

Aproximación al uso de inteligencia artificial en campañas políticas en Colombia

Trabajo de grado para optar por el título de Magíster en Gobierno y Relaciones
Internacionales

Autor
Rodrigo Cortés Borrero¹

Director
Dr. Roberto Garcia

Facultad de Gobierno y Relaciones Internacionales
Universidad Santo Tomás Sede Bogotá
Bogotá D,C
2024

¹ Estudiante de la Maestría en Gobierno y Relaciones Internacionales, Universidad Santo Tomás,
dec.derecho@ustavillavicencio.edu.co

Tabla de contenido

- Resumen* 4
- Abstract* 4
- Introducción* 5
- Planteamiento del Problema* 6
- Pregunta Problema:* 7
- Objetivo General* 7
- Objetivos Especificos:*..... 7
- Metodología Propuesta*..... 8
- Capítulo I. Marco conceptual aplicable a las campañas electorales e inteligencia artificial* 8
 - 1. Definición de Campaña Electoral 8
 - 2. Definición de Inteligencia artificial 9
 - 3. Definición de Redes Sociales 10
 - 4. Definición de Analítica de Datos 10
 - 5. Definición del Consejo Nacional Electoral de Colombia 11
 - 6. Definición de la Registraduría Nacional del Estado Civil 11
- Cap II. Usos de la inteligencia artificial en las campañas políticas y analisis de casos internacionales.*..... 12
 - 1. Usos y prácticas de IA frente a las campañas políticas..... 12
 - 2. Casos reales de usos de IA en campañas electorales en el etorno internacional..... 15
 - 2.1 Campaña Presidencial Argentina 15
 - 2.2 Campaña Política España 2023 16
 - 2.3 Campaña Presidencial Estados Unidos 2024 16
 - 2.4 Elecciones Europeas 2024 17
- III. Riesgos potenciales del uso de la inteligencia artificiales en las campañas políticas.* 18
 - 1. Tipología de riesgos 18
 - 2. Riesgos más potenciales en el uso de la IA en campañas electorales..... 21
- IV. Regulación jurídica de la Inteligencia artificial en las campañas políticas* 22
 - 1. Avances en Regulación Jurídica sobre IA en Colombia: 22
 - 2. Proyectos de ley en curso 23
- V. Organización Electoral en Colombia y su estado actual frente al uso de la IA* 24
 - 1. Registraduría Nacional del Estado Civil 24
 - 2. Consejo Nacional Electoral..... 25

| | |
|---------------------------|-----------|
| <i>Conclusiones</i> | 27 |
| <i>Bibliografía</i> | 29 |

Aproximación al uso de inteligencia artificial en campañas políticas en Colombia

Resumen

Las campañas políticas como escenarios ideales de confrontación de ideas, de ejercicios persuasivos, y de transmisión de mensajes, con el objetivo de obtener la atención de los votantes, se han visto expuestas a la transformación e implementación tecnológica; el uso de redes sociales, la necesidad de inversión en marketing digital, y conexos. Ahora bien, en ese marco la inteligencia artificial es y será una herramienta que cada vez más sea usada para dichos fines.

El presente trabajo de investigación, tiene como propósito procurar una aproximación de como la inteligencia artificial, se usará en las campañas electorales, trayendo consigo riesgos y desafíos, en donde lo que se espera es un correcto uso y regulación necesaria de los organismos electorales en Colombia.

Palabras Clave: Campañas Políticas, Inteligencia artificial, ciberseguridad.

Abstract

Political campaigns as ideal scenarios for the confrontation of ideas, persuasive exercises, and transmission of messages, with the aim of obtaining the attention of voters, have been exposed to technological transformation and implementation; the use of social networks, the need for investment in digital marketing, and related. Now, in this framework, artificial intelligence is and will be a tool that is increasingly used for these purposes.

The purpose of this research work is to provide an approximation of how artificial intelligence will be used in electoral campaigns, bringing with it risks and challenges, where what is expected is a correct use and necessary regulation of electoral organizations in Colombia.

Keywords: Political Campaigns, Artificial Intelligence, Cybersecurity.

Introducción

Durante el siglo XXI hemos visto el vertiginoso desarrollo tecnológico, entre ello el que nos genera mayor fascinación y miedo es la Inteligencia Artificial, que es importante decir no es algo que surge en estos tiempos, sino que se aceleró a la actualidad para revolucionar nuestra cotidianidad.

La inteligencia artificial como el punto culmen de múltiples esfuerzos de tecnificar el obrar humano, ha llevado a que nos repongamos la misma existencia humana, un estadio tal que nos ha permitido ver como lo que antes eran narrativas de ciencia ficción se han convertido en parte de nuestra realidad, con usos y prácticas que cada vez adaptamos y tomamos como propios.

La política no ha sido ajena, a lo que hoy podemos concebir como la “cuarta revolución industrial” y el uso de la inteligencia artificial ha empezado a adquirir un valor muy significativo en lo concerniente a los momentos de campaña electoral y a sus múltiples usos que le estamos y podremos darle.

Pero como en toda historia, la inteligencia artificial se convertirá en un protagonista de la política, a tal punto que los mismos políticos la usarán como hace muchos años la imprenta fue su mayor aliada, luego la radio, la televisión o la misma internet; no obstante esa protagonista trae consigo dimensiones desconocidas que deben ser analizadas con precaución desde el Derecho, la Ética y la misma Política.

En un mundo en donde la hiperconexión y la sobre exposición en redes sociales con un desmedido uso de la internet hacen parte de nuestros días, han llevado a una alta dependencia de la tecnología mediática para múltiples procesos humanos, entre ellos la forma en que se hace la política.

Como lo determina (Delgadillo, 2022):

Hasta hace unos años la discusión política en épocas electorales se daba principalmente en las plazas públicas, entre familias, amigos y compañeros de trabajo. En televisión y radio los candidatos pasaban horas explicando y debatiendo sus propuestas de plan de gobierno. Al día siguiente los periódicos y diarios se llenaban con editoriales, columnas de opinión y artículos de análisis. Los medios de comunicación eran el puente entre candidatos y ciudadanos. Pero eso cambió.

La masificación de las redes sociales ha significado cambios sociales y culturales en la forma como se diseñan las campañas electorales y ha trasladado una importante fuerza de la discusión al escenario digital. Es tal la magnitud del poder de la opinión en la red que muchos la han visto como un campo de batalla en el que no necesariamente se juega limpio.

Y es que no podemos negar, el impacto de las tecnologías de las comunicaciones en el quehacer político y es que la Política en su necesidad primaria de transmitir un mensaje que signifique una idea o un planteamiento ha requerido de múltiples canales y medios para lograr ese fin; sea el de comunicar, informar, persuadir o todo lo contrario ser una herramienta para fines poco loables en el ejercicio como la desinformación o el desprestigio.

Como lo indica (Valdez Zepeda & Vergara Ochoa, 2017):

“Sin embargo, este tipo de formas de entender, procesar y hacer política cambiaron sustancialmente, como resultado de las transformaciones en las estructuras económicas, políticas y sociales de la región. La modernización económica, la democratización y el desarrollo tecnológico generaron no sólo un nuevo tipo de sociedad, sino también una forma distinta de disputarse y ejercerse el poder político. En consecuencia, las campañas electorales de carácter competitivo cobraron una mayor importancia, transformándose de ritos protocolarios a ejercicios competitivos determinantes para el acceso y conservación del poder público”

Es así que la política desde sus distintas dimensiones tales como: desde el discurso, su estudio como ciencia, como análisis del argumento, como mecanismo de control social, como fin de lo social y construcción de la misma forma como la sociedad se erige organizadamente, ha mezclado múltiples factores que han llevado al uso de la inteligencia artificial como una herramienta hasta ahora poco explorada pero que en poco tiempo será tan relevante como el análisis de “*fakes news*”² o la analítica de datos para su ejecución y objetivos particulares.

Entendiendo que la política se logra ver intensificada en aquellos momentos en donde las sociedades se volcan a lo que en occidente denominamos como “*Democracia participativa*”, que en este caso concreto le denominaremos “*campañas electorales y momentos de elección*”, a través de aquellos mecanismos constitucionales y legales que se han concebido para tal fin.

