Anais de Resumos Expandidos
VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

Una novedad mediática en el humor político: los videos deepfakes generativos [1]
Modos dominantes de articulación en las campañas electorales 2023 y 2025 en Argentina

Uma novidade midiática no humor político: os vídeos deepfakes gerativos
Principais formas de articulação nas campanhas eleitorais de 2023 e 2025 na Argentina

A new trend in political satire: generative deepfake videos
Dominant modes of communication in the 2023 and 2025 election campaigns in Argentina

Damián Fraticelli

Palavras-chave: Humor político – Inteligência Artificial Generativa – Comunicação política

[1] Trabalho apresentado ao VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS. ECA-USP. São Paulo/SP.

Anais de Resumos Expandidos
VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

1. Las IAGs: una nueva condición en la hipermediatización del humor político[2]

El humor político hipermediático (en adelante HPH) es un agente fundamental en la comunicación política contemporánea. Sus publicaciones se comparten más que las serias (Boukes et al., 2022), propagan programas políticos, consolidan identificaciones colectivas (AUTOR, 2023a) y realizan síntesis de noticias por las que se informa cada vez más población (Saccomanno, 2025).

Hace poco tiempo, este humor incorporó una novedad a su mediatización: las inteligencias artificiales generativas (en adelante IAGs). Sistemas computacionales que producen escritos, imágenes y sonidos por instrucciones de los usuarios, con calidades similares a las producciones profesionales. A pesar de que las IAGs ya existían, a partir del lanzamiento de ChatGPT en 2022 y su incorporación redes sociales, su uso para producir humor político ha crecido.

Desde una perspectiva sociosemiótica (Verón 1987) que atiende a la hipermediatización (Carlón, 2020), esta novedad implica un cambio en las condiciones de la mediatización ubicado en el nivel del dispositivo (modulaciones de la producción de sentido habilitadas por la base técnica). Fernández (2021) reconoce este nivel como constitutivo de la mediatización, junto con el discursivo y el de los usos. Aunque estos niveles dan

[2] La investigación se dio en el marco del proyecto de investigación NOMBRE DEL PROYECTO E INSTITUCIÓN, en el que participan: NOMBRE DE LOS PARTICIPANTES.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

cuenta de series que convergen en la mediatización, sus desarrollos son independientes y su discriminación permite precisar el fenómeno observado. En nuestro caso, el foco se puso en la articulación de dispositivos (IAGs) y discurso (humor político). La atención sobre los videos deepfake generativos[3] (en adelante, VDG) respondió a que fueron las imágenes con mayor engagement entre las producidas por IAGs. La ponencia describe las modalidades dominantes en que se articuló el HPH con los VDG durante las campañas electorales argentinas de 2023 y 2025.

2. El aporte al estudio del humor político producido por las IAGs

Aún son pocos los estudios dedicados al análisis del HPH-IAGs[4]. No obstante, permiten distinguir cuatro líneas de investigación. La primera se ocupa del engagement, mostrando que el de HPH-IAGs alcanza niveles más altos que los memes tradicionales (Petruk, 2025; Javořík, 2024). La segunda identifica cómo las militancias políticas lo utilizan, por ejemplo, en las últimas elecciones norteamericanas, los demócratas lo emplearon más que los republicanos para apoyar sus candidatos (Chang et al., 2024). La tercera línea analiza los sesgos discriminatorios que generan las IAGs en el humor. Debido a que operan por probabilidad, reproducen estereotipos dominantes en las imágenes mediáticas que toman como insumo (Duyars, 2025). La cuarta aborda una preocupación frecuente: el rol del HPH-IAGs en la calidad de la información y las

[3] Siguiendo a Zelcer (2026), el video deepfake convencional opera mediante una lógica de remapeo sobre una base indicial preexistente, donde el algoritmo actúa como una "máscara" digital que tiene por base la estructura del video fuente. El VDG, en cambio, resulta de una síntesis computacional sin seguir un video fuente en particular.

