Imprimir

Dos décadas separan la primera campaña de data mining político en Argentina del video con inteligencia artificial que en junio de 2026 puso palabras falsas en boca de un candidato presidencial colombiano. En ese arco caben Cambridge Analytica, Palantir, el Hondurasgate y al menos 150 campañas de desinformación documentadas en un solo ciclo electoral. Lo que cambió no es la intención de intervenir sobre los procesos democráticos, sino la escala, los instrumentos, la velocidad y el costo de hacerlo.

Queremos describir la infraestructura de la injerencia, que va del perfilado al deepfake. La primera fase del modelo se consolidó en la segunda mitad de la década de 2010. SCL Group, el nombre legal de Cambridge Analytica, desarrollaba perfiles psicográficos de votantes utilizando el modelo OCEAN [del inglés Openness (Apertura), Conscientiousness (Responsabilidad), Extraversion (Extraversión), Agreeableness (Amabilidad), Neuroticism (Neuroticismo)], construidos con datos extraídos de Facebook. El objetivo era producir microsegmentación: mensajes políticos específicos dirigidos a grupos específicos según sus rasgos de personalidad.

En Argentina, el vínculo de la empresa con el ecosistema político quedó documentado en 2018 ante el Parlamento británico. Alexander Nix, CEO de Cambridge Analytica, admitió ante la Comisión de Asuntos Digitales de la Cámara de los Comunes que la empresa trabajó en Argentina. El parlamentario Damian Collins le mostró el acta de una reunión interna del 27 de mayo de 2015: el comité afirmó haber visto «evidencia confidencial relacionada con una campaña anti-Kirchner en Argentina» que incluía recopilación de información de proximidad, guerra informativa, falsas denuncias de corrupción, empleo de agentes de inteligencia retirados de Estados Unidos, España, Reino Unido, Israel y Rusia, y el uso de cuentas falsas en Facebook y Twitter.

Nix reconoció que «las reuniones giraban alrededor de esa premisa», aunque negó identificar al cliente por «razones de confidencialidad». Julian Wheatland, último CEO de la empresa, confirmó a medio Perfil que Nix «pudo haber trabajado en una elección local en la Argentina», incluso antes de la elección presidencial de 2015. Recordemos, Macri ganó el

ballottage de ese año por 2,68 puntos. Según registros de la empresa Cambridge Analytica operó en más de 100 campañas en el mundo. En América Latina actuó en Argentina, Brasil, Colombia y México.

El modelo que representó la empresa (extraer datos, construir perfiles, dirigir mensajes) fue el estándar de la primera fase. La empresa cerró en mayo de 2018, pero sus fundadores crearon una firma equivalente bajo otro nombre. Las técnicas no desaparecieron, se expandieron.

Quién controla infraestructuras capaces de reunir información dispersa, procesarla, clasificar poblaciones, anticipar comportamientos y orientar decisiones de gobiernos y corporaciones es la disputa. En este marco debe leerse la presencia de Peter Thiel en Argentina. Palantir, empresa co-fundada por Thiel con vínculos documentados con agencias de inteligencia estadounidenses, desarrolla plataformas que integran registros estatales, información sanitaria, datos financieros, imágenes satelitales, comunicaciones y sistemas de seguridad. Las mismas herramientas que pueden gestionar hospitales o detectar fraudes pueden utilizarse para vigilancia, control fronterizo, inteligencia militar, clasificación de poblaciones y seguimiento de conflictos sociales.

Colombia 2026: el laboratorio

El ciclo electoral colombiano de 2025-2026 ofrece el caso más documentado de intervención tecnológica sobre un proceso democrático en la región. La Misión de Observación Electoral registró al menos 150 campañas de desinformación activas. El detector de mentiras de La Silla Vacía verificó 43 falsedades distintas sobre el candidato del Pacto Histórico, Iván Cepeda, desde agosto de 2025 hasta la primera vuelta de mayo de 2026, una concentración que supera con amplitud la registrada para otros candidatos en el mismo período.

