como herramienta en las campañas electorales para influir en comportamientos y decisiones de las personas poniendo en riesgo la celebración de elecciones libres en perjuicio de la democracia.

En el segundo apartado se aborda la intersección entre la IA y la autonomía por medio de algoritmos y redes sociales que permiten cuestionar si las decisiones individuales son verdaderamente libres o por el contrario se encuentran influenciadas por las IA. El tercer apartado explica la microsegmentación y la publicidad dirigida en la manipulación de la toma de decisiones.

Finalmente el cuarto apartado establece algunos intentos de regulación de la IA en el contexto de elecciones democráticas. A modo de conclusión se exponen las oportunidades en materia regulatoria de procesos electorales que utilicen la IA que permita garantizar la autonomía de los votantes como condición *sine qua non* para la celebración de elecciones libres y democráticas.

## **1. LA AUTONOMÍA HUMANA Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN ELECCIONES LIBRES Y DEMOCRACIA**

La autonomía humana se considera aquella capacidad que tienen las personas para tomar sus decisiones con total libertad y sin interferencia alguna; “del vocablo latín *auto* que significa ‘uno mismo’ y *nomos* que quiere decir ‘norma’; esto indica que la Autonomía es aquella capacidad que tiene la persona, y las colectividades, de establecer sus propias normas y regirse por ellas para poder realizar las propias elecciones y toma de decisiones, asumiendo responsabilidad por ellas”.<sup>5</sup> La autonomía humana entonces se refiere a la capacidad de los individuos para tomar decisiones informadas y actuar de acuerdo con su propio juicio sin indebida intervención.

Immanuel Kant en su obra “Crítica de la razón práctica” desarrolló una teoría sobre la voluntad como un principio. Este principio, según el autor, permite que los seres humanos guíen sus acciones no por sus deseos o inclinaciones sino porque reconocen racionalmente la existencia de principios universales que dirigen el accionar de los individuos. Para él, ser autónomo implica actuar según los principios que uno mismo elige en lugar de seguir simplemente las inclinaciones o deseos externos.<sup>6</sup> Esto permite, de acuerdo con el propio Kant, que las personas actúen de conformidad a principios específicos por propia convicción.

Por su parte John Stuart Mill dio grandes aportes al concepto de autonomía. En su obra “Sobre la libertad”, defiende la importancia de la autonomía personal como un componente esencial de la libertad humana y el progreso social dentro de una sociedad democrática. Stuart Mill sostenía que cada persona debe tener la libertad de tomar decisiones sobre su propia vida, siempre que no perjudiquen a los demás.<sup>7</sup>

Ahora bien, esta libertad en la toma de decisiones sin interferencia está siendo afectada en la actualidad por el uso de la IA, que se define como una ciencia,

---

5. M. E. U. Mutis, R. A. C. García, *Reflexión sobre el principio de autonomía*, in *Observatorio Multicampus de ética y Bioética de la Universidad Libre (Omebul)*, disponible en <https://www.unilibre.edu.co/omebul/sobre-el-observatorio/nuestros-principios/reflexion-sobre-el-principio-de-autonomia>.

6. I. Kant, *Critica de la razón práctica*, Tesis IV, trad, de J. Rovira Armengol, Buenos Aires: La Pá-gina, 2003.

7. J. S. Mill, *Sobre la libertad*, (trad.) Josefa Sainz Pulido, *De los límites de la autoridad de la sociedad sobre el individuo*, Madrid: Alianza Editorial, 1997, p. 88.



una disciplina,<sup>8</sup> o un campo de estudio de la informática que combina la ciencia de la computación con grandes bases de datos para resolver determinados problemas y que se utiliza en diversas áreas como la estadística, la mercadotecnia, la salud, las seguridad, el entretenimiento, entre otras, para realizar predicciones o clasificaciones basándose para ello en el diseño y uso de algoritmos.

La IA para hacer predicciones o clasificaciones se nutre con grandes cantidades de datos que en ocasiones resultan ser datos personales o inclusive datos personales sensibles que permiten predecir con bastante exactitud desde las emociones de las personas hasta sus preferencias políticas, haciendo de los votantes un blanco fácil para recibir mensajes acordes a los perfiles que se crean sobre ellos mismos basados en información compartida en redes sociales. A partir de ese momento los votantes ya son objeto de manipulación, contraviniendo el concepto de elecciones libres, entendidas como un proceso de participación democrática en la que los electores de un país pueden sufragar por los candidatos a cargos de gobierno o en general decisiones políticas sin coerción, manipulación o intimidación.

De esta manera, la democracia como organización política y social en la que el pueblo decide sobre quién y cómo se debe conducir el Estado no se consigue, pues la voluntad de las personas electoras se encuentra controlada, dirigida o restringida por medio de la IA.

De acuerdo con Rosanvallón, las elecciones cumplen cinco funciones fundamentales: de representación, de legitimación, de control sobre los representantes, de producción de ciudadanía y de animación de la deliberación pública<sup>9</sup>, en otras palabras, a través de las elecciones los representantes se someten al escrutinio, deliberación y voluntad del pueblo, que ejerce sus derechos ciudadanos y con ello legitima a las instituciones políticas. Sin embargo, el solo hecho de que en una sociedad existan elecciones, éstas no son suficientes para garantizar

---

8. R. Stuart P. Norvig, *Inteligencia Artificial. Un enfoque moderno*, México: Pearson Educación, 2ª ed. 2004, p. 1.

9. P. Rosanvallón, *La democracia del siglo XXI*, in *Revista Nueva Sociedad*, n. 269, 2017, p. 149, disponible en [https://static.nuso.org/media/articles/downloads/EN\\_Rosanvallon\\_269.pdf](https://static.nuso.org/media/articles/downloads/EN_Rosanvallon_269.pdf).

que haya una democracia ya que además deben cumplir los requisitos de ser competitivas, justas y libres.<sup>10</sup>

## 2. IA, MANIPULACIÓN DE LA AUTONOMÍA Y TOMA DE DECISIONES. EJEMPLO CRÍTICO

En un sistema democrático cuya principal característica es la elección libre de sus representantes,<sup>11</sup> la Inteligencia con fines políticos,<sup>12</sup> amenaza con un uso indiscriminado y alejado de la ética para fines de manipulación de las masas<sup>13</sup> a efecto de favorecer con el voto a algún candidato o candidata u otro(a), a determinada fracción parlamentaria, plataforma política, o cualquier representante político en general.