Planteamiento del Problema

Es por ello, que en esta intensidad social que vemos en momentos de efervescencia y algidez como las campañas políticas, el uso de la inteligencia artificial traerá consigo unas prácticas nunca antes vista, que desafían esos escenarios meramente de ciencia ficción para convertirse en mecanismos decisivos de elección, ya que influirán significativamente en los procesos internos y externos durante la campaña política; lo cual traerá riesgos y desafíos que aún no se han logrado visualizar en totalidad.

Es aquí donde la regulación jurídica y el dinamismo legislativo, reglamentario o jurisprudencial de los estados permitirá que en dichos escenarios donde ya creíamos tener

² Este término es utilizado para conceptualizar la divulgación de noticias falsas que provocan un peligroso círculo de desinformación. (International Federation of Journalists -, 2024)

unas reglas claras, se deban repensar para un correcto ejercicio de uno de los mayores poderes y conquistas de las personas, el *derecho al sufragio*.

Consecuencia de ello, genera inquietudes como el Estado Colombiano, se ha ido preparando con vistas a la regulación, tratamiento y limitación o no del uso de la inteligencia artificial en las campañas políticas, el cual es el objeto de estudio de la presente investigación, frente a la estructura constitucional de la organización electoral, bajo lo dispuesto en el artículo 120 de la Constitución Política que establece:

“La Organización Electoral está conformada por el Consejo Nacional Electoral, por la Registraduría Nacional del Estado Civil y por los demás organismos que establezca la Ley. Tiene a su cargo las elecciones, su dirección y vigilancia, así como lo relativo a la identidad de las personas” (Asamblea Nacional constituyente, 1991)

Pregunta Problema:

¿Cómo se aborda el uso de la inteligencia artificial en campañas políticas en Colombia y cual es su regulación jurídica?

De la problemática planteada se procurará resolver en el desarrollo de los siguientes objetivos:

Objetivo General

Describir una prospectiva sobre el uso y regulación de la inteligencia artificial en las campañas políticas en Colombia.

Objetivos Específicos:

- Definir los conceptos aplicable a las campañas políticas y la inteligencia artificial.
- Describir los usos de la inteligencia artificial en las campañas políticas
- Analizar casos internacionales de uso de inteligencia artificial en campañas electorales.
- Identificar los riesgos potenciales del uso de la inteligencia artificiales en las campañas políticas.
- Determinar la regulación jurídica de la Inteligencia artificial en las campañas políticas.
- Delimitar las acciones de la Organización Electoral en Colombia frente al uso de la inteligencia artificial.

Metodología Propuesta

La metodología seleccionada para el abordaje del planteamiento problema objeto de la investigación, parte de unos postulados descriptivos y cualitativos.

Consecuencia de ello se desplegará una revisión exhaustiva de la literatura académica, artículos, y estudios de caso sobre el uso de IA en campañas electorales. Esto incluirá la búsqueda en bases de datos académicas y la revisión de publicaciones relevantes; así mismo se analizará campañas electorales recientes que hayan utilizado inteligencia artificial para identificar los usos y riesgos de la mismas en el marco de una campaña política.

Para concluir con el planteamiento de una prospectiva cualitativa sobre la regulación jurídica necesaria que permita regular el uso de la inteligencia artificial en Colombia de forma equitativa y transparente.

Capítulo I. Marco conceptual aplicable a las campañas electorales e inteligencia artificial

Con el propósito de aproximar conceptos aplicables a la presente investigación, es menester establecer una doble categoría conceptual de análisis; en un primer momento los conceptos aplicables directos a la investigación que son necesarios para su comprensión, y en segundo momento la definición de las autoridades electorales de Colombia como sujetos que materializan los conceptos primigenios y que son los entes llamados a la prospectiva y regulación de la problemática en la presente investigación.

1. Definición de Campaña Electoral

Como lo define la RAE (RAE, 2024) la campaña electoral se define como:

Conjunto de actividades desarrolladas por las candidaturas destinadas a la captación de sufragios.

Según la Red de Conocimientos Electorales (ACE Red de Conocimientos Electorales, 2024), que es un portal web que contiene el mayor conocimiento sobre elecciones en el mundo las define como:

A su vez, las campañas electorales son esfuerzos competitivos hechos por los candidatos y los partidos políticos para ganar el apoyo de los electores en el periodo que precede a una elección. Los candidatos recurren a una diversidad de técnicas para atraer votantes, desde comparecencias en

público y mítines hasta el uso de publicidad en los medios masivos de comunicación.

Aunado a lo anterior, se puede ahondar en la definición, tales como es conceptualizado en el artículo Inteligencia artificial y su uso en las campañas electorales en sistemas democráticos: las campañas electorales son procesos intensos de proselitismo y cortejo de los electores, que realizan los partidos y sus candidatos, en la búsqueda de los votos de los ciudadanos. (Valdez Zepeda, Aréchiga, & y Daza Marco, 2024)

En otras palabras, la campaña electoral abarca todas las acciones y estrategias que se realizan para obtener el voto de los ciudadanos y lograr la elección de los candidatos. Estas actividades pueden incluir propaganda, debates, eventos públicos, comunicación en redes sociales y más. La legislación electoral regula y establece los límites y condiciones para llevar a cabo estas acciones durante el período de campaña.

2. Definición de Inteligencia artificial

Como lo define (IBM, 2024), la inteligencia artificial (IA):

Es un campo de estudio en las ciencias de la computación que se enfoca en crear sistemas informáticos capaces de imitar la inteligencia humana y realizar tareas que normalmente requieren habilidades cognitivas e intelectuales.

El objetivo de la inteligencia artificial es crear dispositivos capaces de pensar, adquirir conocimientos, tomar elecciones y abordar desafíos de una forma que se asemeje al enfoque humano.

En el libro Artificial intelligence: a modern approach se presenta que:

...se intentó abarcar las principales cuestiones de IA; entre ellas, se definieron las destinasiones informáticas que tendrían estos modelos inteligentes, comprendidos en: aprender, razonar, actuar y comunicarse de manera eficiente (Russell & Norvig, 2016).

Por lo anterior, y con este fin, se distribuyeron en grupos que reflejan sus habilidades, organizando la inteligencia artificial en las siguientes áreas: resolución de problemas; deducción lógica; ejecución basada en principios lógicos; comprensión y deducción en situaciones de incertidumbre; proceso de aprendizaje; y finalmente, interacción, interpretación sensorial y respuesta física.

Estos sistemas pueden procesar grandes cantidades de datos y utilizar algoritmos para realizar predicciones, clasificaciones y otras acciones basadas en la información disponible.

La inteligencia artificial abarca varios subcampos, como el aprendizaje automático y el aprendizaje profundo. Estos subcampos utilizan algoritmos para entrenar sistemas informáticos y mejorar su desempeño a medida que se exponen a más datos. Por ejemplo, los modelos de IA pueden reconocer patrones en imágenes, traducir idiomas, predecir el comportamiento del mercado financiero o incluso generar respuestas coherentes en lenguaje natural.

3. Definición de Redes Sociales

Una red social es un término usado para describir una variedad de plataformas, aplicaciones y tecnologías que permiten a las personas interactuar socialmente con otros a través de la web. (Senra, 2020). En este sentido, se pueden tipificar de acuerdo con el portal de conceptos.de, de la siguiente manera:

3.1 Redes sociales horizontales o genéricas: Se trata de redes sociales que no tienen una temática concreta, sino que están dirigidas a todo tipo de usuarios. Estas redes actúan como medio de comunicación, información o entretenimiento. Son muchos y populares, por ejemplo, Facebook o Twitter. (concepto.de, s.f.)

3.2 Redes sociales verticales. Son redes sociales que unen a personas con determinados intereses comunes, como la música, las aficiones, los deportes. Por ejemplo, Flickr, una red social centrada en la fotografía. Dentro de estas redes, existen redes profesionales verticales, como LinkedIn, que incluyen personas que comparten el mismo entorno laboral o quieren ampliar sus límites laborales. (concepto.de, s.f.)

4. Definición de Analítica de Datos

Como lo ha establecido (Amazon, 2024):

El análisis de datos convierte datos sin procesar en información práctica. Incluye una serie de herramientas, tecnologías y procesos para encontrar tendencias y resolver problemas mediante datos. Los análisis de datos pueden dar forma a procesos empresariales, mejorar la toma de decisiones e impulsar el crecimiento empresarial.

