

REFORMA



IA Y REDES SOCIALES:

FOCOS ROJOS ELECTORALES

ADVIERTEN DESDE EL INE Y EL TRIBUNAL ELECTORAL SOBRE LOS RIESGOS DE LLEGAR A LOS COMICIOS DE 2027 SIN REGULAR A LA TECNOLOGÍA Y A LAS PLATAFORMAS QUE SUPLANTAN VOCES E IMÁGENES, DIFUNDEN INFORMACIÓN FALSA Y GENERAN CONTENIDOS CAPACES DE INHIBIR EL VOTO.

ÉRIKA HERNÁNDEZ

Rumbo a la elección de 2027, el uso de la Inteligencia Artificial y de las redes sociales serán “un dolor de cabeza” para el Instituto Nacional Electoral (INE) y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federal (TEPJF).

Magistrados y consejeros electorales advierten que llegar a la elección más numerosa y polarizada sin regular la tecnología y las plataformas digitales complicará la contienda electoral.

“No hablo solamente del uso de Inteligencia Artificial por parte de las autoridades. Hablo, sobre todo, de su capacidad para transformar las condiciones en las que se desarrolla una campaña electoral y en las que la ciudadanía forma su decisión”, advierte el Magistrado del Tribunal Electoral, Felipe Fuentes.

“Hoy podemos generar contenidos sintéticos prácticamente indistinguibles de un contenido auténtico; podemos reproducir la imagen



Podemos reproducir la imagen o la voz de una persona y atribuirle declaraciones que nunca realizó; podemos producir y distribuir información falsa a gran escala”.

Felipe Fuentes, Magistrado del Tribunal Electoral

o la voz de una persona y atribuirle declaraciones que nunca realizó; podemos producir y distribuir información falsa a gran escala y hacerlo, además, mediante mecanismos de microsegmentación capaces de dirigir mensajes distintos a grupos muy específicos de electores”, agrega.

En entrevista, el juez electoral aclara que por muchos años se pensaba que la propaganda era un mensaje identificable que se sabía de dónde venía y a quién iba dirigido.

Ahora, “la microsegmentación”, lamenta, modifica esa lógica, por lo que un mismo actor puede dirigir mensajes diferentes a distintos grupos de personas, de acuerdo con sus características, preferencias o comportamiento digital, sin que el resto de la sociedad conozca necesariamente esos mensajes.

“Desde la perspectiva de la justicia electoral, eso plantea problemas que apenas estamos comenzando a dimensionar. Éste es uno de los riesgos que debemos reconocer con claridad. La tecnología está evolucionando a una velocidad mayor que nuestras herramientas jurídicas”, detalla.

Sin embargo, aclara, aunque el sistema electoral cuenta con categorías para responder a determinados casos, como propaganda, calumnia, violencia política, fiscalización, libertad del sufragio o valoración probatoria, no existe un catálogo normativo y jurisdiccional

específicamente diseñado para responder a los deepfakes (contenido manipulado con Inteligencia Artificial), la microsegmentación política o determinadas formas de manipulación algorítmica.

“Y esa ausencia importa, porque el problema para un juez no consiste únicamente en advertir que una conducta puede ser social o democráticamente reprochable. Necesitamos determinar cuál es el derecho afectado, cuál es la norma aplicable, quién es responsable, cómo se acredita la conducta y qué consecuencia jurídica puede válidamente imponerse.

“No podemos crear infracciones ni sanciones donde la ley no las establece, pero tampoco podemos cerrar los ojos ante nuevas formas de afectación de derechos simplemente porque la tecnología utilizada para producirlas no existía cuando se diseñaron nuestras categorías jurídicas”, abunda el Magistrado.

Por ello, insiste, el reto será encontrar respuestas constitucionales sin sustituir al legislador, interpretar las categorías jurídicas existentes y garantizar una tutela efectiva de los derechos político-electorales.

En marzo, en su reforma electoral, la Presidenta Claudia Sheinbaum buscó regular la AI, y pese a que no fue un tema al que se opusieron sus aliados ni los partidos de Oposición, en la iniciativa final no lo incorporó.

“Todo contenido relacio-

nado a los procesos electorales que sea modificado o alterado mediante el uso de Inteligencia Artificial o cualquier otra tecnología, deberá estar etiquetado por su emisor para su identificación en los términos que establezca la ley. Las personas concesionarias de radio o televisión, así como las plataformas de servicios digitales, serán responsables de identificar, evitar la difusión y advertir sobre contenido no etiquetado”, establecía la propuesta. Incluso hablaba de sanciones.