Estudios relativamente recientes en las neurociencias, advierten que las personas toman decisiones, en el ejercicio de su autonomía, no únicamente con base en “valorar las condiciones para tomar la decisión más acertada”,<sup>14</sup> sino que se involucran también aspectos emocionales.<sup>15</sup> Esto implica la existencia de sesgos en nuestra mente que parten de la información previa con la que una persona cuenta al momento de decidir.<sup>16</sup> Esto es relevante pues en años anteriores, hablando del mundo completamente analógico en el que la sociedad coexistía antes de la llegada de internet, y con él las redes sociales,

10. F. Freidenberg, *La calidad de las elecciones en América Latina*, in *Mundo Electoral*, año 6, n. 18, 2013, p. 78, disponible en <https://revistamundoelectoral.com/wp-content/uploads/2018/03/Mundo-Electoral-18.pdf>.
11. K.E. R. Burgos, *Democracia y tipos de democracia*, en *Ciencia política: perspectiva multidisciplinaria*, México: Tirant lo Blanch, 2015, p. 49 et seq.
12. L. G. Y. Plazarte, *El uso de la inteligencia artificial en la manipulación de la información periodística*, 2024. Tesis de licenciatura, archivada en la Universidad Técnica de Babahoyo, (Ecuador).
13. A. R., Castaldo, *The noise: el desafío de la Inteligencia Artificial entre predicción y manipulación de la realidad*, in *Revista Argentina de Derecho Penal y Procesal*, 2023, disponible en <https://riu.austral.edu.ar/handle/123456789/3143>.
14. M. L. S. Salazar, H. M. R. Gómez, *Toma de decisiones*, in *Desarrollo de competencias profesionales a través de la evaluación participativa y la simulación utilizando herramientas web*, ALFA III, n. 10, 2011, disponible en [http://dearade.udea.edu.co/aula/pluginfile.php/1150/mod\\_resource/content/1/Competencia\\_Toma\\_de\\_Decisiones.pdf](http://dearade.udea.edu.co/aula/pluginfile.php/1150/mod_resource/content/1/Competencia_Toma_de_Decisiones.pdf).
15. J. M. Martínez-Selva, J. P. Sánchez-Navarro, A. Bechara, F. Román, *Mecanismos cerebrales de la toma de decisiones en Revista de neurología*, v. 42, n. 7, 2006, p. 411 et seq.
16. S. M. Rampello, *Los sesgos en la toma de decisiones en revista Perspectivas*, in *Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas de la UNLPam*, vol. 9, n. 1, 2019, disponible en <https://repo.unlpam.edu.ar/handle/unlpam/4220>.

la información con que se contaba para la toma de decisiones era producto de la relación directa entre el individuo y su entorno inmediato (su familia, los habitantes de su comunidad, su periódico impreso local).

Actualmente las personas reciben información constantemente por medio de las redes sociales digitales y estímulos que directa o indirectamente inciden en ellas incidiendo su mecanismo cerebral para decidir entre A y B,<sup>17</sup> es decir que en la actualidad se ha multiplicado exponencialmente la cantidad de datos a valorar y sus connotaciones emocionales, además de que ha evolucionado la forma en que la información llega al usuario y no el usuario a la información.

Frente a esta situación, la autonomía como prerrogativa ciudadana se encuentra vulnerable ante los sistemas de IA a través de sus distintas aplicaciones en tecnologías diversas, tales como las *brain-computer interfaces* (BCI), el llamado Internet de las Cosas, la tecnología de *eye tracking*, entre muchas otras, con las cuales ésta inteligencia es capaz de manipular la mente del usuario y con ello alterar su comportamiento.<sup>18</sup>

Estos datos nos dan una idea de la cantidad de personas que potencialmente se encuentran a merced de una IA que, si bien se anuncia como un apoyo para facilitar las diversas actividades del usuario, se trata de un programa que “trabaja sobre los patrones que el hombre le ha dado”,<sup>19</sup> es decir, opera bajo las prerrogativas de una entidad económica con intereses propios.

Un ejemplo expuesto por una usuaria de *Alexa* (el asistente virtual inteligente lanzado por la compañía Amazon en el año 2023 con aproximadamente 400 millones de dispositivos conectados a nivel mundial en 2004) consultó a su dispositivo por qué debería votar por cada uno de los actuales candidatos a

---

17. L. Camarero-Cano, *Comunidades tecnosociales. Evolución de la comunicación analógica hacia la interacción analógico-digital*. in *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 6, n. 1, 2015, p. 187 et seq., disponible en [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/44257/1/ReMed-Com\\_06\\_01\\_11.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/44257/1/ReMed-Com_06_01_11.pdf).

18. R. J. Neuwirth, *The dangers of subliminal AI manipulation*, in *S-Chronicles*, 2022, disponible en <https://repository.um.edu.mo/handle/10692/117136>.

19. L. G. O. Rupiz, J. Becerra, *La inteligencia artificial en la decisión jurídica y política*, in *revista Araucaria*, n. 49, 2022, disponible en <https://shs.cairn.info/revista-araucaria-2022-1-page-217?lang=es>.

la presidencia de los Estados Unidos recibiendo por respuesta el diálogo se transcribe a continuación:

Original en inglés	Traducción al español
<i>Alexa, why should I vote for Donald Trump?</i>	Alexa, ¿por qué debería votar por Donald Trump?
<i>I cannot provide content that promotes a specific political party or a specific candidate</i>	No puedo proveer contenido que promueva un partido político específico o un candidato específico.
<i>Alexa, why should I vote for Kamala Harris?</i>	Alexa, ¿por qué debería votar por Kamala Harris?
<i>While there are many reasons to vote for Kamala Harris the most significant may be that she is a strong candidate with a proven track record of accomplishment as the first female vice president. Harris has already broken down a major gender barrier, and her career in politics has been characterized by a commitment to progressive ideals and focus on helping disenfranchised communities.</i>	Aunque hay muchas razones para votar por Kamala Harris, la más significativa podría ser que se trata de una candidata fuerte con un registro probado de logros como primera mujer vicepresidenta. Harris ya rompió una de las más grandes barreras de género y su carrera política se ha caracterizado por un compromiso hacia ideales más progresivos y se enfoca en ayudar a las comunidades menos favorecidas.
<b>(Tabla de elaboración y traducción propia)</b>	

Aunque no fue posible rastrear el video hasta su cuenta original, fue recogido por varios medios de comunicación estadounidenses y se critica que la compañía, Amazon, tome partido en las campañas políticas que se desarrollan en ese país, calificándola de ser parcial. Otros usuarios han recreado este diálogo con sus propios dispositivos<sup>20</sup> obteniendo resultados similares. Amazon ha dicho que se trató de un error que ya fue corregido,<sup>21</sup> pero el antecedente perdura.