[4] La búsqueda bibliográfica la hicimos desde el 28/1/26 al 3/2/26 en Scielo, Latindex, Reasearch, Academia.edu y Google Scholar, y mediante SCISPACE y ChatGPT con el prompt "estudios científicos sobre humor político generado por IAG". De los listados obtenidos seleccionamos los trabajos pertinentes para nuestro estudio.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

democracias. Según Chang et al. (2025), su apariencia fotográfica fomentaría la desinformación y constituye un recurso persuasivo eficaz que las extremas derechas han sabido usar para potenciar la polarización.

Una cuestión aún poco atendida es la de los modos en que se manifiesta el HPH-IAGs. Existen múltiples formas de generar placer risible (sátira, burla, humor, etc.) y su identificación resulta clave para probar hipótesis sobre por qué ciertas publicaciones alcanzan mayor engagement, cómo difieren las estrategias partidarias o por qué un meme de IAGs puede interpretarse como noticia verídica. Los estudios que no incorporen el nivel semiótico difícilmente podrán avanzar en estas cuestiones y conocer el rol que cumple el HPH-IAGs en la comunicación política y las novedades que trae a la historia del humor político.

3. Acerca de la metodología y corpus de análisis

El abordaje metodológico fue cualitativo y exploratorio, de orientación sociosemiótica, combinando dos niveles de observación: (1) la articulación entre dispositivo y discursividad, con especial atención a la enunciación de las cuentas de redes sociales (AUTOR, 2021), y (2) las circulaciones de sentido hipermediáticas (Carlón, 2020).

El corpus estuvo compuesto por VDG publicados por cuentas de humor político con más de cinco mil suscriptores y una frecuencia mínima de tres publicaciones semanales. Fueron recolectados durante las campañas presidenciales de 2023 y legislativas de 2025 en Argentina. En 2023 fue en las PASO (del 9 al 14 de agosto); elecciones generales

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

(del 19 al 24 de octubre) y balotaje (del 16 al 20 de noviembre). En las de 2025 del 23 al 27 de octubre[5]. El corpus final quedó conformado por 57 publicaciones.

4. Análisis. Lo videográfico y las "alucinaciones" como condiciones de las articulaciones

El primer resultado del análisis fue que el estilo videográfico y las "alucinaciones visuales" propensas al surgimiento de lo siniestro constituyen condiciones de base de las modalidades dominantes del HPH-IAGs. Las IAGs emulan cualquier imagen, por lo que el aspecto videográfico se genera como estilo. Su factura no establece una relación existencial con el mundo, como sucede con la cámara de video, sino que resulta de una modulación estadística realizada a partir de millones de pares imagen-texto con las que se entrenan las IAG. A su vez, estas imágenes elaboradas por amateurs suelen presentar tensiones con la iconicidad habitual de los videos canónicos: manos con seis dedos, sonrisas malformadas, rostros que se deforman, etc. Estas dos cualidades condicionan los tres modos dominantes de articulación con los VDGs con el HPH, los que pasaremos a describir.

4.1. Primera articulación: el emplazamiento reidero y las fakes news

Una cuestión poco atendida es que lo reidero es un marco metacomunicacional. No existen contenidos reideros y no reideros, sino emplazamientos en marcos reideros o

[5] Omitimos la identificación de las cuentas por razones de extensión, pero están disponibles para cualquier consulta.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

serios. Esta cuestión es fundamental para comprender el rol del humor político en la propagación de las fakes news.

Nuestro análisis permitió advertir dos maneras fundamentales de enmarque reidero: en el nivel enunciativo de la cuenta o en el nivel del enunciado.

4.1.1. El enmarque reidero en el nivel enunciativo de la cuenta

Por enunciación entendemos el nivel constitutivo de todo discurso en el que se construye una escena comunicacional (Steimberg, 1993). Una publicación seria puede activar interpretantes que promuevan la risa por el sólo hecho de estar enmarcada en una cuenta reidera. Ese es el caso habitual de los videos deepfakes generativos que aparecen primero en cuentas de humor político y luego circulan en cuentas serias. Esa recontextualización borra el carácter risible y promueve reconocimientos serios que toman la publicación por verdadera. Para quienes hacen campañas de desinformación, el marco reidero ("se trata de una broma") ofrece protección frente a las responsabilidades morales de lo serio.