El lunes pasado, Sheinbaum pidió al INE establecer límites a la propaganda política en redes sociales.

“Ellos tienen que definir reglas, características de lo que es la propaganda de las redes sociales, porque nosotros buscamos que esto quedara en la ley electoral, no se aprobó”, dijo la Mandataria.

Morena ha acusado a la Oposición de pagar miles de bots en redes sociales para hacer campaña sucia contra el partido y la Presidenta de la República.

El Tribunal Electoral podría establecer criterios únicamente a partir de que llegue un caso y aprueben una sentencia, mientras que en el INE no existen indicios de iniciar con la discusión. De acuerdo con funcionarios electorales, el organismo tendría hasta antes del arranque de las precampañas, en enero del 2027, para emitir lineamientos sobre IA y redes sociales en las campañas. ■

REGULACIÓN EN 'PAÑALES'



“La desinformación está erosionando la confianza de la ciudadanía, que no sabe cuál es la información correcta, completa, veraz, que tiene que verificar cuál es la fuente de esta información”.

Carla Humphrey, consejera electoral

centraleelectoral.ine.mx

En septiembre de 2024, la Sala Superior emitió, por primera vez, una sentencia que involucraba a la Inteligencia Artificial: en un spot del PAN, en el que criticaban el desempeño del Gobierno federal en materia de salud, apareció un menor creado a través de IA.

Los Magistrados ordenaron modificar los Lineamientos para la Protección de Niñas, Niños y Adolescentes en Materia de Propaganda y Mensajes Electorales y establecer parámetros en el uso de tecnologías digitales o IA cuando se involucre a menores.

Dos años después, el pasado 3 de septiembre, el INE estableció que cuando aparezcan menores de edad, los sujetos obligados deberán ajustar sus actos de propaganda político-electoral o mensajes en cualquier modalidad, incluidas redes sociales o cuando se usen tecnologías digitales, de la información o la inteligencia artificial.

En el resto de propaganda, el organismo no contempla medidas.

“El INE llega tarde en el uso de la Inteligencia Artificial. Por ejemplo, lo he propuesto, que es particularmente relevante para el procesamiento de grandes volúmenes de información, como en la fiscalización”, afirma la consejera Carla Humphrey.

“Me parece que necesitamos definir también criterios para la propaganda de los partidos políticos que utilicen la Inteligencia Artificial, un monitoreo de deepfakes y de contenidos sintéticos generados o alterados mediante Inteligencia Artificial”, añade.

En entrevista, dice que, con el auge de las redes sociales, la desinformación será un factor que puede inhibir la participación ciudadana.

“Más que nunca, la desinformación está erosionando la confianza de la ciudadanía, que no sabe cuál es la información correcta, completa, veraz, que tiene que verificar cuál es la fuente de esta información y ante tantas campañas de desinformación,

de deepfakes, pues pueden inhibir también la participación de la ciudadanía.

“Las elecciones deben desarrollarse con condiciones de libertad, por supuesto, en las que la ciudadanía pueda tomar decisiones informadas. Sin embargo, cuando la información veraz es sustituida por rumores, contenidos, incluso deliberadamente falsos o teorías conspirativas, la información al alcance se ve afectada y puede provocar que los electores emitan un voto no razonado o sustentado en información que no es verdadera”, advierte.

En el INE, Humphrey es la consejera que más promueve regular la tecnología. Incluso, cuando el organismo aprobó el monitoreo en medios durante precampañas y campañas, solicitó que se le diera seguimiento al uso de AI. Sin embargo, sus compañeros rechazaron su propuesta.

“Estamos dejando pasar la oportunidad de conocer cómo se utiliza la Inteligencia Artificial en las precampañas y campañas electorales y tener mayores insumos para poder regular su uso en los ciclos electorales. No sólo conocer cómo usan las precandidatas y candidatos con los partidos políticos y cómo generan contenido con estas herramientas, sino cómo la presentan los espacios noticiosos y el impacto dentro de los temas que se están discutiendo”, apuntó el 9 de julio pasado.

Esto, porque advirtió, la IA no va a desaparecer, al contrario, su uso se intensificará.

Por su parte, el consejero Arturo Chávez reconoce que al no estar reguladas ni monitoreadas, la Inteligencia Artificial como las redes sociales “se han convertido en un problema”.

“(Esto) por las noticias falsas, porque se puede suplantar tu voz, porque se puede suplantar tu imagen. Y creo que allí hay un riesgo que tenemos y que es importante pues empezar a tomar medidas. Ya empezamos en el INE, pero falta mucho”, indica. ■