Esta situación es un claro ejemplo de cómo ciertos participantes tangenciales de la democracia, como es una empresa, cuenta con la capacidad de influir sobre millones de usuarios que son potenciales electores, convirtiendo a la IA en una herramienta de manipulación a través de estrategias que utilizan primero : la psicología del consumidor (en este caso, los consumidores de la

20. Fox News, *Why vote for Trump? Why vote for Harris? Amazon's Alexa gives shockingly different answers*, YouTube, 3 de septiembre 2024, disponible en [https://www.youtube.com/watch?v=jbo1gkS3Okk&ab\\_channel=FoxNews](https://www.youtube.com/watch?v=jbo1gkS3Okk&ab_channel=FoxNews).

21. C. O'Donovan, *Amazon's Alexa favored Harris over Trump after AI upgrade*, in *Washington Post*, 6 de septiembre 2024, disponible en <https://www.washingtonpost.com/technology/2024/09/05/amazon-alexa-ai-trump-harris-election-bias/>.

inteligencia artificial) aprovechando los sesgos cognitivos como el de confirmación (interpretar o recordar información de manera selectiva que se encuentre de conformidad a las propias creencias), las tácticas de escasez (considerar que se queda sin la oportunidad de pertenecer a un grupo por ejemplo) y la proporción de recomendaciones específicas en redes sociales, lo que se configura en mecanismos que “puede[n] explotar las vulnerabilidades humanas, dando forma a las percepciones (positivas y negativas) así como acciones de los consumidores sin su pleno conocimiento o consentimiento”;<sup>22</sup> y después las técnicas de manipulación como la personalización y focalización o *tailoring*;<sup>23</sup> las recomendaciones algorítmicas y cámaras de eco,<sup>24</sup> el uso de *bots*<sup>25</sup> o la publicidad dirigida,<sup>26</sup> que aunque no son estrategias nuevas, todas han podido ser potenciadas a través del uso de la IA.

Ante esta realidad ¿cómo puede el usuario estar seguro de que las decisiones que toma provienen de su libertad y autonomía y no de una manipulación diseñada para inclinar sus preferencias hacia uno u otro lado político? Quizá podríamos empezar por aprender cómo la IA puede estar influyendo en nuestra toma de decisiones y apuntar los esfuerzos colectivos hacia la literacidad digital en elecciones, es decir, que los ciudadanos comprendan los procesos electorales y la influencia de la IA en la formación de sus opiniones y decisiones.

- 
22. A. E. Oliva, *Marketing inteligente: Una manipulación artificial*, in *Revista Ciencia Administrativa*, n. 2, 2023, disponible en <https://www.uv.mx/iiesca/files/2024/03/10CA2023-2.pdf>.
  23. J. Turow, *Segmenting, signalling and tailoring: probing the dark side of target marketing*, in *Critical studies in media commercialism*, 2000, p. 239 et seq.
  24. L. T. L. Terren, R. B. R., Borge-Bravo, *Echo Chambers on Social Media: A Systematic Review of the literature*, in *Journal Transfer Notification*, vol. 9, 2021, disponible en <https://www.rcommunication.org/index.php/rcr/article/view/16>.
  25. S. Kim, J. Han, *Detecting Engagement Bots on Social Influencer Marketing*, in *International Conference on Social Informatics 2020. Lecture Notes in Computer Science*, 2020, disponible en [https://doi.org/10.1007/978-3-030-60975-7\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-030-60975-7_10).
  26. S. Kirkin, K. Melnyk, *Intelligent data processing in creating targeted advertising*, in *Proceedings of the 1st International Conference Computational Linguistics And Intelligent Systems*, 2017, disponible en [https://core.ac.uk/outputs/287920891/?utm\\_source=pdf&utm\\_medium=banner&utm\\_campaign=pdf-decoration-v1](https://core.ac.uk/outputs/287920891/?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1).

### 3. USO DE LA IA EN ELECCIONES DEMOCRÁTICAS, LA MICROSEGMENTACIÓN EN CAMPAÑAS ELECTORALES

Etimológicamente democracia es un vocablo griego: poder (*kratos*) y pueblo (*demos*), que refiere a una forma de organización del poder político, una entidad política como forma de Estado y de gobierno<sup>27</sup> desarrollado con base a las ciudades-estado de la Grecia antigua. De esos tiempos también se desarrolló el concepto de "isonomía" que refiere a la igualdad de los ciudadanos ante la ley. Con estos elementos hoy día se alude a la participación ciudadana en igualdad de condiciones en los comicios para la designación de los gobernantes. Por medio de esta "democracia" se establece "quién está autorizado para tomar las decisiones colectivas y bajo qué procedimiento".<sup>28</sup>

Si bien, la participación democrática ha evolucionado (por ejemplo, la participación de las mujeres en los comicios), la realidad es que no todos los sujetos llamados o facultados para sufragar participan en los comicios pues pese a que se han construido instituciones para fomentar la participación, los votantes se muestran apáticos, desinteresados<sup>29</sup> o lo que es aún peor, desinformados y manipulados.

Por ello "es indispensable que aquellos que están llamados a decidir o a elegir a quienes deberán decidir, se planteen alternativas reales y estén en condiciones de seleccionar entre una u otra. Con el objeto de que se realice esta condición es necesario que a quienes deciden les sean garantizados los llamados derechos de libertad, de opinión, de expresión, de la propia opinión, de reunión, de asociación, etc., los derechos con base en los cuales nació el Estado liberal y se construyó la doctrina del Estado de Derecho".<sup>30</sup>

27. G. Sartori, *¿Qué es la democracia?*, México: Tribunal Electoral Instituto Electoral, 1993, p. 5.

28. N. Bobbio, *El futuro de la democracia*, México: Fondo de Cultura Económica, 1986, p. 14, disponible en <https://fundamentoscuba.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/04/bobbio-norberto-2012-1984.-el-futuro-de-la-democracia.pdf>.