El análisis de datos es la práctica de trabajar con datos para obtener información útil que pueda utilizarse para tomar decisiones con conocimiento de causa. (Coursera, 2024)

En otras palabras, implica recopilar, transformar y organizar datos con el objetivo de sacar conclusiones, hacer predicciones y guiar la toma de decisiones.

5. Definición del Consejo Nacional Electoral de Colombia

El Consejo Nacional Electoral, definido en el Artículo 120 de la Constitución Política de Colombia, constituye una entidad autónoma que, junto con la Registraduría Nacional del Estado Civil, conforma la estructura de la Organización Electoral del país.

El CNE está compuesto por (9) magistrados electos por el Congreso de la República por un periodo de (4) años mediante el sistema de cifra repartidora Artículo 264 Constitución Política Colombiana. (CNE, 2024)

Según su portal información, (CNE, 2024) sus Objetivos Estratégicos:

- Promocionar la cultura democrática.
- Fortalecer la participación política.
- Promover la confianza ciudadana.
- Trabajar por el reconocimiento institucional.



Ilustración 1 Funciones Especiales CNE 2024

6. Definición de la Registraduría Nacional del Estado Civil

La Registraduría Nacional del Estado Civil (Registraduría Nacional del Estado Civil, 2024):

Es una entidad con autonomía administrativa, contractual y presupuestal, organizada de manera desconcentrada, que tiene a su cargo el registro de la vida civil e identificación de los colombianos y la realización de los procesos electorales y los mecanismos de participación ciudadana, con plenas garantías para los colombianos.

La entidad se organiza en dos niveles, el nivel central, con competencia nacional, y el nivel desconcentrado, cuya competencia está circunscrita a una circunscripción territorial específica. Los dos niveles participan en el diseño de los planes, políticas y programas generales de la administración, así como en su ejecución.

En su nivel central, la entidad cuenta con dos registradurías delegadas, una en lo electoral y otra para el registro civil y la identificación; mientras que en el nivel desconcentrado cuenta con delegaciones departamentales, una registraduría distrital y registradurías especiales, municipales y auxiliares.

Como se evidencia, de constitucionalmente es una entidad rectora en el ámbito de la participación política y democrática que en el estado colombiano garantiza la identificación plena de los ciudadanos.

Teniendo claridad de los anteriores postulados, se abordará los distintos usos prácticos y casos reales que en el entorno internacionales se han evidenciado.

Cap II. Usos de la inteligencia artificial en las campañas políticas y análisis de casos internacionales.

1. Usos y prácticas de IA frente a las campañas políticas.

A continuación siguiendo la estructura propuesta por (Valdez Zepeda, Aréchiga, & y Daza Marco, 2024, págs. 63-76) se construye una tabla sobre aquellos usos y prácticas que están y se podrán incorporar en las campañas políticas a través de la Inteligencia artificial:

| | |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| a) Planeación de la campaña electoral. | Utilizando la inteligencia artificial es posible planificar estratégicamente campañas electorales, determinar una hoja de ruta o plan estratégico de campaña para obtener el mayor número posible de votos del pueblo durante un período de tiempo y espacio determinado. (Valdez Zepeda, Aréchiga, & y Daza Marco, 2024) |
| b) Conocimiento del elector | Utilizando la inteligencia artificial, podemos conocer más profundamente a los votantes para intentar influir en su comportamiento, aprendiendo sobre sus preferencias y obsesiones políticas, sus gustos y aversiones, sus emociones y sus agravios. (Valdez Zepeda, Aréchiga, & y Daza Marco, 2024) |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>c) Segmentación de votantes.</p> | <p>Utilizando inteligencia artificial, se pueden analizar datos demográficos, comportamiento en línea y registro de votantes para dividir a los votantes en grupos específicos. (Valdez Zepeda, Aréchiga, & y Daza Marco, 2024)</p> |
| <p>d) Análisis del humor social (sentimientos y emociones de los electores) en redes sociales</p> | <p>Utilizando herramientas de inteligencia artificial, las redes sociales pueden ser monitoreadas y analizadas para brindar comentarios, opiniones sobre candidatos, candidatas y temas considerados populares en una campaña política. (Valdez Zepeda, Aréchiga, & y Daza Marco, 2024)</p> |
| <p>e) Optimización de la publicidad digital.</p> | <p>Otra oportunidad para utilizar la IA podría ser centrarse en la gestión eficaz de campañas publicitarias en Internet, identificando las plataformas y anuncios que ofrecen el mejor retorno de la inversión (ROI), es decir, un mayor impacto en el grupo objetivo, permitiendo la optimización y garantía de los recursos. garantizar que el mensaje llegue a los votantes adecuados. (García, 2022)</p> |
| <p>f) Generación de contenido automatizado</p> | <p>Al aprovechar las herramientas de generación de lenguaje natural con inteligencia artificial, se pueden desarrollar y adaptar mensajes para atraer a audiencias diversas y mantener una presencia constante en el ciberespacio. (Romero Fierro, 2023)</p> |
| <p>g) Predicción de resultados electorales.</p> | <p>Utilizando modelos de aprendizaje automático, la IA puede analizar datos históricos y de encuestas para predecir con mayor precisión los resultados electorales, lo que permite a las campañas comprender las posibles tendencias de votación y centrar los esfuerzos en áreas geográficas, poblaciones específicas o áreas clave de preocupación. (Gómez, 2019)</p> |
| <p>h) Detección de noticias falsas y desinformación.</p> | <p>De manera similar, la inteligencia artificial se puede utilizar para detectar noticias falsas, medios distorsionados y otras formas de desinformación en Internet. Esta acción fue necesaria para mantener la integridad de la campaña, no solo evitando la difusión de información errónea sino también respaldando el mensaje de la campaña con hechos verificables. (López López, Mila Maldonado, & Ribeiro, 2023)</p> |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>i) Análisis de discurso y debate en tiempo real.</p> | <p>Durante momentos de acción, como debates o discursos en vivo, la IA puede analizar el contenido en tiempo real para evaluar la efectividad del mensaje y brindar retroalimentación inmediata a los candidatos. (Valdez Zepeda, Aréchiga, & y Daza Marco, 2024)</p> |
| <p>j) Chatbots y asistentes virtuales.</p> | <p>Los chatbots y asistentes virtuales impulsados por inteligencia artificial son herramientas que pueden responder las preguntas de los votantes en sitios web y redes sociales las 24 horas del día, brindando información sobre candidatos, plataformas y más, e incluso dónde votar y cómo registrarse para votar. Gracias a esto podrás atraer rápidamente la atención de personas interesadas en recibir información sobre este tema en cualquier momento. (Følstad, 2017)</p> |
| <p>k) Microfocalización o personalización de mensajes</p> | <p>La IA también puede ayudar a que las campañas adapten mensajes específicos a audiencias muy pequeñas, por ejemplo, identificando cuestiones importantes para los grupos minoritarios de votantes en un distrito determinado. (Romero Fierro, 2023)</p> |
| <p>l) Predicción de comportamiento del votante y tendencias de voto</p> | <p>A través del análisis de datos, la inteligencia artificial puede predecir el comportamiento futuro de los votantes, como la probabilidad de votar por un candidato, una coalición e incluso las tasas de abstención en particular. La información proporcionada continuamente nos permite desarrollar estrategias de persuasión y campaña más efectivas dirigidas a votantes indecisos. (Gómez, 2019)</p> |
| <p>m) Impulso de campañas de contraste.</p> | <p>Utilizando la inteligencia artificial, es posible promover campañas contrastantes destinadas a reducir las posibilidades de éxito de los oponentes, informando a la población sobre los aspectos negativos, la historia cuestionable, los errores y excesos del competidor. (Ismael Crespo, 2020)</p> |
| <p>n) Visitas domiciliarias.</p> | <p>La inteligencia artificial puede ayudar a identificar los intereses específicos de los votantes en un momento y lugar determinados, lo que puede ayudar a garantizar que las visitas domiciliarias de candidatos, activistas o partidarios de un partido político o grupo de campaña en particular sean más</p> |

| | |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | informativas y logren el objetivo de persuasión deseado, ganar. (Hernández Megías, 2020) |
| o) Construcción de imagen pública. | Construir una imagen pública de los candidatos y políticos favorecidos por los votantes al comprender los rasgos, características, actitudes, acciones, comportamientos y comportamientos que los votantes identifican y valoran. Precio más alto. (Arcila Calderon, 2017) |
| p) Proceso de legitimación | La inteligencia artificial también puede ser útil en el proceso de legitimación política de un líder, organización o proyecto político en particular, ya que ayuda a obtener información precisa y actualizada sobre los pensamientos, sentimientos, emociones y descontento de los votantes. (Giansiracusa, 2023) (Brennan Center, 2023). |

Tabla 1 Elaboración Propia, Información tomada de (Valdez Zepeda, Aréchiga, & y Daza Marco, 2024)

Aunado a lo anterior uno de los usos con mayor crecimiento frente a los entornos electorales, será el uso de la Inteligencia Artificial en el fortalecimiento, implementación y ejecución de medidas de ciberseguridad, que permitan blindar y asegurar al candidato, a su equipo, la información, datos y demás activos de relevancia para la contienda política.