La operación tuvo fases identificables. Entre noviembre de 2025 y enero de 2026, el medio colombiano identificó un grupo de seis cuentas anónimas que invirtió más de $800 millones en publicidad en Facebook. Actuaban completamente coordinadas. El patrón era consistente:

contenido que atacaba al gobierno de Petro o a Cepeda, y simultáneamente contenido positivo sobre candidatos de centroderecha. Una de esas cuentas difundió la afirmación de que Manuel Cepeda Vargas, padre de Iván Cepeda, fue responsable del secuestro y asesinato de 11 diputados del Valle del Cauca. El problema factual es que Manuel Cepeda Vargas fue asesinado en 1994, ocho años antes de ese crimen, la operación fue fácilmente desmentida pero marcó una línea de acción. La disputa por el sentido común está clara.

En febrero de 2026 la estrategia incorporó la fabricación de declaraciones falsas mediante montajes que imitaban el formato visual de medios reconocidos. Una cuenta publicó una imagen que suplantaba a Noticias Caracol con una frase atribuida a Cepeda que el candidato nunca pronunció. La agencia Colombiacheck verificó que la frase no aparece en una entrevista de más de 40 minutos que el candidato dio a ese noticiero ese mismo día. El montaje alcanzó más de 27.000 visualizaciones.

Las semanas siguientes multiplicaron el modelo: logos y formatos de El Tiempo y Publimetro fueron copiados con exactitud, y se incorporaron etiquetas como «LO ÚLTIMO» para simular urgencia informativa. A mediados de mayo, cuentas automatizadas viralizaron una captura de pantalla que indicaba que Cepeda había perdido más de 1,4 millones de seguidores en Instagram en pocas horas. El historial de la plataforma Not Just Analytics mostró que en el período señalado la cuenta del candidato sumó seguidores. Las capturas presentaban además inconsistencias visuales características de manipulación con inteligencia artificial.

En junio, semanas antes del ballottage, apareció un video generado con IA en el que se alteraban las palabras de Cepeda para atribuirle amenazas y discursos de odio contra votantes de Antioquia y Santander. El caso obligó a intervenir a múltiples agencias de verificación. En paralelo, circuló un audio generado con inteligencia artificial que simulaba la voz del registrador nacional Hernán Penagos, afirmando irregularidades en el proceso electoral. Una herramienta de detección arrojó que la posibilidad del 1% de que la voz fuera auténtica.

El 21 de junio, en la segunda vuelta, Abelardo De la Espriella obtuvo la victoria en el

preconteo con más de 200.000 votos de diferencia sobre Cepeda. La distribución de los contenidos falsos durante toda la campaña operó principalmente por X (en las que cuentas específicas amplificaban el material), Facebook (en la que grupos con decenas de miles de seguidores lo difundían) e Instagram y WhatsApp, donde los montajes circulaban por grupos privados sin posibilidad de rastreo.

De la Espriella se comprometió públicamente durante la campaña a restablecer y fortalecer los vínculos con Israel, rotos por el gobierno de Petro en mayo de 2024 en respuesta al genocidio en Gaza. La secuencia no es casual: la empresa israelí BlackCore fue identificada en junio de 2026 por el servicio francés de detección de desinformación "Viginum" como responsable de operaciones de injerencia digital en cinco países (Francia, Angola, Togo, Escocia y Nueva York), dirigidas en todos los casos contra candidatos con posiciones críticas hacia Israel.

El Hondurasgate: desinformación como política de Estado a nivel regional

A fines de abril de 2026, el portal hondurasgate.ch y el medio Diario Red publicaron 37 audios obtenidos de comunicaciones en WhatsApp, Signal y Telegram, fechados entre enero y abril de 2026. Las grabaciones exponen una presunta red de conspiración transnacional que involucraría al expresidente hondureño Juan Orlando Hernández, condenado en 2024 a 45 años de prisión por narcotráfico y sorpresivamente indultado a fines de 2025 por Donald Trump, y al actual presidente de Honduras, Nasry Asfura.