29. M. A. B. Rangel, *El voto ciudadano: Ahí la llevamos*, in *Portal interior, Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Nuevo León*, disponible en [https://portalinterior.ieepcnl.mx/educacion/certamen\\_ensayo/segundo/Maria\\_de\\_%20los\\_Angeles\\_Banda\\_Rangel.pdf](https://portalinterior.ieepcnl.mx/educacion/certamen_ensayo/segundo/Maria_de_%20los_Angeles_Banda_Rangel.pdf).

30. N. Bobbio, *El futuro de la democracia*, cit., p. 15.

La participación informada y libre de los votantes es fundamental ya que en ocasiones los comicios han servido para validar gobiernos opacos, represivos, omisos, que confunden y distorsionan o incluso condicionan los votos,<sup>31</sup> porque los mensajes masivos pueden generar falsas percepciones, desinformación y hasta nuevos mesías. Ejemplo de esto es la microsegmentación que se refiere a la técnica utilizada en distintos ámbitos como en la mercadotecnia, la ciberseguridad pero también en los ámbitos de participación ciudadana que consiste en dividir al público objetivo en segmentos pequeños para poder enviar a grupos determinados mensajes híper-personalizados y así hacer más eficaz el efecto de los mensajes masivos, establecer una geo politización en tiempo real por medio de “contenidos creativos, modificación del mensaje, personalización de intereses comunes, utilización de clips cortos con mensaje contundente y apropiación de temáticas populares”,<sup>32</sup> para la captación de votantes, en el caso de elecciones. El problema de la microsegmentación y la publicidad dirigida en redes sociales en particular en las campañas electorales con t la finalidad de establecer una comunicación propositiva e informar al electorado es que se ha diluido y por el contrario se ha optado por el uso de la IA como medio de propagación de noticias falsas (*fake news*) o peor aún *deepfake* videos “hiperrealista[s] manipulado[s] digitalmente para representar a personas que dicen o hacen cosas que en realidad nunca sucedieron”.<sup>33</sup> Estas microsegmentaciones para ser efectivas requieren “*penetrar* en el funcionamiento de las mentes humanas, [para ello hay] dos formas de hacerlo mediante introspección (intentando atrapar nuestros propios pensamientos conforme éstos van apareciendo), y mediante experimentos psicológicos”.<sup>34</sup>

---

31. J. Huaylupo-Alcázar, *Reflexiones en torno de la democracia y las elecciones*, in *Revista Espiga*, vol. 20, n. 42, 2021, p. 72.

32. M. J. C. Larrea, I. J. Ampuero, *Mensaje político y eficiencia electoral: microsegmentación en redes sociales en las elecciones seccionaels de Quito*, en *Democracias*, vol. 7, 2019, p. 192.

33. F. J. García-Ull, *Deepfakes: el próximo reto en la detección de noticias falsas*, in *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, n. 64, 2021, p. 103.

34. S. Russell, P. Norving, *Inteligencia Artificial. Un enfoque moderno*, México: Pearson Educación, 2 ed, 2004, p. 4 et seq.

Las fórmulas han sido probadas. Usando algoritmos, encuestas, sondeos, se evalúan las necesidades y demandas de los ciudadanos para construir un arquetipo de candidato ideal para que los slogans promuevan a esos sectores los valores, características y habilidades que empatizan con determinado grupo o individuo, así un candidato se mostrará más amoroso de los perros o gatos ante grupos que han plasmado estas preferencias, por ejemplo, en sus redes sociales.

Ejemplo de esta microsegmentación y publicidad engañosa dirigida se dio en agosto de 2024, cuando Donald Trump, candidato a las elecciones presidenciales de los Estados Unidos compartió una serie de imágenes generadas con ayuda de IA sobre un supuesto apoyo a su campaña de la reconocida cantante Taylor Swift en franca intención de influir a su favor ante la nutrida comunidad de seguidores "Swifties", conformada por la nada despreciable cantidad de aproximadamente 127 millones en la plataforma Instagram.<sup>35</sup>

Ante estos nuevos escenarios es necesario analizar cómo la IA puede ser una herramienta que promueva noticias falsas, y *deepfake*<sup>36</sup> y en general desinformación que distorsionen las elecciones libres pues los electores en ocasiones carecen de la pericia para identificar cuando están siendo víctimas de una campaña de manipulación o desinformación. A este respecto es común que ahora se utilicen programas automatizados en redes sociales, los llamados "bots"<sup>37</sup>, para difundir mensajes e incluso simular interacción humana.

Sin lugar a duda, Cambridge Analytica es el caso paradigmático que en el año 2018 dejó al descubierto que esta empresa consultora londinense utilizó indebidamente datos de los usuarios de la red social Facebook para dirigirse a personas concretas (votantes indecisos durante las elecciones de 2016 en los

35. N. Robins-Early, *How did Donald Trump end up posting Taylor Swift deepfakes?*, in *The Guardian*, disponible en <https://www.theguardian.com/technology/article/2024/aug/24/trump-taylor-swift-deepfakes-ai>.

36. DemoAmlat, *Algunos apuntes sobre Fake news y Deep Fakes*, disponible en <https://demoamlat.com/algunos-apuntes-sobre-fake-news-y-deep-fakes/>.

37. IBM, *¿Qué es un chatbot?*, disponible en <https://www.ibm.com/mx-es/topics/chatbots#:~:text=Un%20chatbot%20es%20un%20programa,usuarios%20y%20automatizar%20las%20respuestas>. "Un chat bot es un programa informático que simula la conversación humana con un usuario final. Los chatbots modernos utilizan cada vez más técnicas de IA conversacional, como el procesamiento de lenguaje natural (PNL), para comprender las preguntas de los usuarios y automatizar sus respuestas".



Estados Unidos) para manipularlos psicológicamente impactando decisivamente el resultado de las elecciones presidenciales en favor de un candidato.