2. Casos reales de usos de IA en campañas electorales en el entorno internacional

En los últimos años candidatos y partidos han recurrido a materializar las anteriores prácticas que se esbozaron en el siguiente análisis de casos reales:

2.1 Campaña Presidencial Argentina

El artículo del New York Times titulado ***Las campañas electorales de Argentina recurren a la IA*** (Nicas & Herrera, 2023) aborda cómo la inteligencia artificial (IA) influyó en las elecciones en Argentina. El uso de imágenes generadas por IA, por los candidatos y sus equipos de campaña crearon contenido visual impactante para atraer a los votantes.

Estas imágenes, que a menudo parecen reales, estuvieron diseñadas para evocar emociones fuertes y persuadir a la audiencia. La tecnología ha avanzado hasta el punto en que es difícil

distinguir entre una imagen real y una generada por IA, lo que plantea preguntas sobre la ética y la transparencia en el uso de estas herramientas en contextos políticos.

Evocar a uno de los candidatos como un líder del comunismo o al otro como un protagonista de una película de ciencia ficción, presento en Argentina un desafío aun mas fuerte, que genera mayor división y fracturación sectaria e ideológica.

2.2 Campaña Política España 2023

Como lo describe el portal RTVE (Lecue, 2024):

Los casos de uso de inteligencia artificial en el contexto de una campaña electoral en España son escasos, no obstante algunos de ellos:

- *En Comú Podem presentó hace cerca de un año un spot compuesto por imágenes generadas por IA para ilustrar visiones alternativas del futuro de Cataluña. El mismo vídeo enfatizaba la importancia de la inteligencia colectiva sobre la artificial.*
- *Carles Puigdemont y Pedro Sánchez de la mano protagonizan el primer cartel de campaña generado por inteligencia artificial (IA) de la política española. La imagen, presentada por Ciudadanos Cataluña, está acompañada por el texto "Detenlos" y pone el foco sobre la incorporación de la IA a la comunicación política.*
- *El diputado de Vox Espinosa de los Monteros le indicó en el Congreso de los Diputados a Nadia Calviño que había "preguntado a ChatGPT cómo detectar si una ministra de economía manipula las estadísticas". La propia Calviño publicó en X, en junio de 2023, un selfie editado mediante IA, que muestra a varios rostros del PSOE con apariencia de niños pequeños.*

Múltiples casos que han empezado a surgir en la política del Reino de España, que denotan el uso desde distintas orillas políticas para diversos fines.

2.3 Campaña Presidencial Estados Unidos 2024

Como lo indica la BBC (Spring, 2024):

BBC Panorama descubrió decenas de deepfakes que mostraban a personas afroamericanas apoyando al mandatario, quien aspira a regresar a la Casa Blanca en los comicios de finales de este año.

Los partidarios del expresidente estadounidense Donald Trump han estado creando y compartiendo imágenes falsas de votantes negros generadas por

inteligencia artificial (IA) para alentar a los afroamericanos a votar por los republicanos.

El cofundador de Black Voters Matter, un grupo que anima a los negros a votar, dijo que las imágenes manipuladas estaban impulsando una "narrativa estratégica" diseñada para mostrar a Trump como popular en la comunidad negra.

2.4 Elecciones Europeas 2024

Como lo describe el portal Euro News, (Carlo, 2024)

En la última década, los partidos populistas contrarios a la UE han confiado a menudo en gran medida en el uso de las redes sociales para atraer apoyo, y los investigadores creen que la IA podría convertirse en la última herramienta a su disposición.

"Los partidos euroescépticos han llevado a cabo tradicionalmente campañas de desprestigio contra las élites de la UE y los opositores eurófilos", dijo Pirro.

"La IA facilitará inevitablemente la creación de este tipo de contenidos, haciéndolos parecer más reales a medida que avance la tecnología".

En el Reino Unido, por ejemplo, la campaña a favor del Brexit recurrió en gran medida a las redes sociales para criticar a la UE. Las investigaciones posteriores descubrieron que varias declaraciones engañosas o inexactas, o "noticias falsas", se difundieron ampliamente en línea y que los bots automatizados en plataformas como Twitter (ahora conocida como X) aumentaron en el periodo previo al referéndum.

Por ende, es la constante preocupación que la Unión Europea ha manifestado y sobre la urgencia de regulación que se ha hecho realidad frente a la Inteligencia artificial.

Los anteriores análisis breves de situaciones electorales y políticas en los últimos 2 años, evidencian que el uso de la IA y sus derivados está adquiriendo una connotación que cada vez impacta en el desarrollo de los procesos democráticos, y este incremento de usos y prácticas trae consigo una serie de riesgos que se analizan a continuación.

III. Riesgos potenciales del uso de la inteligencia artificiales en las campañas políticas.

1. Tipología de riesgos

El empleo de la inteligencia artificial (IA) en las campañas políticas conlleva una serie de riesgos potenciales que pueden comprometer la integridad del proceso democrático. Entre estos riesgos se incluyen la propagación de desinformación mediante deepfakes y bots, la manipulación de la opinión pública a través de algoritmos que segmentan y personalizan mensajes con gran precisión, y la falta de transparencia en las decisiones automatizadas.

Además, la IA puede perpetuar sesgos preexistentes y violar la privacidad de los votantes al recopilar y analizar grandes volúmenes de datos personales. Estos desafíos resaltan la necesidad de implementar regulaciones y medidas de protección adecuadas para asegurar que la tecnología se utilice de manera ética y responsable en el ámbito político.

| | |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| a) Manipulación y Desinformación | La IA puede ser utilizada para crear y difundir contenido falso o engañoso, afectando la percepción de los votantes y la integridad de las elecciones. (Troncoso, 2023) |
| b) Perfiles Falsos | A su vez creación de perfiles falsos en redes sociales para difundir propaganda política. En una observación inicial, todo podría parecer inofensivo, sin embargo, en numerosas ocasiones resulta ser peligroso, ya que tiene el potencial de convertirse en una amenaza significativa. |
| c) Sesgos y Discriminación | Los algoritmos de inteligencia artificial tienen la capacidad de manifestar sesgos preexistentes presentes en los conjuntos de datos utilizados para su entrenamiento. Esto puede conducir a la toma de decisiones que resulten discriminatorias o falten a la equidad, utilizados para segmentar audiencias y dirigir mensajes a través de la creación de algoritmos que refuercen la polarización y la división en la sociedad. |
| d) Información limitada y percepción de los votantes | Como lo establece (Moreno, 2014) la creación de burbujas de información que limitan la exposición a diferentes puntos de vista y uso de técnicas de microtargeting para influir en la percepción de los votantes. |