Los audios detallan el plan de instalar una «unidad de periodismo digital» operada desde Estados Unidos para lanzar campañas de desinformación contra los gobiernos de Claudia Sheinbaum en México y Gustavo Petro en Colombia, y para fabricar «expedientes» contra ambos países. En una de las conversaciones más explícitas, una voz atribuida a Hernández describe la célula como un sitio de noticias latinoamericanas montado «desde Estados Unidos, para que no nos rastreen». Los audios mencionan además a Javier Milei como colaborador de la operación con un aporte de 350.000 dólares.

Los archivos fueron sometidos a análisis con Phonexia Voice Inspector (herramienta forense de identificación de voz utilizada por agencias de seguridad), que arrojó un umbral de confianza superior al 80% y menos de 10% de probabilidad de voces generadas con IA. Ninguna agencia independiente ha confirmado públicamente la autenticidad hasta el momento. El Congreso Nacional de Honduras aprobó enviar el material a laboratorios forenses en Estados Unidos y Chile. El 8 de mayo, el portal reportó 39.618 intentos de ciberataque en un solo día, con vectores concentrados en Estados Unidos e Israel, según su propia telemetría, dato no verificado de forma independiente.

El presidente Petro reaccionó señalando que «el dinero sale de la cocaína y de Israel». Claudia Sheinbaum describió una «derecha internacional» dedicada a campañas sucias y aseguró que la operación no tendrá impacto en su gobierno. La dimensión argentina del escándalo produce una paradoja que varios medios señalaron: el mismo gobierno que semanas antes expulsó a un ciudadano ruso acusado de operar una red de desinformación en el país aparece, en estos audios, señalado como posible cofinanciador de una estructura similar dirigida contra otros países.

La diferencia es de escala. Cambridge Analytica buscaba influir sobre un votante mediante publicidad segmentada. Al mismo tiempo, la inteligencia artificial generativa permite multiplicar ese mecanismo: producir miles de versiones de una campaña, crear videos falsos, clonar voces, automatizar cuentas y medir en tiempo real qué mensaje genera miedo, rechazo o adhesión. La diferencia no es cualitativa sino cuantitativa, y esa diferencia de escala tiene consecuencias políticas.

Antes se construía un mensaje para un segmento. Hoy se puede construir una realidad política diferenciada para cada grupo social: una campaña para jóvenes, otra para jubilados, otra para sectores religiosos, otra para trabajadores precarizados, otra para quienes ya consumen contenidos conspirativos. El ciclo colombiano mostró ese mecanismo en funcionamiento con una dimensión más, característica de la era de post verdad: la fabricación de declaraciones, suplantación de medios, deepfakes, manipulación de métricas, y todo ello distribuido a través de plataformas que no tienen obligación de rendir cuentas

ante las instituciones electorales de ningún país latinoamericano.

La tecnología no es neutral, está diseñada por humanos y en los casos mencionados se utiliza para extraer valor sin consentimiento, como estrategia de vigilancia y dominación. El Hondurasgate, la elección colombiana y el legado de Cambridge Analytica en Argentina, así como la presencia de Thiel en Argentina y Palantir en Ecuador y Chile, son episodios de una misma estrategia de control regional. La resolución es política y depende en qué medida los pueblos de Latinoamérica estamos dispuestos a disputar el poder de fondo para consolidar democracias más participativas y menos dependientes, que habilten la pregunta por la soberanía sobre las nuevas tecnologías de la comunicación y la información y la inteligencia artificial.

Lina Merino, *Lic. en Biotecnología y Biología Molecular, Dra. en Ciencias Biológicas (UNLP), diplomada en género y gestión institucional (UNDEF), Profesora (UNAHUR), investigadora (CICPBA).*

Alfio Finola, *Geógrafo (UNRC), Dr. en Cs Sociales. Ambos son miembros del OECYT y analistas de NODAL.*

Fuente:
https://www.other-news.info/noticias/de-cambridge-analytica-al-deepfake-electoral-como-las-tecnologias-reconfiguran-la-disputa-politica-en-america-latina/

Foto tomada de:
https://www.other-news.info/noticias/de-cambridge-analytica-al-deepfake-electoral-como-las-tecnologias-reconfiguran-la-disputa-politica-en-america-latina/