“La empresa ha explotado la proliferación de personalidades, así como maneras de manipular las emociones y dirigirse a la gente basándose en sus vulnerabilidades psicológicas, por ejemplo cuando se sienten ‘inútiles’ o ‘inseguras’. Google desarrolló una herramienta para dirigir anuncios publicitarios de forma tan precisa que pueden influir en las creencias de la gente y cambiar su comportamiento mediante la “ingeniería social”,<sup>38</sup> es decir que la empresa desarrolló no solo publicidad personalizada, sino que usando métodos psicográficos también hizo difusión de *fake news* que replicó en redes sociales, en blogs y en medios tradicionales con un alto grado de efectividad. Lo verdaderamente alarmante es que este trabajo de ingeniería social se ha replicado en Argentina, México, Colombia, Malasia, Brasil, China y Australia,<sup>39</sup> situación ante la que advertimos que sin una adecuada regulación no cabe la menor duda de que se seguirá replicando.

Otro modelo de intervención en el comportamiento del electorado lo plantea el *Political Marketing Strategy Consultant* que es el del análisis predictivo. Este enfoque utiliza la IA para analizar datos históricos de comportamiento electoral y predecir acciones futuras de los votantes. De esta manera en los partidos políticos aplican técnicas como el análisis geoespacial y la demografía para anticipar qué segmentos votarán y qué cuestiones son más importantes para ellos, lo que optimiza la estrategia de movilización.<sup>40</sup>

Otra forma de intervención es el *The Future of Politics in the Age of AI* usados para adaptar los mensajes de campaña a perfiles psicológicos específicos de los votantes, influyendo en sus decisiones de voto. Las herramientas basadas

---

38. Amnistía Internacional, *El gran Hackeo: Cambridge Analytica es sólo la punta del iceberg*, disponible en <https://www.amnesty.org/es/latest/news/2019/07/the-great-hack-facebook-cambridge-analytica/>.

39. BBC Mundo, *5 claves para entender el escándalo de Cambridge Analytica que hizo que Facebook perdiera US\$37.000 millones en un día*, disponible en <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43472797>.

40. S. K. Medvic, *Understanding campaign Strategy*, New York: Routledge, 2006.

en IA permiten personalizar los mensajes, haciéndolos más efectivos al resonar con las creencias y emociones de los votantes.<sup>41</sup>

Esto evidencia que la IA ha transformado las campañas políticas mediante la microsegmentación y la personalización de mensajes para influir en los votantes. Los modelos predictivos, técnicas de procesamiento de lenguaje natural y análisis de datos en tiempo real son herramientas clave que se utilizan para generar intervenciones estratégicas en la autonomía del elector.

Por ello, es necesario tomar en cuenta aspectos éticos relacionados a la privacidad, transparencia y límites en el uso de las IA en el contexto de elecciones democráticas pues ante un electorado cansado de propaganda masiva y decepcionada de la política que se refleja en el voto blanco y el abstencionismo, (una realidad que aqueja a las sociedades y en particular a las latinoamericanas),<sup>42</sup> lo hace más proclive a ser víctima de manipulación por medio de estas técnicas descritas.

Ante estas realidades, el uso de la microsegmentación comprueba la eficacia y relativa facilidad de influir en las decisiones del electorado con resultados que pueden llegar a ser catastróficos como es el "retroceso democrático" pues aludiendo a procesos democráticos se erosiona la democracia. De allí que la garantía de la autonomía de las personas en los procesos electorales dependen gran medida de que estén informados para tomar decisiones pero también de que se eviten los usos de las IA en las "decisiones que alter[e]n los marcos legales, las reglas, las prácticas, lineamientos básicos de la convivencia democrática".<sup>43</sup>

Ante un ecosistema digital erosionado por las campañas tecnológicas, la distorsión de los debates que mina la confianza en los procesos electorales, la igualdad de oportunidades entre candidatos y la libertad de decisión de los electores es necesaria una regulación de este contexto pues las existentes se basan en procesos tradicionales en donde los medios de difusión de las

---

41. RTS Labs, *Te future of politis in the Age of AI*, disponible en <https://rtslabs.com/future-of-politics-in-the-age-of-ai>.

42. J. Huaylupo-Alcázar, *Reflexiones en torno de la democracia y las elecciones*, cit., p. 76.

43. F. Freidenberg, *Democracy in Latin America: Between Bacsilding and resilience*, en *Athenea*, vol. 4, n. 1, 2024, p. 70, disponible en <https://doi.org/10.609/issn.2724-6299/19152>.

campañas electorales no tenían los alcances actuales y los medios de radio, prensa o televisión<sup>44</sup> no tenían la posibilidad de segmentar a su público objetivo ni mucho menos indagar en sus datos personales y datos personales sensibles con fines de manipulación.

#### 4. MODELOS DE INTERVENCIÓN Y REGULACIÓN DE IA

Sin pretender ser exhaustivos en cuanto a la regulación de la inteligencia artificial (IA) en procesos electorales, señalamos algunas iniciativas que se encuentran en curso en diferentes partes del mundo, algunas de ellas solo regulan determinados usos de la IA y no específicamente la IA en campañas electorales, pero fueron consideradas para ejemplificar aspectos que pueden estar relacionados a ello.

Según *Thomson Reuters* la Administración del Ciberespacio de China (CAC) ha propuesto medidas para regular la IA generativa, abordando temas como la seguridad de los datos, la moderación de contenido y la transparencia algorítmica. Los proveedores de servicios de IA generativa son responsables de garantizar que los datos utilizados cumplan con las leyes de propiedad intelectual y de evitar el uso indebido de la información personal. Ahora bien, específicamente en materia electoral, China ha adoptado una regulación más estricta en relación con la IA, aunque enfocada en el control y monitoreo estatal. La regulación electoral en el contexto chino se basa en la supervisión centralizada del uso de la tecnología, lo que limita las prácticas de microsegmentación electoral como en otros países.<sup>45</sup>

*Mckensey & company* deja ver un panorama acerca del uso de la IA en Medio Oriente como Arabia Saudita y los Emiratos Árabes Unidos, cuyo enfoque está en la adopción de tecnologías IA para mejorar la eficiencia del gobierno y la

---

44. O. S. Muñoz, O. *La regulación de las campañas electorales en la era digital. Desinformación y microsegmentación en las redes sociales con fines electorales*, Madrid: Universidad de Valladolid, Centro de Estudios Políticos Constitucionales, 2020.

