

Informe

Principales desinformaciones en el proceso electoral de Colombia 2026

Este informe fue elaborado por
Chequeado en base a un relevamiento
de Colombia Check y La Silla Vacía.

Coordinado por

 **chequeado**

ago
20
26

El uso de IA para desinformar

Se identificó en TikTok la presencia de decenas de videos deepfakes con declaraciones falsas de candidatos u otras personas públicas. Entre estos contenidos, se viralizó un video de Iván Cepeda en donde supuestamente llamaba a los paisas “auspiciadores del paramilitarismo”, u otro en el que emitía declaraciones contra el departamento de Antioquia. Además, circuló un video falso del cantante Bad Bunny en el que se manifestaba contra Abelardo de la Espriella a través de una canción. El uso



Vídeo modificado con inteligencia artificial con declaraciones falsas de Iván Cepeda.

de deepfakes también buscó darle “sustento” a las denuncias de fraude, con declaraciones fabricadas de personas como el registrador nacional.

Otra estrategia identificada fue la publicación de imágenes y videos que asociaban a candidatos con figuras controvertidas a partir de contenidos creados con inteligencia artificial, como el caso de Cepeda acompañado por los jefes de las disidencias de la extinta guerrilla de las FARC, o imágenes que mostraban supuestos apoyos a candidatos, como la de la selección colombiana realizando el saludo de De la Espriella.

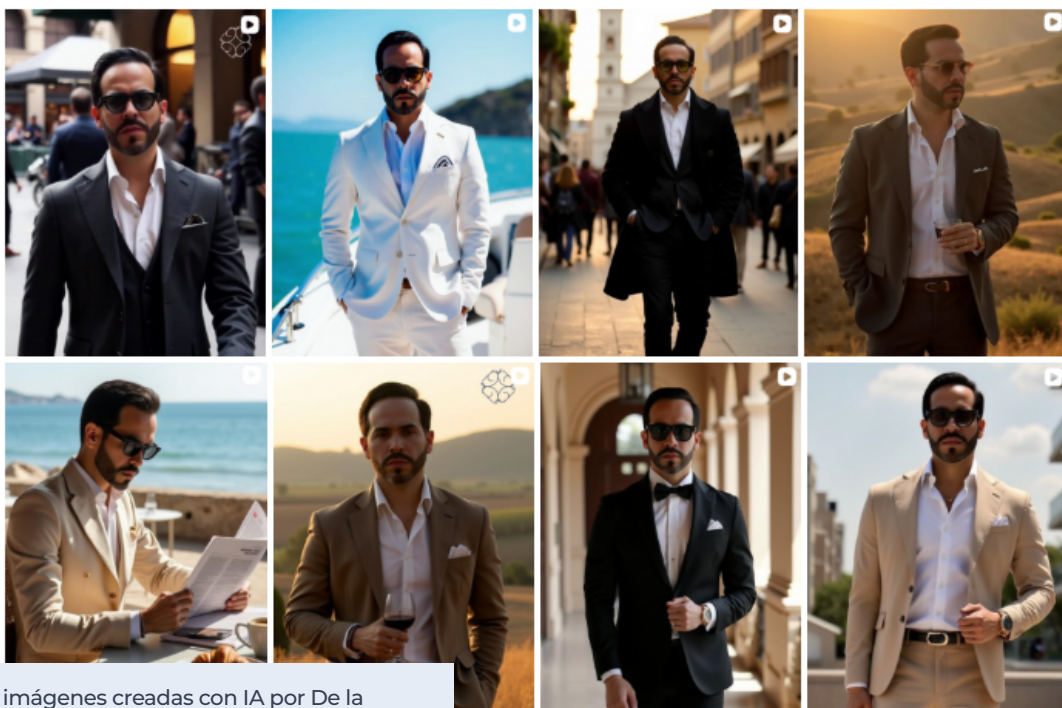
Un uso común de IA para desinformar es la generación de supuestos noticieros. Este fue el caso de un supuesto video de IA de Noticias Caracol que difundía una supuesta investigación sobre una “agenda oculta” entre el expresidente Juan Manuel Santos y el periodista Daniel Coronell para afectar a De la Espriella.

El uso de IA en la campaña electoral

Abelardo de la Espriella usó la IA como **pilar central de su estrategia de campaña electoral en redes sociales** para crear imágenes que lo presentaban como exitoso o próspero, retocando su imagen personal y mostrándose en distintos escenarios perfeccionados, o incluso representándose como un animal, con similitudes al león que utilizó Javier Milei en Argentina o al águila que usaba Donald Trump en sus publicaciones.

Además, las herramientas de IA sirvieron para construir su imagen de outsider de la política tradicional. La usaron aliados políticos para atacar incluso a personas como el expresidente Álvaro Uribe y su candidata Paloma Valencia. También crearon contenidos ofensivos contra sus opositores, con piezas que mostraban al presidente Gustavo Petro, Cepeda y otras figuras, como corruptos, payasos o cómplices de la guerrilla, retratándolos como personajes débiles o asustadizos en contraste con la imagen fuerte que construyó de sí mismo con IA y reforzando narrativas ya existentes.

Por último, el uso de IA salió de Internet. El candidato ganador utilizó contenidos con IA como jingles y videos en mítines, o vallas en espacios públicos.



Las imágenes creadas con IA por De la Espriella en su campaña electoral.