| | |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>Con el uso de estos algoritmos personalizados el sistema presupone, en base a tu conducta en la web o a criterios anteriormente enumerados, lo que es más relevante para ti, por lo que muestra solo lo que quieres ver y filtra otras perspectivas. Este hecho se conoce como filtros de información, burbujas de información o burbujas de filtro.</p> |
| <p>e) Privacidad y violación de Datos</p> | <p>Al recopilar y analizar datos personales, su uso indebido de datos personales para influir en la toma de decisiones electorales.</p> <p>Como bien lo indica (Gonzalez Disla, 2019):</p> <p>Del mismo modo, la capacidad de tomar decisiones personales íntimas sin interferencia del gobierno se considera un derecho de privacidad, al igual que la protección de la discriminación basada en ciertas características personales (como raza, género o genoma).</p> |
| <p>f) Vigilancia</p> | <p>La recopilación masiva de datos para alimentar modelos de IA puede comprometer la privacidad de los ciudadanos y dar lugar a una vigilancia excesiva. (Pombo, 2022)</p> |
| <p>g) Amenazas Cibernéticas</p> | <p>La dependencia de sistemas de IA en campañas políticas los hace vulnerables a ataques cibernéticos, como la manipulación de resultados o la divulgación de información sensible (LaChapelle & Tucker, 2023).</p> |
| <p>h) Falta de Transparencia</p> | <p>La opacidad en los algoritmos de IA dificulta la comprensión de cómo se toman decisiones, lo que puede socavar la confianza pública. (Troncoso, 2023)</p> |
| <p>i) Inequidad Electoral</p> | <p>El acceso desigual a la tecnología y la capacitación en IA podría ampliar la brecha entre partidos y candidatos. (Troncoso, 2023)</p> |
| <p>j) Manipulación de Opinión Pública</p> | <p>La IA puede ser utilizada para crear perfiles detallados de votantes y personalizar mensajes para influir en sus opiniones. (Troncoso, 2023)</p> |
| <p>k) Integridad Electoral</p> | <p>La posibilidad de hackear sistemas de votación o alterar resultados podría socavar la confianza en el proceso democrático. (LaChapelle & Tucker, 2023)</p> |

| | |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>l) Desempleo y Automatización</p> | <p>La automatización impulsada por la IA podría afectar negativamente el empleo humano, especialmente en áreas como la comunicación y la publicidad. (Stanford Institute for Human-Centered Artificial Intelligence, 2021)</p> |
| <p>m) Perfiles psicográficos</p> | <p>Creación de perfiles psicográficos para dirigir mensajes específicos a grupos vulnerables.</p> <p>Como lo indica (Cedeño, 2020):</p> <p><i>Un perfil psicográfico contiene información sobre los intereses, pasatiempos, desencadenantes emocionales y opciones de estilo de vida de una persona, entre otros datos.</i></p> |
| <p>n) Uso de Bots</p> | <p>Uso de bots para amplificar discursos polarizantes y generar confrontación.</p> <p>Bien lo describe (Robles., Guevara, Casas-Mas, & Daniel, 2022):</p> <p><i>Esta circunstancia puede ser consecuencia de la polarización que reciben de los principales agentes políticos: partidos, organizaciones, medios, etc., con lo que nos encontraríamos ante un fenómeno de contagio.</i></p> |
| <p>o) Deepfakes</p> | <p>Según (LISA Institute, 2024):</p> <p><i>Los Deepfakes o "falsedades profundas" son archivos de vídeo, imagen o voz manipulados mediante un software de inteligencia artificial de modo que parezcan originales, auténticos y reales.</i></p> <p>Con el objetivo de crear deepfakes para difamar a candidatos o manipular discursos.</p> |
| <p>p) Dependencia excesiva de la tecnología</p> | <p>El generar una dependencia excesiva, impacta en la posibilidad de reducir la participación ciudadana directa, al estar esperando el factor y el acceso tecnológico, lo cual en países con altas brechas digitales termina socavando la participación democrática.</p> |

| | |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| q) Desconexión Ciudadana | La automatización excesiva podría alejar a los ciudadanos de la política, reduciendo la participación y el compromiso. (Troncoso, 2023) |
| r) Espionaje Político | Posibilidad de que la IA sea utilizada para el espionaje político o la interferencia extranjera en elecciones. |
| s) La IA como creador de crisis | Riesgo de que la IA sea utilizada para generar crisis políticas o sociales. |
| t) Vacíos regulatorios | Falta de regulación adecuada para controlar el uso de inteligencia artificial en campañas políticas. |

Tabla 2 Elaboración propia, 2024

2. Riesgos más potenciales en el uso de la IA en campañas electorales

Frente a los anteriores riesgos es importante resaltar dos de ellos:

El primero el referente a los **sesgos algorítmicos**, debido a que es el escenario que presenta mayores desafíos al posibilitar que situaciones discriminatorias, de desinformación, de violación de datos personales entre otras, permitan impactar en la forma en que se aplica la IA en los diversos procesos democráticos; esto demanda una serie de medidas legales y técnicas que exigen al desarrollo de la IA en un marco ético; para que no termine en una herramienta que genere polarización, división o desinformación que resulte desdibujando el uso de la IA, no obstante la ausencia regulatoria y la falta de controles en el desarrollo de las tecnologías de la IA serán uno de los principales retos en los entornos electorales, frente a este aspecto.

El segundo hace relación a las medidas de **ciberseguridad**, que son de múltiples frentes, aspectos en seguridad de la información en los procesos de campaña antes de las elecciones, el manejo de las bases de datos y de la información de partidos y candidatos; ahora bien el otro frente hace relación a las instituciones electorales, sus portales que demandan de herramientas que blinden sus servicios y fiabilidad; a su vez, los aspectos relativos a los resultados electorales durante y posterior del momento de las elecciones que exigen de medidas robustas para que den respuesta a la transparencia de los ejercicios democráticos.

Lo anterior, permite concluir que aspectos tales como sesgos y medidas de ciberseguridad, deberán ser los postulados prioritarios en cualquier regulación de IA para el uso en campañas electorales.

IV. Regulación jurídica de la Inteligencia artificial en las campañas políticas

El estado actual de las campañas electorales en Colombia abarca varios aspectos, incluyendo lo jurídico, lo digital y lo social, en este acápite se analizará que se ha desplegado frente a la inteligencia artificial.

1. Avances en Regulación Jurídica sobre IA en Colombia:

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| La Política Nacional para la Transformación Digital e Inteligencia Artificial | El CONPES 3975 emitido por el (Departamento Nacional de Planeación, 2019) establece la Política Nacional para la Transformación Digital e Inteligencia Artificial en Colombia. Aunque no es específicamente una ley, es un marco importante que impulsa la adopción de la IA. |
| Marco Ético para la IA | El conjunto de principios éticos que rigen la inteligencia artificial en Colombia fue creado por el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República junto con el Consejero Presidencial para Asuntos Económicos y Transformación Digital. Este marco ético sirve como una guía para el diseño, desarrollo y puesta en marcha de sistemas de inteligencia artificial. Algunos de los principios incluyen la transparencia, explicación, privacidad, control humano, seguridad, responsabilidad y no discriminación. (Departamento Administrativo de la Presidencia de la República, 2021) |
| Otras Normatividades | Ley 1581 de 2012 Protección de Datos Personales y la Ley 527 de 1999 de Comercio Electrónico y Firmas Digitales. |

Tabla 3 Elaboración Propia, 2024

Como lo describe (Fonseca Uribe, 2023):

Colombia ya ha tomado iniciativas para proporcionar un marco regulatorio para el desarrollo de nuevas tecnologías, incluyendo la IA. En 2019, se publicó el Conpes 3975, con el propósito de formular una política nacional para la transformación digital e AI. Además, en el mismo año, Colombia se adhirió al acuerdo sobre AI de la OCDE, estableciendo los 5 principios clave para el desarrollo de la IA.

A pesar de estas iniciativas, aún carecemos de una regulación exhaustiva en materia de IA, generalmente basándonos en principios proporcionados por la normativa de privacidad, consumidor y competencia. Sin embargo, dado el significativo avance de la IA, con aplicaciones como FlowGPT, ChatGPT,

Gemini, Perplexity, y los progresos regulatorios de la Unión Europea, es crucial prepararse para los cambios normativos que tendremos en el futuro.