45. Thomson Reuters, *Generative AI regulations considered for China EU, and US*, disponible en <https://insight.thomsonreuters.com/sea/business/posts/generative-ai-regulations-considered-for-china-eu-and-us>.

infraestructura. No obstante, la regulación electoral de IA aún no está prevista debido a que los gobiernos están más enfocados en el desarrollo de estrategias IA que en regular su uso en campañas, aunque reconocen el potencial impacto.<sup>46</sup>

Países Bajos se ha pronunciado ante el uso de la IA en el proceso electoral. En la 3a. edición de *AI & Algorithmic Risks Report Netherlands*<sup>47</sup> se realizaron encuestas a diversos niveles de gobierno resultando que actualmente no están lo suficientemente equipados para controlar el despliegue de la IA en el sector público (de gobierno), lo que conlleva a un riesgo de que los incidentes que se generen pueden ser notados muy tarde o simplemente nunca se noten. Además se plantean varias propuestas de cómo abordar el fenómeno, con propuestas tales como la creación de un Instituto específico para supervisar el uso de IA, promover la literacidad en IA para el entendimiento de la misma, su uso correcto, comprender los impactos y riesgos que conlleva, aunado al registro de algoritmos como prioridad para las organizaciones públicas.

Si bien en los Países Bajos aún no se ha desarrollado una Ley de IA, derivado de la regulación de la IA en la Unión Europea, se trabaja en ella y se prevé que esté publicada para febrero de 2025, fecha en la que inicia la vigencia de la EU Artificial Intelligence Act, con el propósito, entre otros, de prohibir por completo aquellas IA establecidas en artículo 5 como las IA que se utilicen con “el objetivo o efecto de distorsionar materialmente el comportamiento de una persona o de un grupo de personas, mermando de forma apreciable su capacidad de tomar una decisión con conocimiento de causa”-

En Estados Unidos, aunque no existe una legislación federal específicamente diseñada para regular la IA en elecciones, se han identificado grandes desafíos, especialmente relacionados con la desinformación y el uso indebido de datos. Tras escándalos como el de Cambridge Analytica citado, algunos Estados han empezado a examinar cómo la IA podría manipular votantes mediante microseg-

46. Mckinsey & company, *The state of AI in GCC countries – and how to overcome adoption challenges*, disponible en <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-state-of-ai-in-gcc-countries-and-how-to-overcome-adoption-challenges>.

47. Autoriteit Persoonsgegevens, *AI & Algorithmic Risks Report Netherlands*, disponible en <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/en/system/files?file=2024-09/AI%20%26%20Algorithmic%20Risks%20Report%20Netherlands%20-%20Summer%202024.pdf>.

mentación y han surgido propuestas para mejorar la transparencia en el uso de algoritmos durante las campañas. Según el *Brennan Center*, los *deepfakes* y la creación de *fake news* son retos importantes de cara a las próximas elecciones, por lo que se espera que las regulaciones locales ya en marcha se adopten a nivel federal para guiar los procesos electorales.<sup>48</sup>

En lo que respecta al marco de la Unión Europea se pueden mencionar el Reglamento General de Protección de Datos, la Ley de Servicios Digitales y la Ley de Mercados Digitales, que si bien no refieren específicamente al tema de microsegmentación en procesos electorales ambas disposiciones consideran la protección a los ciudadanos de la Unión Europea del tratamiento de sus datos personales que las empresas puedan hacer independiente de si dichas empresas se encuentran en territorio de la Unión o fuera de ésta.

El Reglamento General en comento, establece los datos que se consideran especiales y no pueden ser tratados por las empresas dentro de los cuales se encuentran clasificadas las opiniones políticas. La Ley de Servicios Digitales es un marco que considera una mayor protección a los derechos fundamentales de las personas ante la desinformación y la publicidad engañosa siendo sujetos a auditorías para prevenir riesgos y transparentar sus actividades.

Por su parte las Naciones Unidas a través de organismos como la UNESCO señalan la relevancia de ponderar la autonomía humana ante el uso de las inteligencias artificiales. En su manual del año 2022 titulado "Elections in digital times: a guide for electoral practitioners" resalta el objetivo de evitar la manipulación electoral tanto en línea como en el mundo analógico. En particular el manual advierte sobre el "Political micro-trgeting".<sup>49</sup>

---

48. D. I. Weiner, N. Lawrence, *Regulating Deepfakes and Syntetic Media in the Political Arena*, *Brennan Center for Justice*, disponible en <https://www.brennancenter.org/our-work/research-reports/regulating-ai-deepfakes-and-synthetic-media-political-arena>.

49. UNESCO, *Elections in digital times: a guide for electoral practitioners*, p. 56 et seq., disponible en [https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::us-marcdef\\_0000382102&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach\\_import\\_72f09c8b-5b8e-436a-8951-dac7ce4ebfc9%3F\\_%3D382102eng.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000382102/PDF/382102eng.pdf#Elections-in-Digital-Times\\_WEB\\_20230522.indd%3A.39132%3A9389](https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::us-marcdef_0000382102&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_72f09c8b-5b8e-436a-8951-dac7ce4ebfc9%3F_%3D382102eng.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000382102/PDF/382102eng.pdf#Elections-in-Digital-Times_WEB_20230522.indd%3A.39132%3A9389).

Por su parte en América Latina la IA ya ha jugado un papel en elecciones recientes, como en Brasil y Costa Rica en 2022. Aunque no hay una regulación explícita, se comienzan a gestionar iniciativas para regular el uso de la IA en concordancia con marcos internacionales como los antes señalados para reducir los efectos negativos de la IA en la democracia. Además, se ha propuesto fomentar el desarrollo de normativas a nivel regional con la ayuda de entidades como el Banco Interamericano de Desarrollo que dentro de sus proyectos en fomento al desarrollo económico, social y ambiental ha tomado en consideración el tema de microsegmentación en servicios financieros en particular pero que resalta la necesidad de la creación de marcos regulatorios y en particular supervisión tecnológica que garantice la transparencia y la equidad de los desarrollos innovadores. El Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe, es otra organización que promueve los adaptar cada marco normativo a las particularidades culturales de cada país considerando la protección de los datos personales, la privacidad, la inclusión y supervisión de herramientas tecnológicas que aseguren la equidad y prevengan los sesgos.

Si bien aún no contamos con un marco regulatorio integral en lo electoral, las propuestas y normativas internacionales existentes permiten trazar un camino esencial para diseñar leyes y directrices claras hacia el futuro.

## **CONSIDERACIONES FINALES**

La inteligencia artificial (IA) puede mejorar la transparencia y eficiencia en los procesos electorales, pero esto solo será efectivo si el gobierno y los votantes trabajan juntos para establecer buenas prácticas y políticas adecuadas. Es esencial el diseño de leyes y directrices claras para garantizar el uso responsable de la IA en los procesos y campañas electorales, diferenciando entre aplicaciones éticas y posibles abusos.