4.1.2. El enmarque reidero en el nivel del enunciado

El segundo enmarque se da a través de paratextos particulares que forman parte de las gramáticas meméticas usuales para burlarse de un acontecimiento videograbado. Es el caso de los créditos de *Curb Your Enthusiasm* (2000-2024) o las tarjetas de tiempo de *Bob Esponja* (1999-).

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

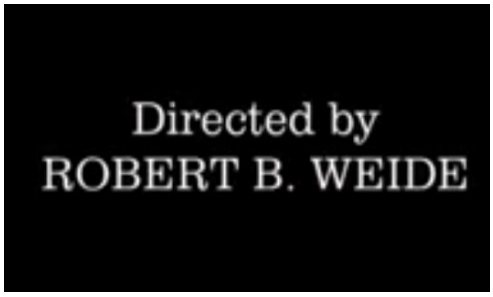

Imagen 1. Créditos de *Curb Your Enthusiasm*



Imagen 2. Tarjeta de tiempo de Bob Esponja

La incorporación de estos paratextos señala lo incongruente y ridículo de la escena. Pero también terminaron conformándose como prueba de su carácter real, porque, al aparecer siempre en videos canónicos, portaron por contigüidad su valor indicial. Ese hábito interpretativo (la escena en la que aparecen es real) se trasladó a los VDG cuando comenzaron a incorporarlos. Así, estos paratextos terminaron reforzando su apariencia de imagen indicial, sin serlo.

4.2. Segunda articulación: el desenmascaramiento satírico por la confesión del doble

En trabajos anteriores distinguimos tres regímenes reideros: lo cómico degradante, lo cómico laudatorio y el humor. En el primero, el enunciador y enunciatario se alían para rebajar a un tercero. En el segundo, se da también un rebajamiento o incongruencia risible, pero como juego que confirma la alta valoración que enunciador y enunciatario tienen del referente. En el tercer, lo reidero ya no recae en un tercero sino en el propio

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

enunciador (y puede ser también en el enunciatario). Cada una de estos regímenes cuenta con modalidades[6].

El HPP-IAGs puede producir cualquiera, pero en los VDGs prevalece una sátira que explota la novedad que trae el dispositivo a la historia del humor político. Hasta su aparición, el humor político fue principalmente un género representativo. Caricaturas e imitadores estaban "en lugar de" los políticos. ¿Qué ocurre con los VDGs? Alcanzan una apariencia videográfica tal que el político pareciese que efectivamente estuvo ante la cámara. Es una representación que juega a ser una presentación.

Sobre esta base significante, se desarrolló una sátira que rebaja al blanco haciéndole confesar y actuar las inmoralidades que supuestamente oculta. Surge así un doble transparente que revela su "verdadera" naturaleza: corrupta, mentirosa, cínica.

4.3. Tercera articulación: la alucinación visual, lo siniestro y el grotesco

Las "alucinaciones visuales" generan una tensión entre la representación habitual del mundo ofrecida por la videografía y otra que se le asemeja salvo por detalles. Esta tensión entre lo familiar y lo extraño se vincula con el efecto de lo siniestro descripto por Freud (1979). En su teoría, lo familiar no se trataba de un simple parecido sino del retorno de lo reprimido, lo que nos ha angustiado, que se activa por una nueva manifestación. En lo reidero, la combinación con lo siniestro y lo monstruoso aparece en lo cómico grotesco. Su desarrollo característico consiste en el rebajamiento del referente mediante la hiperbolización y el quiebre de los valores estéticos dominantes,

[6] Por una cuestión de espacio no describiremos las modalidades, a quien le interese puede consultar (AUTOR, 2023).

