



Desinformación, la gran antagonista de la democracia en el panorama electoral de Colombia

Posted on Mayo 29, 2026

(Bogotá) Cuando se analiza el escenario electoral de Colombia muy lejanos parecen los tiempos en los que el ejercicio político se basaba en los discursos desde tarimas, en la impresión de panfletos y en entrevistas con medios noticiosos.

La actual campaña en el país cafetero esta preñada de desinformación, fake news y por el uso de las más sofisticadas tecnologías cuyo objetivo sería intentar boicotear a alguno de los candidatos.

Recientemente se divulgaron unos audios que presuntamente relacionaban al candidato presidencial Iván Cepeda con grupos armados (específicamente con la facción de alias Calarcá), que a la postre resultaron ser parte de una campaña anónima de intimidación.

Después de que varios medios informativos se hicieron eco de la “noticia”, la Policía Nacional y el Ministerio de Defensa aclararon que la voz correspondía a un recluso de la cárcel de Picaña, en Ibagué, dedicado a la extorsión carcelaria, y no a un cabecilla armado en la selva.

También el registrador Nacional, Hernán Penagos, tuvo que salir al paso y desmentir los supuestos

resultados de las elecciones en el exterior que comenzaron el pasado lunes y sobre las cuales alguien difundió cifras en redes sociales.

“Está circulando información falsa sobre resultados electorales en mesas de votación en el exterior, lo que es imposible porque esa información no se puede divulgar”, expresó.

No por gusto el ministro de Defensa, Pedro Sánchez, quien es un general en retiro curtido en el combate contra grupos armados en el país, consideró que el mayor desafío de la actual carrera presidencial gira en torno a la distorsión de la realidad.

“El riesgo más predominante y más latente es la desinformación. Hemos visto cómo algunas personas han manipulado las redes sociales y los mensajes”, alertó.

A muy pocas horas de que se abrieran las urnas, un ciudadano identificado como Miguel Gutiérrez denunció presuntas irregularidades con la campaña de Abelardo De la Espriella.

El colombiano difundió en sus redes sociales que el equipo del ultraderechista estaría operando granjas de bots con sede en Brasil para alterar algoritmos.

“La campaña de Abelardo ha gastado más de 20 mil millones (unos cinco millones 540 mil dólares al cambio actual) en granjas de bots y en la manipulación de algoritmos. Esta es una apuesta (...) que coopta los feeds de los usuarios impactados. Diariamente, estas cuentas pueden llegar a publicar hasta dos mil clips, distribuidos en más de 300 perfiles”, refirió.

El internauta en cuestión expuso un contrato de prestación de servicios firmado entre la empresa Estrategia&Poder SAS y un contratista cuyo nombre no se distingue.

El objeto del acuerdo sería la prestación de servicios como influencer en X, con obligaciones que incluyen crear contenido estratégico, posicionar tendencias y hashtags, y fortalecer el alcance del contratante mediante interacción con la audiencia.

Hasta la fecha no existen otros indicios que respalden la denuncia de Gutiérrez, pero sin duda contribuye al ya enrarecido ambiente que se cierne sobre el panorama electoral.

A todo esto se suma la denuncia realizada por Señal Investigativa, alianza entre Señal Colombia y la Revista Raya, sobre la existencia del Proyecto Júpiter, una operación atribuida al excanciller y estratega político Jaime Bermúdez.

Los medios expusieron, tras el análisis de documentos, audios y diapositivas, que la estrategia tiene dos

frentes: campañas en redes sociales y talleres dictados a trabajadores de empresas privadas para incidir en su voto con el objetivo de generar miedo, indignación e incertidumbre entre los votantes.

La investigación reveló posteriormente que entre los hallazgos del proyecto Júpiter también figura un anuncio con personajes generados con inteligencia artificial (una panadera, un tendero y un campesino) que hablaban de decepción con el gobierno.

Tal manipulación, advirtió la especialista en análisis digital Susan Pérez, persigue que los ciudadanos tomen decisiones basados en las presuntas opiniones de personas inexistentes.

“Son máquinas, millones de máquinas programadas induciéndonos a pensar y a la emocionalidad y a la rabia”, remarcó.

Hace pocos días, el ensayista Federico Díaz Granados hizo una breve mención al tema en un artículo publicado en la revista Cambio bajo el título de Iván y las palabras.

“En los tiempos de la posverdad sabemos bien que las mentiras han definido elecciones y que, a través de las redes sociales, han circulado relatos y narrativas que han modificado la manera en que habitamos las democracias actuales”, afirmó.

En este punto, está más que claro que la actual campaña presidencial de Colombia no escapa de esos fantasmas.

El Maipo/PL