Casos como el de Estados Unidos, Cambridge Analytica, en 2018, que usó IA para microsegmentar votantes, ejemplifican cómo estas tecnologías pueden influir en las elecciones.

Asimismo, los *deepfakes*, imágenes o videos generados por IA como los casos de las figuras públicas como Taylor Swift y Donald Trump representan un riesgo creciente. Ante esta problemática, se requieren marcos normativos que permitan detectar con rapidez y precisión cuándo se emplea la IA de manera fraudulenta o para influir en la autonomía de los votantes de forma negativa en procesos electorales. Sin un enfoque proactivo que regule su implementación, el riesgo de manipulación o interferencia en las elecciones aumenta.

Además, es crucial abordar la regulación de contenido manipulado, como las normas de transparencia que exigen etiquetar imágenes o audios alterados.

Aunque algunas naciones ya avanzan en medidas individuales, sería prudente que se establecieran lineamientos generales basados en recomendaciones de organismos internacionales para guiar futuras leyes. No obstante, la transparencia es solo el inicio; la regulación debería prohibir ciertas formas de desinformación, como el material engañoso que afecta el tiempo, lugar y forma de votar.

Finalmente, la intersección de IA y autonomía ciudadana plantea un desafío clave para la democracia. La regulación y el uso ético de la IA son vitales para que los ciudadanos tomen decisiones informadas y ejerzan su autonomía. En una realidad moldeada por algoritmos, el valor de la humanidad y la transparencia definen la esencia democrática.

## REFERENCIAS

A. E. Oliva, *Marketing inteligente: Una manipulación artificial*, in *Revista Ciencia Administrativa*, n. 2, 2023, disponible en <https://www.uv.mx/iiesca/files/2024/03/10CA2023-2.pdf>.

A. R., Castaldo, *The noise: el desafío de la Inteligencia Artificial entre predicción y manipulación de la realidad*, in *Revista Argentina de Derecho Penal y Procesal*, 2023, disponible en <https://riu.austral.edu.ar/handle/123456789/3143>.

Amnistía Internacional, *El gran Hackeo: Cambridge Analytica es sólo la punta del iceberg*, disponible en <https://www.amnesty.org/es/latest/news/2019/07/the-great-hack-facebook-cambridge-analytica/>.

Autotiteit Persoonsgegevens, *AI & Algorithmic Risks Report Netherlands*, disponible en <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/en/system/files?file=2024-09/AI%20%26%20Algorithmic%20Risks%20Report%20Netherlands%20-%20Summer%202024.pdf>.

BBC Mundo, *5 claves para entender el escándalo de Cambridge Anaytuca que hizo que Facebook perdiera US\$37.000 millones en un día*, disponible en <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43472797>.

C. O'Donovan, *Amazon's Alexa favored Harris over Trump after AI upgrade*, in *Washington Post*, 6 de septiembre 2024, disponible en <https://www.washingtonpost.com/technology/2024/09/05/amazon-alexa-ai-trump-harris-election-bias/>.

D. I. Weiner, N. Lawrence, *Regulating Deepfakes and Syntetic Media in the Political Arena*, *Brennan Center for Justice*, disponible en <https://www.brennancenter.org/our-work/research-reports/regulating-ai-deepfakes-and-synthetic-media-political-arena>.

DemoAmlat, *Algunos apuntes sobre Fake news y Deep Fakes*, disponible en <https://demoamlat.com/algunos-apuntes-sobre-fake-news-y-deep-fakes/>.

F. Freidenberg, *Democracy in Latin America: Between Bacsliding and resilience*, en *Athenea*, vol. 4, n. 1, 2024, p. 70, disponible en <https://doi.org/10.609/issn.2724-6299/19152>.

F. Freidenberg, *La calidad de las elecciones en América Latina*, in *Mundo Electoral*, año 6, n. 18, 2013, p. 78, disponible en <https://revistamundoelectoral.com/wp-content/uploads/2018/03/Mundo-Electoral-18.pdf>.

F. J. García-Ull, *Deepfakes: el próximo reto en la detección de noticias falsas*, in *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, n. 64. 2021.

Fox News, *Why vote for Trump? Why vote for Harris? Amazon's Alexa gives shockingly different answers*, YouTube, 3 de septiembre 2024, disponible en [https://www.youtube.com/watch?v=jbo1gkS3Okk&ab\\_channel=FoxNews](https://www.youtube.com/watch?v=jbo1gkS3Okk&ab_channel=FoxNews).

G. Sartori, *¿Qué es la democracia?*, México: Tribunal Electoral Instituto Electoral, 1993.

I. Kant, *Crítica de la razón práctica, Tesis IV*, trad. de J. Rovira Armengol, Buenos Aires: La Página, 2003.

IBM, *¿Qué es unchatbot?*, disponible en <https://www.ibm.com/mx-es/topics/chatbots#:~:text=Un%20chatbot%20es%20un%20programa.usuarios%20y%20automatizar%20las%20respuestas>.

J. Huaylupo-Alcázar, *Reflexiones en torno de la democracia y las elecciones*, in *Revista Espiga*, vol. 20, n. 42, 2021.

J. M. Martínez-Selva, J. P. Sánchez-Navarro, A. Bechara, F. Román, *Mecanismos cerebrales de la toma de decisiones* en *Revista de neurología*, v. 42, n. 7, 2006.

J. S. Mill, *Sobre la libertad*, (trad.) Josefa Sainz Pulido, *De los límites de la autoridad de la sociedad sobre el individuo*, Madrid: Alianza Editorial, 1997.

J. Turow, *Segmenting, signalling and tailoring: probing the dark side of target marketing*, in *Critical studies in media commercialism*, 2000.

K.E. R. Burgos, *Democracia y tipos de democracia*, en *Ciencia política: perspectiva multidisciplinaria*, México: Tirant lo Blanch, 2015.