2. Proyectos de ley en curso

| # | Proyecto | Título | Cámara de origen | Tipo de ley | Iniciativa | Estado | Plazos de aprobación ^[1] |
|---|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------|--------------|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 59/2023 | Por medio de la cual se establecen los lineamientos de política pública para el desarrollo, uso e implementación de inteligencia artificial y se dictan otras disposiciones | Senado | Ordinaria | Congresional | Pendiente discutir ponencia segundo debate | 20 de junio de 2025 |
| 2 | 91/2023 | Mediante la cual se establece el deber de información para el uso responsable de la inteligencia artificial en Colombia y se dictan otras disposiciones | Senado | Ordinaria | Congresional | Pendiente discutir ponencia primer debate | 20 de junio de 2024 (primer debate) 20 de junio de 2025 (cuarto debate) |
| 3 | 130/2023 | Por medio de la cual se crea la armonización de la inteligencia artificial con el derecho al trabajo de las personas | Senado | Ordinaria | Congresional | Pendiente discutir ponencia primer debate | 20 de junio de 2024 (primer debate) 20 de junio de 2025 (cuarto debate) |
| 4 | 156/2023 | Por la cual se dictan disposiciones para el régimen general de protección de datos personales | Cámara | Estatutaria | Congresional | Pendiente discutir ponencia primer debate | 20 de junio de 2024 (cuarto debate) |
| 5 | 200/2023 | Por medio de la cual se define y regula la inteligencia artificial, se establecen límites frente a su desarrollo, uso e implementación y se dictan otras disposiciones | Cámara | Estatutaria | Congresional | Pendiente discutir ponencia primer debate | 20 de junio de 2024 (cuarto debate) |
| 6 | 225/2024 | Por medio del cual se modifica y establece un agravante al artículo 296 de la ley 599 del 2000, Código Penal Colombiano. (Suplantación personal usando IA) | Senado | Ordinaria | Congresional | Pendiente rendir ponencia primer debate | 20 de junio de 2024 (primer debate) 20 de junio de 2025 (cuarto debate) |
| 7 | 255/2024 | Por la cual se establecen lineamientos de uso de inteligencia artificial para mejorar la eficiencia en disminución de siniestros viales y sus costos, automatizando los procesos de análisis y control de riesgos de siniestralidad vial en tiempo real con IA | Cámara | Ordinaria | Congresional | Pendiente rendir ponencia primer debate | 20 de junio de 2024 (primer debate) 20 de junio de 2025 (cuarto debate) |

Ilustración 2 Gráfica tomada (Martínez, 2024)

Ahora bien como se puede evidenciar hay un claro vacío de regulación jurídica específica frente al uso de la inteligencia artificial en cuanto al sector electoral y no se avisa una pronta regulación, no obstante eso no significa que el uso de la inteligencia artificial y de la tecnología en general estén siendo ajeno de las mismas instituciones responsables:

V. Organización Electoral en Colombia y su estado actual frente al uso de la IA

1. Registraduría Nacional del Estado Civil

En el marco de la organización electoral en Colombia la RNEC, ha avanzado frente a esta implementación tecnológica en varios frentes:

Como lo indica la (Registraduría Nacional del Estado Civil, 2024) en el año **2008**:

La Registraduría Nacional del Estado Civil comenzó a trabajar en planes piloto para incluir componentes biométricos en los certámenes electorales. La primera prueba piloto que se realizó en unas elecciones fue en las consultas de partidos y movimientos políticos del 26 de octubre de 2008. Durante esta prueba la Registraduría instaló 67 lectores biométricos en cuatro ciudades.

Este mecanismo consiste en identificar o autenticar plenamente al elector que se acerca a votar con un documento de identidad, evitando las posibles suplantaciones. La autenticación se realiza mediante el cotejo de la huella dactilar y la información encriptada que hay en la cédula de ciudadanía. La información se confronta con la información dactilar del ciudadano que reposa en los archivos de la Registraduría Nacional del Estado Civil. Esta identificación biométrica se realiza en cumplimiento del artículo 39 de la Ley 1475 de 2011, y garantiza que se evite el fraude por suplantación de sufragante.

Como lo Indica la (Registraduría Nacional del Estado Civil, 2021), mediante la Circular Externa No. 011 del 05 de febrero de **2021** presentó oficialmente la Cedula Digital.

La nueva cédula digital se implementó porque los colombianos requieren de mecanismos de identificación que les permitan acceder a servicios de manera rápida, ágil y confiable y les garanticen la seguridad de sus datos; todo esto, aprovechando las tecnologías de la información y las comunicaciones y evitando trámites innecesarios.

La cédula digital será la llave de acceso que permitirá habilitar el acceso a los servicios ciudadanos digitales del Estado y a las demás entidades que prestan sus servicios a través de internet y será uno de los medios para la autenticación digital.

La cédula digital permite dar cumplimiento a los planes de desarrollo y las políticas públicas que buscan hacer más eficientes y accesibles los servicios a cargo del Estado.

Como lo indica la (Registraduría Nacional del Estado Civil , 2023)

En el año 2023 creó su propio sistema de ciberseguridad, con el fin de evitar ataques a las diferentes plataformas digitales que se utilizarán en la preparación y logística de los comicios regionales del 29 de octubre para la elección de gobernadores, alcaldes, diputados, concejales y ediles.

Esta primera Sala de Análisis de Datos del Organismo Electoral está equipada con la tecnología necesaria para establecer posibles riesgos y contrarrestar todo tipo de ciberataques a los sistemas durante los certámenes electorales.

El (Senado de la República de Colombia, 2023) aprueba el voto electrónico mixto, la medida aplica para las elecciones posteriores al año 2026 y se implementaría de manera progresiva.

2. Consejo Nacional Electoral

El Consejo Nacional Electoral (CNE) ha establecido normas para el uso de medios digitales en propaganda electoral, incluyendo restricciones sobre publicidad en redes sociales y portales web,

El (Consejo Nacional Electoral, 2020):

Cambió su doctrina en cuanto al uso de las redes sociales para realizar propaganda electoral.

La sala en pleno decidió que el empleo de redes sociales, como: Facebook, Twitter e Instagram, para promover candidaturas a cargos o a corporaciones públicas de elección popular, constituyen publicidad y/o propaganda política.

Además, consideró que hacer publicidad política en estas redes en época prohibida, sí compromete la conducta de los candidatos. La propaganda únicamente podrá realizarse en medios de comunicación 60 días antes de la votación, y en espacio público 3 meses antes.

El CNE tuvo en cuenta las consideraciones de la Corte Constitucional: “La Internet, los sitios web, las redes sociales, y demás plataformas digitales, han sido catalogadas como medios de comunicación social por su carácter masivo, las cuales utilizan el espectro electromagnético.

El Consejo Nacional Electoral (CNE) en el año 2023 ha presentado a “Clara” así como lo describe (Villamil, 2023):

Una innovadora herramienta basada en inteligencia artificial diseñada para facilitar a los candidatos en las elecciones regionales el cumplimiento de la rendición de cuentas de sus campañas.

Clara, impulsada por IA (inteligencia artificial), tiene como objetivo responder preguntas en tiempo real relacionadas con el proceso de presentación de informes de ingresos y gastos de campaña.

La herramienta tiene la capacidad única de responder a cualquier pregunta en el contexto, sin limitarse a menús o listados de opciones predefinidos. Según el CNE, la aplicación comprende el lenguaje natural del usuario y proporciona respuestas de manera eficiente.

Clara opera las 24 horas del día, los siete días de la semana, brindando asistencia continua para atender las consultas de los candidatos en cualquier momento. La herramienta se destaca al no depender de información de internet, utilizando, en cambio, datos oficiales del Fondo de Financiación Política del Consejo Nacional Electoral, asegurando así la confiabilidad de la información proporcionada.

Como se logra evidencia aunque no existe la regulación específica acerca de la inteligencia artificial y los múltiples usos en el desarrollo de las campañas políticas, las entidades que hacen parte de la organización electoral si han dado paso para la implementación de herramientas basadas en IA con el fin de optimizar sus procesos.

Resultados

Como se logra evidenciar existe un vacío normativo de regulación jurídica específica sobre la inteligencia artificial en Colombia, no obstante el panorama es alentador por el número de proyectos de ley en curso y las iniciativas públicas y privadas que han permitido desarrollar bases mínimas de un desarrollo ético sobre la inteligencia artificial.

Sin embargo, el panorama si es desolador sobre la inexistente regulación específica de la inteligencia artificial en los entornos de campañas políticas, lo cual genera una conclusión inmediata y es los múltiples escenarios de riesgo por el uso en las próximas campañas electorales en Colombia, lo cual significaría una grave problemática a los pilares de la Democracia y la participación ciudadana.

Esto demanda la urgencia de construir regulaciones mínimas que exijan a los sujetos partícipes de los procesos políticos unas reglas claras en su uso y delimitación, ya que existe una nula interpretación jurisprudencial, técnica y electoral.

Conclusiones

Las campañas electorales se han tornado en escenarios en donde los candidatos y sus partidos ahora cuentan con más información de alta calidad sobre los electores, la elección y sus oponentes. Del mismo modo, los votantes también tienen acceso a más datos y antecedentes sobre los candidatos y partidos, ya sea a través de los medios de comunicación, los propios candidatos o terceros.