Las 5 desinformaciones más relevantes que circularon en TikTok

- **Video de “tarjetones marcados”** es de elecciones atípicas en Fonseca, no de presidenciales 2026.
- **Tarjetones marcados** a favor de Cepeda en este video son muestras no válidas para votar, no prueban fraude.
- **Abelardo no dijo que apoya el fracking en páramos**, frase fue manipulada.
- **Cepeda no rechazó salario vital**, fue sacado de contexto.
- **Encuestas de última hora** de Tempo que favorecen a Valencia tienen un nexo con Dilian Francisca Toro.

Denuncias de fraude

Una narrativa que se repite con fuerza en los procesos electorales de la región es el uso de contenidos descontextualizados para instalar la idea de una supuesta acción de fraude a partir de la presencia de votos premarcados.

En el caso de Colombia, esta narrativa se identificó en TikTok a partir de distintos contenidos con un mecanismo similar. Circuló **un video que mostraba a dos hombres sacando cajas del baúl de un auto como supuesta prueba de fraude con tarjetones marcados** a favor de Paloma Valencia y Abelardo de la Espriella en las elecciones presidenciales del 31 de mayo, así como **otro video que mostraba a personas marcando tarjetones a favor de Iván Cepeda** como prueba de fraude en la segunda vuelta, cuando en realidad se trataba de muestras no válidas para votar que la propia Registraduría distribuye antes de los comicios. Además, se identificó en otras redes sociales **una tercera pieza con otro video de las mismas muestras**, presentada falsamente como grabada en el consulado de Colombia en La Paz, Bolivia, y **un cuarto caso en un colegio de Medellín**.

Además, se identificaron otras narrativas de fraude, como aquellas que aseguraban falsamente que el software de preconteo de la Registraduría había agregado más cédulas que las que figuraban en el censo electoral oficial y que fue difundida por el propio presidente Petro, quien fue promotor de múltiples narrativas de fraude durante el proceso electoral y hoy sigue sin reconocer a Abelardo de la Espriella como ganador del proceso electoral.

Resultados falsos de encuestas para inflar artificialmente a un candidato

El mecanismo principal es la manipulación de gráficos reales, atribuyendo a firmas y medios reconocidos resultados de encuestas que nunca publicaron. Circularon imágenes manipuladas de El Tiempo y Citytv que le atribuían a Cepeda un 64% de intención de voto, imágenes falsas que suplantaban a la encuestadora Inva-mer atribuyéndole un 51,2% para Cepeda en primera vuelta, o en otra versión con 52,2%, así como otras ubicaban falsamente a Paloma Valencia en segundo lugar sobre De la Espriella.



En otros casos, se inventaron firmas inexistentes o no registradas ante el Consejo Nacional Electoral, como ocurrió con una pieza que atribuyó un 55,8% a De la Espriella a nombre de una supuesta “firma Colombia encuesta”.

La publicación de supuestas encuestas con datos falsos sobre intenciones de voto.

Esta narrativa se identificó principalmente en Facebook y X y se difundió a través de imágenes que muestran gráficos con datos falsos.

Confusión con los datos de Polymarket

El uso reciente de datos de Polymarket, una plataforma de predicciones en línea considerada ilegal en Colombia, generó confusión previo a las elecciones ya que muchas veces se presentaban como si se tratase de encuestas de intención de voto.

Algunos casos identificados fueron **una imagen** de la Revista Semana que hablaba sobre la probabilidad de Paloma Valencia de ser presidenta, o una publicación de una página de Facebook que señalaba que la candidata **se perfilaba como la nueva presidenta de Colombia** en base a esos datos.

Esta narrativa se popularizó a partir de la veda electoral que prohibió divulgar encuestas presidenciales, lo que llevó a que las apuestas de Polymarket se difundieran como una supuesta alternativa para medir el termómetro electoral.



Declaraciones y propuestas falsas atribuidas a candidatos

Otra narrativa también identificada en TikTok es la atribución de frases o propuestas a candidatos que nunca dijeron. Entre ellos, aparecen citas completamente inventadas, como la propuesta de Paloma Valencia de bajar el salario mínimo, o la promesa de Abelardo de la Espriella de acabar el Sisbén, o una frase que se le adjudicaba acerca del cerebro femenino que circuló en Facebook.

Otra estrategia fue la difusión de recortes de videos o discursos descontextualizados. Algunos ejemplos fueron las publicaciones como la de Iván Cepeda con la frase sobre “acabar con los lujos” que circuló en TikTok, o la de Álvaro Uribe con la frase sobre “bombardear” usada para vincularlo con atentados recientes, que también circuló en TikTok. Se identificó también un video de De la Espriella sobre el fracking en páramos y un video de Cepeda tras la primera vuelta.



Gráfica publicada en TikTok con una supuesta propuesta de campaña de Paloma Valencia.

Además, se utilizaron también portadas o capturas falsas de medios de comunicación reconocidos para dar apariencia de veracidad a declaraciones inventadas, como una falsa portada de Revista Semana sobre Valencia, otra de El Tiempo con una frase de Adriana Lucía sobre De la Espriella, una de Cepeda sobre la propuesta aplicación del “modelo de Cuba” y una imagen de W Radio con propuestas de pensiones atribuidas a De la Espriella.

Informe

**Principales
desinformaciones en
el proceso electoral de
Colombia 2026**

Coordinado por



ago
20
26

LATAM  CHEQUEA

in 