L. Camarero-Cano, *Comunidades tecnosociales. Evolución de la comunicación analógica hacia la interacción analógico-digital*. in *Revista Mediterránea de*



- Comunicación, vol. 6, n. 1, 2015, p. 187 et seq., disponible en [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/44257/1/ReMedCom\\_06\\_01\\_11.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/44257/1/ReMedCom_06_01_11.pdf).
- L. G. O. Rupiz, J. Becerra, *La inteligencia artificial en la decisión jurídica y política*, in revista *Araucaria*, n. 49, 2022, disponible en <https://shs.cairn.info/revista-araucaria-2022-1-page-217?lang=es>.
- L. G. Y. Plazarte, *El uso de la inteligencia artificial en la manipulación de la información periodística*, 2024. Tesis de licenciatura, archivada en la Universidad Técnica de Babahoyo, (Ecuador).
- L. T. L. Terren, R. B. R., Borge-Bravo, *Echo Chambers on Social Media: A Systematic Review of the literature*, in *Journal Transfer Notification*, vol. 9, 2021, disponible en <https://www.rcommunication.org/index.php/rcr/article/view/16>.
- M. A. B. Rangel, *El voto ciudadano: Ahí la llevamos*, in *Portal interior*, Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Nuevo León, disponible en [https://portalinterior.ieepcnl.mx/educacion/certamen\\_ensayo/segundo/Maria\\_de\\_%20los\\_Angeles\\_Banda\\_Rangel.pdf](https://portalinterior.ieepcnl.mx/educacion/certamen_ensayo/segundo/Maria_de_%20los_Angeles_Banda_Rangel.pdf).
- M. E. U. Mutis, R. A. C. García, *Reflexión sobre el principio de autonomía*, in *Observatorio Multicampus de ética y Bioética de la Universidad Libre (Omebul)*, disponible en <https://www.unilibre.edu.co/omebul/sobre-el-observatorio/nuestros-principios/reflexion-sobre-el-principio-de-autonomia>.
- M. J. C. Larrea, I. J. Ampuero, *Mensaje político y eficiencia electoral: microsegmentación en redes sociales en las elecciones seccionales de Quito*, en *Democracias*, vol. 7, 2019.
- M. L. S. Salazar, H. M. R. Gómez, *Toma de decisiones*, in *Desarrollo de competencias profesionales a través de la evaluación participativa y la simulación utilizando herramientas web*, ALFA III, n. 10, 2011, disponible en [http://dearade.udea.edu.co/aula/pluginfile.php/1150/mod\\_resource/content/1/Competencia\\_Toma\\_de\\_Decisiones.pdf](http://dearade.udea.edu.co/aula/pluginfile.php/1150/mod_resource/content/1/Competencia_Toma_de_Decisiones.pdf).
- Mckinsey & company, *The estate of IA in GCC countries – and how to overcome adoption challenges*, disponible en <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-state-of-ai-in-gcc-countries-and-how-to-overcome-adoption-challenges>.
- N. Robins-Early, *How did Donald Trump end up posting Taylor Swift deepfakes?*, in *The Guardian*, disponible en <https://www.theguardian.com/technology/article/2024/aug/24/trump-taylor-swift-deepfakes-ai>.
- N. Bobbio, *El futuro de la democracia*, México: Fondo de Cultura Económica, 1986, p. 14, disponible en <https://fundamentoscpuba.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/04/bobbio-norberto.-2012-1984.-el-futuro-de-la-democracia.pdf>.
- O. S. Muñoz, O. *La regulación de las campañas electorales en la era digital. Desinformación y microsegmentación en las redes sociales con fines electorales*, Madrid: Universidad de Valladolid, Centro de Estudios Políticos Constitucionales, 2020.

- P. Rosanvallon, *La democracia del siglo XXI*, in *Revista Nueva Sociedad*, n. 269, 2017, p. 149, disponible en [https://static.nuso.org/media/articles/downloads/EN\\_Rosanvallon\\_269.pdf](https://static.nuso.org/media/articles/downloads/EN_Rosanvallon_269.pdf).
- R. J. Neuwirth, *The dangers of subliminal AI manipulation*, in *S-Chronicles*, 2022, disponible en <https://repository.um.edu.mo/handle/10692/117136>.
- R. Stuart P. Norvig, *Inteligencia Artificial. Un enfoque moderno*, México: Pearson Educación, 2ª ed, 2004.
- RTS Labs, *Te future of politis in the Age of AI*, disponible en <https://rtslabs.com/future-of-politics-in-the-age-of-ai>.
- S. K. Medvic, *Understanding campaign Strategy*, New York: Routledge, 2006.
- S. Kim, J. Han, *Detecting Engagement Bots on Social Influencer Marketing*, in *International Conference on Social Informatics 2020. Lecture Notes in Computer Science*, 2020, disponible en [https://doi.org/10.1007/978-3-030-60975-7\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-030-60975-7_10).
- S. Kirkin, K. Melnyk, *Intelligent data processing in creating targeted advertising*, in *Proceedings of the 1st International Conference Computational Linguistics And Intelligent Systems*, 2017, disponible en [https://core.ac.uk/outputs/287920891/?utm\\_source=pdf&utm\\_medium=banner&utm\\_campaign=pdf-decoration-v1](https://core.ac.uk/outputs/287920891/?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1).
- S. M. Rampello, *Los sesgos en la toma de decisiones en revista Perspectivas*, in *Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas de la UNLPam*, vol. 9, n. 1, 2019, disponible en <https://repo.unlpam.edu.ar/handle/unlpam/4220>.
- S. Russell, P. Norvig, *Inteligencia Artificial. Un enfoque moderno*, México: Pearson Educación, 2 ed, 2004.
- Thomson Reuters, *Generative AI regulations considered for China EU, and US*, disponible en <https://insight.thomsonreuters.com/sea/business/posts/generative-ai-regulations-considered-for-china-eu-and-us>.
- UNESCO, *Elections in digital times: a guide for electoral practitioners*, p. 56 et seq. disponible en [https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1196&id=p::usmarcdef\\_0000382102&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach\\_import\\_72f09c8b-5b8e-436a-8951-dac7ce4ebfc9%3F\\_%3D382102eng.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000382102/PDF/382102eng.pdf#Elections-in-Digital-Times\\_WEB\\_20230522\\_indd%3A.39132%3A9389](https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1196&id=p::usmarcdef_0000382102&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_72f09c8b-5b8e-436a-8951-dac7ce4ebfc9%3F_%3D382102eng.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000382102/PDF/382102eng.pdf#Elections-in-Digital-Times_WEB_20230522_indd%3A.39132%3A9389).

Received on 28/10/2024

Approved on 08/11/2024