En el contexto de las campañas políticas, tanto los partidos como los candidatos aprovechan las nuevas tecnologías de manera más efectiva. Estas herramientas incluyen programas de diseño, dispositivos electrónicos para encuestas, bases de datos, redes sociales, cámaras y telefonía móvil. Además, la velocidad y la inmediatez de las comunicaciones han alterado el ritmo de los procesos políticos.

Antes, las campañas se basaban en estrategias más generales, pero ahora, gracias a la información detallada y la precisión que proporcionan las herramientas tecnológicas, los partidos políticos pueden dirigirse de manera más específica a los votantes. Esto incluye conocer detalles como la ubicación del elector, su afiliación política, patrones de votación, nivel socioeconómico, lugar de trabajo y beneficios gubernamentales recibidos. En resumen, la tecnología ha permitido un proselitismo más personalizado y dirigido.

Las encuestas sobre preferencias electorales y los estudios cualitativos han transformado la forma en que se predicen los resultados de las campañas políticas. Antes de la gesta electoral, se pueden dibujar escenarios y resultados posibles con cierta precisión, lo que influye en la conducta del elector. En otras palabras, estas encuestas no solo señalan posibles resultados, sino que también “orientan” a muchos votantes hacia candidatos o partidos que generalmente llevan la delantera.

Los medios de comunicación han adquirido un papel central en la sociedad actual, especialmente en el contexto político. Estos medios, como la televisión e Internet, se han convertido en canales privilegiados para influir en los electores. Los votantes obtienen información política y debaten sobre temas de la agenda pública a través de lo que ven, escuchan o leen en estos medios.

El surgimiento de un elector más informado o con acceso a informarse en tiempo real, con altos riesgos de ser influeciado, es una realidad.

Todo lo anterior de forma vertiginosa se ha acelerado con el uso de la Inteligencia artificial, el último de los eslabones tecnológicos que aterriza en la escena política, siendo una herramienta que transformará la forma de hacer campañas políticas desde la actualidad y hacia el futuro, sus innumerables aplicaciones y usos cada vez más se ampliarán, generando posibilidades que permitan en el espectro de la gestión de los partidos, el surgimiento de candidatos apoyados en tecnologías y la dinámica de hacer campañas en entornos reales y virtuales será algo cotidiano y de mucha inversión para los actores allí incluido; las formas de hacer política no serán la mismas.

No obstante, el uso de cualquier tecnología y más de una que hasta ahora estamos avizorando en su capacidades y constante evolución nos plantea una serie de desafíos, retos y riesgos que deben asumirse con mucha cautela y determinación, la necesidad de regulación jurídica, de reglas y estructuras éticas, son ahora el paso que se debe dar.

Aunado a la preparación urgente de las organizaciones electorales, para que estén en capacidad de afrontar el avance tecnológico apropiando la inteligencia artificial, pero delimitando su correcto uso.

La inteligencia artificial es esa frontera que creemos lejana y no cruzaremos como de forma ficticia la comprendemos, sin embargo dicha frontera ya la cruzamos, y las realidades en los entornos de campaña política ya se han visto trastocados por la misma, cabe ahora entonces preguntarse es como desde la ciencia política, la ciencia jurídica y la ética la inteligencia artificial será delimitada para que la democracia como pilar fundamente de nuestro país y de los países que apuestan por ella, se convierta en un camino de fortalecimiento de la participación y no de sesgos o malas practicas que nos lleven a un sufragio alterado o a una tecnodemocracia influenciada.

Por ello para responder a la pregunta objeto de esta investigación *¿Cómo se aborda el uso de la inteligencia artificial en campañas políticas en Colombia y cual es su regulación jurídica?*.

Me permito esbozar una concreta reflexión, el uso de la inteligencia artificial en las campañas políticas será una frontera innegable de un espacio de múltiples usos, que demandarán de esfuerzos públicos y privados para una correcta regulación y sobre todo para una educación en su uso y delimitación, de lo contrario esa misma frontera podria acercar la democracia participativa a una *tecotiranía* al servicio de intereses oscuros que únicamente llevarán a la desinformación y manipulación mediática.

Bibliografía

- Delgadillo, M. M. (15 de Junio de 2022). *La campaña política se mueve al ritmo de las redes sociales* . Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/redes-sociales-campo-disputa-politica/>
- RAE. (09 de Junio de 2024). *Diccionario panhispánico del español jurídico*. Obtenido de <https://dpej.rae.es/lema/campa%C3%B1a-electoral>
- ACE Red de Conocimientos Electorales. (08 de Junio de 2024). Obtenido de <https://aceproject.org/main/espanol/ei/eie09.htm>
- IBM. (08 de Junio de 2024). *¿Qué es la inteligencia artificial (IA)?* Obtenido de <https://www.ibm.com/mx-es/topics/artificial-intelligence>
- Concepto. (08 de Junio de 2024). *Redes sociales*. Obtenido de <https://concepto.de/redes-sociales/>
- Amazon. (07 de Junio de 2024). *¿Qué es el análisis de datos?* Obtenido de <https://aws.amazon.com/es/what-is/data-analytics/>
- Coursera. (07 de Junio de 2024). *¿Qué es el análisis de datos? (Con ejemplos)*. Obtenido de <https://www.coursera.org/mx/articles/what-is-data-analysis-with-examples>
- CNE. (2024). *Consejo Nacional electoral*. Obtenido de <https://www.cne.gov.co/la-entidad/acerca-del-cne>
- Asamblea Nacional constituyente. (20 de Julio de 1991). *Constitución Política de Colombia*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991_pr003.html#120
- García, C. C. (2022). *Inteligencia Artificial y Big Data en el Marketing. Publicidad programática y el uso de datos personales*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Gómez, C. E. (2019). *PREDICCIONES (ELECTORALES) EN TIEMPOS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL*. Obtenido de <https://www.maspoderlocal.com/web2010-2020/files/articulos/predicciones-inteligencia-artificial-mpl39.pdf>
- López López, P. C., Mila Maldonado, A., & Ribeiro, V. (2023). *La desinformación en las democracias de América Latina y de la península ibérica: De las redes sociales a la inteligencia artificial* . Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9058319>
- Følstad, A. &. (2017). *Chatbots and the new world of HCI*.
- Romero Fierro, S. (Universidad de Chile de 2023). *EL DESAFÍO REGULATORIO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS: ANÁLISIS DEL USO DE DATOS PERSONALES E INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL CONTEXTO DE CAMPAÑAS ELECTORALES. UNA MIRADA NACIONAL Y COMPARADA*. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/194481/El-desafio-regulatorio-de-las-nuevas-tecnologias-analisis-del-uso-de-datos.pdf?sequence=1>
- Ismael Crespo, M. (2020). *Diez tendencias para esta década en comunicación política*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7574278>
- Hernández Megías, A. (2020). *Análisis de la estrategia de comunicación política de los diferentes partidos candidatos a la alcaldía de Almansa. Elecciones 26M*. Obtenido de <https://m.riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/139315/Hern%C3%A1ndez%20-%20An%C3%A1lisis%20de%20la%20estrategia%20de%20comunicaci%C3%B3n>