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

generando poéticas de lo feo, lo caótico y horroroso. En su formulación satírica, se suma la denuncia moral del referente.

5. Videos deepfakes generativos en el humor hipermediático. Novedades y continuidades.

Estudiar la articulación entre el nivel del dispositivo y el discursivo nos permitió avanzar en el conocimiento de las transformaciones que introducen los VDGs en el HPH contemporáneo. No no se trata únicamente de una novedad técnica ni de un cambio estadístico en el engagement. El HPH producido por VDGs implica continuidades y novedades en la producción reidera y en la comunicación política.

Entre las continuidades, los videos deepfakes generativos producen los regímenes y modalidades ya presentes en el HPH anterior. No obstante, hallamos un predominio de la sátira y, con ella, la introducción de una novedad central: el doble. Mediante las IAGs se alcanza una apariencia videográfica del político que pareciese haber estado ante la cámara. Es una representación que juega a ser una presentación. Esto otorga a la sátira un efecto de "prueba existencial" inédito que favorece las fakes news. Identificamos dos tipos de enmarque reidero que las promueven: el de la enunciación de la cuenta y el del enunciado. Ambos procedimientos brindan a las campañas de desinformación el amparo del marco metacomunicativo de lo reidero, permitiendo justificar el accionar como una "mera broma".

Este tipo de descripciones sobre los procedimientos por los que el HPH-VDGs genera novedades a la semiosis son imprescindibles para comprender los cambios que se están dando en la comunicación política y el debilitamiento de las democracias, tema central de la mayoría de los estudios referidos.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

Referências

CHANG, H.; SHAMAN, B. y CHEN, Y.; ZHA, M.; NOH, S.; WEIN, Ch.; WEENER, T. y Magge, M. (2024). Generative Memesis: AI Mediates Political Memes in the 2024 USA Presidential Election. *Arxiv*. DOI: 10.48550/arXiv.2411.00934. 2024

BOUKES, M.; CHU, X; ABDULQADIR NOON, M. ; LIU, R.; ARAUJO, A y KROON, C. (2022) Comparing user-content interactivity and audience diversity across news and satire: differences in online engagement between satire, regular news and partisan news, Journal of Information Technology & Politics, 19:1, 98-117. https://surl.li/rnvzmq

CARLÓN, M. (2020). *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada.* San Luis: UNSL. https://bit.ly/4sB5LW3

DUYAR, S. (2025). Bias and Humorous Manipulation in AI-Generated Content.

FERNÁNDEZ, J. (2021). *Una mecánica metodológica para el análisis de las mediatizaciones.* La Crujía.

AUTOR (2023a)

AUTOR (2023b)

AUTOR (2021)

FREUD, S. (1979). Lo ominoso. En *Obras completas: Sigmund Freud* (J. L. Etcheverry, Trad.; Vol. 17, pp. 215-252). Buenos Aires: Amorrortu Editores.

JAVOŘÍK, D. (2024). Ethical Implications of AI-Generated Political Reels. *Deleted Journal*, 292–302. https://surl.lu/dlntng

PETRUK, A. (2025). Memes vs. Machine. Comparison of AI-generated Images vs. Traditional Memes in Right-Wing Social Media Discourse. *Crossings: Journal of Migration & Culture*, *324*. https://surl.li/twhvmy

SACCOMANNO, P. (2025). The emerging market of memes news: How political internet memes inform young adult and shape their political opinions. [Tesis doctoral, Università degli Studi di Milano]. URN:NBN:IT:UNIMI-213479. https://surl.lt/jwidcx

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

STEIMBERG, O. (1993). *Semiotica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los generos populares*. Buenos Aires: Atuel.

VERÓN, E. (1987). *La semiosis social.* Buenos Aires: Gedisa.

ZELCER, M. (9–11 de febrero de 2026). *Las imágenes de IA generativa de apariencia fotográfica: funcionamientos algorítmicos e implicancias semióticas* [Ponencia]. 14º Conferencia de la Asociación Internacional de Semiótica Visual, San Pablo, Brasil.