- ..pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arcila Calderon, C. (2017). *Análisis supervisado de sentimientos políticos en español: clasificación en tiempo real de tweets basada en aprendizaje automático*. Obtenido de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2017.sep.18>
- Giansiracusa, N. (2023). *Cómo la inteligencia artificial pone en riesgo las elecciones y las medidas que se requieren para protegernos*. Obtenido de Brennan Center: <https://www.brennancenter.org/es/our-work/analysis-opinion/inteligencia-artificial-pone-en-riesgo-elecciones-medidas-protger-democracia>
- Matos, B. (13 de Junio de 2023). *¿Cuáles son los riesgos de la inteligencia artificial?* Obtenido de <https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/blog/historia/articulo/cuales-son-los-riesgos-de-la-inteligencia-artificial/>
- Pombo, C. (7 de Diciembre de 2022). *Los riesgos de la inteligencia artificial y algunas soluciones*. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/conocimiento-abierto/es/riesgos-inteligencia-artificial/>
- LaChapelle, C., & Tucker, C. (28 de Noviembre de 2023). *La inteligencia artificial en anuncios políticos*. Obtenido de <https://www.brennancenter.org/es/our-work/research-reports/la-inteligencia-artificial-en-anuncios-politicos>
- Stanford Institute for Human-Centered Artificial Intelligence. (2021). *AI Index 2021 Annual Report*. Obtenido de https://www.cidob.org/content/download/78772/2518742/version/5/file/52-53_ANEXO_INTELIGENCIA%20ARTIFICIAL.pdf
- Iniseg. (27 de Mayo de 2020). *Perfiles falsos en internet: cobardes que no dan la cara*. Obtenido de <https://www.iniseg.es/blog/ciberseguridad/perfiles-falsos-en-internet/>
- Gonzalez Disla, R. R. (9 de abril de 2019). *Ética y Privacidad en la Era de la Big Data y la Inteligencia Artificial*. Obtenido de <https://rtc-cea.cepal.org/sites/default/files/2019-11/E%CC%81tica%20y%20Privacidad%20en%20la%20era%20de%20la%20Big%20Data.pdf>
- Cedeño, D. (11 de Julio de 2020). *¿Qué es segmentación psicográfica?* Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-es-segmentaci%C3%B3n-psicogr%C3%A1fica-daniel-cede%C3%B1o-urbina#:~:text=Un%20perfil%20psicogr%C3%A1fico%20contiene%20informaci%C3%B3n,una%20persona%2C%20entre%20otros%20datos.>
- LISA Institute. (Junio de 2024). *Deepfakes: Qué es, tipos, riesgos y amenazas*. Obtenido de <https://www.lisainstitute.com/blogs/blog/deepfakes-tipos-consejos-riesgos-amenazas#:~:text=empresas%20e%20instituciones,%C2%BFQu%C3%A9%20son%20los%20Deepfakes%3F,parezcan%20originales%2C%20aut%C3%A9nticos%20y%20reales.>
- Departamento Administrativo de la Presidencia de la República. (Mayo de 2021). *MARCO ÉTICO PARA LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN COLOMBIA*. Obtenido de <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/marco-etico-ia-colombia-2021.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación. (8 de Noviembre de 2019). *POLÍTICA NACIONAL PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INTELIGENCIA ARTIFICIAL*. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3975.pdf>

- Martínez, L. N. (27 de Marzo de 2024). *Así van los proyectos de ley sobre inteligencia artificial en Colombia en la legislatura 2023-2024*. Obtenido de <https://www.ambitojuridico.com/noticias/analisis/tic/asi-van-los-proyectos-de-ley-sobre-inteligencia-artificial-en-colombia-en-la>
- Registraduría Nacional del Estado Civil . (9 de Marzo de 2023). *Registraduría Nacional crea su propio sistema de ciberseguridad para afrontar posibles ataques en elecciones regionales 2023*. Obtenido de <https://www.registraduria.gov.co/Registraduria-Nacional-crea-su-propio-sistema-de-ciberseguridad-para-afrontar.html>
- Registraduría Nacional del Estado Civil. (05 de Febrero de 2021). *Circular Externa No. 011* . Obtenido de <https://www.registraduria.gov.co/Por-que-se-implementa-una-nueva-cedula-digital.html#:~:text=La%20Registradur%C3%ADa%20Nacional%20del%20Estado,present%C3%B3%20oficialmente%20la%20Cedula%20Digital.>
- Registraduría Nacional del Estado Civil. (2024). Obtenido de <https://www.registraduria.gov.co/Cuando-inicio-la-implementacion-de-la-biometria-en-elecciones-en-Colombia.html>
- Senado de la República de Colombia. (17 de Mayo de 2023). *Senado aprueba voto electrónico mixto*. Obtenido de <https://www.senado.gov.co/index.php/el-senado/noticias/4540-senado-aprueba-voto-electronico-mixto>
- Consejo Nacional Electoral. (1 de Julio de 2020). *USO DE REDES SOCIALES CON FINES ELECTORALES SÍ SE CONSIDERA PROPAGANDA POLÍTICA*. Obtenido de <https://www.cne.gov.co/prensa/comunicados-oficiales/309-uso-de-redes-sociales-con-fines-electorales-si-se-considera-propaganda-politica>
- Villamil, M. (22 de Noviembre de 2023). *Consejo Nacional Electoral crea herramienta con IA para rendiciones de cuenta de las campañas electorales*. Obtenido de <https://www.infobae.com/colombia/2023/11/22/consejo-nacional-electoral-crea-herramienta-con-ia-para-rendiciones-de-cuenta-de-las-campanas-electorales/>
- valdez Zepeda, A. (2010). *Las campañas electorales en la nueva sociedad de la información y el conocimiento*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16162010000200009
- Maria Zarsoso Caceres, C. M. (2020). *“Las redes sociales como medio de comunicación para las personas con diversidad funcional: Propuesta de intervención con adolescentes de 14 a 18 años”*. Obtenido de UNIVERSIDAD DE VALLADOLID: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/49432/TFG-G5084.pdf?sequence=1>
- Valdez Zepeda, A., Aréchiga, D., & y Daza Marco, T. (Volumen 20 No 105 de 2024). *Inteligencia artificial y su uso en las campañas electorales en sistemas democráticos*. Obtenido de Revista Venezolana De Gerencia,: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9283005>
- Moreno, E. A. (Junio de 2014). *Burbujas de información: algoritmos demasiado inteligentes*. Obtenido de <https://doi.org/10.7238/issn.2014-2226>: <https://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero34/articles/Article-Estefania-Aguilar.html>
- Troncoso, a. (04 de Agosto de 2023). *¿Cuáles son los riesgos de no regular correctamente la inteligencia artificial?* Obtenido de It User Tech:

- <https://www.ituser.es/seguridad/2023/08/cuales-son-los-riesgos-de-no-regular-correctamente-la-inteligencia-artificial>
- Robles., J.-M., Guevara, J.-A., Casas-Mas, B., & D. G. (2022). *Cuando la negatividad es el combustible. Bots y polarización política en el debate sobre el COVID-19*. Obtenido de <https://docta.ucm.es/entities/publication/82304437-1a74-4df0-9f52-84381b48381c>
- Fonseca Uribe, M. (28 de Diciembre de 2023). *Colombia avanza en la regulación de Inteligencia Artificial*. Obtenido de <https://www.asuntoslegales.com.co/consultorio/colombia-avanza-en-la-regulacion-de-inteligencia-artificial-3773836>
- Russell, S., & Norvig, P. (2016). *Artificial intelligence: A modern approach, global edition*. Pearson Education.
- Senra, I. (28 de 01 de 2020). *Qué es una red social - Definición, significado y ejemplos*. Obtenido de <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/red-social>
- concepto.de. (s.f.). *Redes Sociales - Qué son, tipos, ejemplos, ventajas y riesgos*. Obtenido de <https://concepto.de/redes-sociales/>
- Registraduría Nacional del Estado Civil. (2024). *Registraduría Nacional del Estado Civil*. Obtenido de <https://www.registraduria.gov.co/-Quienes-somos-670-.html>
- Valdez Zepeda, A., & Vergara Ochoa, A. (2017). "Campanas electorales y nuevos modelos de comunicación política: *Mexicana de Comunicación*.
- International Federation of Journalists -. (2024). *¿QUÉ SON LAS FAKE NEWS?* Obtenido de https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf
- Nicas, J., & Herrera, L. C. (15 de Noviembre de 2023). *Las campañas electorales de Argentina recurren a la IA*. Obtenido de <https://www.nytimes.com/es/2023/11/15/espanol/elecciones-argentina-imagenes-inteligencia-artificial.html>
- Lecue, I. M. (26 de Abril de 2024). *Campanas electorales en la era de la inteligencia artificial: ¿qué ha cambiado?* Obtenido de <https://www.rtve.es/noticias/20240426/campanas-electorales-era-ia/16064335.shtml>
- Spring, M. (4 de marzo de 2024). *Las imágenes falsas creadas con IA para intentar atraer el apoyo de los votantes negros hacia Trump*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/articulos/c3g4l5xgvryo>
- Carlo, A. (15 de Enero de 2024). *IA y elecciones europeas: ¿Podría la nueva tecnología estar fomentando el euroescepticismo?* Obtenido de <https://es.euronews.com/next/2024/01/15/ia-y-elecciones-europeas-podria-la-nueva-tecnologia-estar-fomentando-el-euroescepticismo>