

Politainment sintético: hacia una delimitación conceptual del contenido político generado con IA en clave espectacular

Synthetic politainment: a conceptual approach to AI-Generated political content in spectacular form

Quevedo-Redondo, R., Berrocal-Gonzalo, S., y Martín-Jiménez, V.



Raquel Quevedo-Redondo. Universidad de Valladolid (España).

Profesora Titular del Departamento de Periodismo y Comunicación Mediática de la Universidad de Valladolid. Sus principales líneas de investigación se centran en la feminización de la comunicación política, el liderazgo político, las campañas electorales y las transformaciones del politainment en entornos digitales y de plataforma.

<https://orcid.org/0000-0002-6219-3237>, raquel.quevedo.redondo@uva.es



Salomé Berrocal-Gonzalo. Universidad de Valladolid (España).

Catedrática de Periodismo en la Universidad de Valladolid y directora del Departamento de Periodismo y Comunicación Mediática. Sus principales líneas de investigación se centran en la comunicación política y en el análisis de los efectos de los medios de comunicación sobre la opinión pública.

<https://orcid.org/0000-0002-0483-0509>, salome.berrocal@uva.es



Virginia Martín-Jiménez. Universidad de Valladolid (España).

Profesora Titular del Departamento de Periodismo y Comunicación Mediática de la Universidad de Valladolid y coordinadora del Máster en Periodismo Digital: Innovación e Investigación. Sus principales líneas de investigación se centran en el análisis de los discursos de odio, la desinformación y la comunicación política en redes sociales.

<https://orcid.org/0000-0002-7099-1060>, virginia.martin@uva.es

Recibido: 14-03-2026 – Aceptado: 24-06-2026

<https://doi.org/10.26441/RC25.2-2026-4566>

RESUMEN: Propósito. Esta propuesta persigue delimitar conceptualmente el *politainment* sintético como una modalidad específica de comunicación política digital en la que convergen la mediación generativa visible de la IA, la espectacularización del mensaje y su orientación a la circulación en plataformas. **Metodología.** La investigación adopta un diseño cualitativo de alcance exploratorio-conceptual y aplica una matriz de análisis a una muestra intencional de diez casos internacionales difundidos por líderes y partidos políticos. **Resultados.** Los hallazgos muestran que el *politainment* sintético no puede reducirse a la mera combinación de inteligencia artificial y humor o sátira, sino que constituye una forma específica de hibridación entre producción artificial, espectáculo político y lógica de plataforma. Asimismo, el análisis permite identificar variantes internas del fenómeno, como la autoparodia tecnológica, la ridiculización satírica del adversario, la fantasía geopolítica y la espectacularización pop de conflictos. **Conclusiones.** El estudio confirma la utilidad analítica del término para examinar formas emergentes de comunicación política en redes sociales. **Aporte original.** El artículo propone, en resumen, una definición operativa de un concepto novedoso, a la par que ofrece una herramienta metodológica para el análisis comparado del *politainment* sintético.

Palabras clave: politainment sintético; inteligencia artificial generativa; comunicación política; redes sociales; plataformas digitales; contenido audiovisual; análisis de contenido.

ABSTRACT: Purpose. This study seeks to conceptually define synthetic *politainment* as a specific form of digital political communication in which the visible generative mediation of AI, the spectacularization of the message, and its orientation toward circulation across platforms converge. **Methodology.** The research adopts a qualitative exploratory-conceptual design and applies an analytical matrix to an intentional sample of ten international cases disseminated by political leaders and parties. **Results.** The findings show that synthetic *politainment* cannot be reduced to the mere combination of artificial intelligence and humor or satire, but rather constitutes a specific form of hybridization between artificial production, political spectacle, and platform logic. The analysis also makes it possible to identify internal variants of the phenomenon, such as technological self-parody, the satirical ridiculization of the opponent, geopolitical fantasy, and the pop spectacularization of conflicts. **Conclusions.** The study confirms the analytical usefulness of the term for examining emerging forms of political communication on social media. **Originality/value.** In summary, the article proposes an operational definition of a novel concept while also offering a methodological tool for the comparative analysis of synthetic *politainment*.

Keywords: synthetic *politainment*; generative artificial intelligence; political communication; social media; digital platforms; audiovisual content; content analysis.

1. Introducción

La expansión reciente de la inteligencia artificial generativa ha intensificado el interés académico por los usos políticos de los contenidos sintéticos en entornos digitales. Una parte importante de la literatura se ha concentrado en los *deepfakes* como principal forma de desinformación visual (Vaccari y Chadwick, 2020; Gómez de Ágreda *et al.*, 2021, Ballesteros-Aguayo y del Olmo, 2024), la automatización propagandística y los riesgos democráticos derivados de la circulación de imágenes, voces y vídeos artificiales en plataformas. Sin embargo, este énfasis en la dimensión engañosa o manipuladora ha dejado en un segundo plano otro fenómeno cada vez más visible: el empleo de recursos generativos para espectacularizar la comunicación política, implementar códigos propios del entretenimiento y favorecer la circulación del mensaje en redes sociales.

El desplazamiento hacia lo espectacular resulta especialmente significativo en un ecosistema mediático donde el mensaje político ya no sólo compite por la credibilidad o en términos de persuasión, sino también por la atención, visibilidad y capacidad de ser compartido. En este contexto, plataformas como Instagram, TikTok, X o Truth Social se convierten en el medio perfecto para que los actores del ecosistema que cercamos difundan piezas que ya no se limitan a satisfacer las tradicionales funciones del comunicador político (Vásquez-Rizo *et al.*, 2021), sino que se diseñan para ser consumidas como espectáculo, adaptándose a las lógicas algorítmicas de circulación. En esta intersección entre política, entretenimiento y producción artificial se sitúa, precisamente, el objeto del presente estudio.

A partir del escenario definido, esta investigación propone delimitar el concepto de “*politainment* sintético” desde una perspectiva circunscrita a un fenómeno particular en auge, de manera que se logre sortear una identificación genérica o imprecisa de cualquier contenido político producido con inteligencia artificial. Por el contrario, se apuesta aquí por una delimitación analítica exigente y asentada en un triple filtro: para hablar de “*politainment* sintético” han de concurrir simultáneamente la condición de visibilidad de la mediación generativa (1); una intencionalidad estética o espectacular reconocible (2), y una orientación clara al *engagement* o a una circulación viral en redes sociales (3).

La pertinencia de la propuesta surge de un relativo vacío teórico, a tenor del limitado desarrollo conceptual de aquellos trabajos que apuntan al modo en que la IA no solo altera o persuade, sino que convierte el consumo de contenidos políticos en una actividad ligera, superando el uso estratégico de los memes generativos como arma en una contienda electoral (Chang *et al.*, 2024). Con el fin de apuntalar teóricamente el concepto del que se ocupa el estudio, se trabaja con una muestra intencional de diez casos paradigmáticos ajustados a cuatro criterios: difusión por parte de un emisor político identificable (con independencia del país de procedencia del líder, partido o institución, así como del año de creación del vídeo o imagen); presencia visible de recursos generativos; componente estético o espectacular que presenta la pieza, y relevancia pública verificable mediante la cobertura mediática que recibió el caso en prensa, radio, televisión y/o medios digitales. El valor del corpus no reside, por tanto, en su volumen, sino en su capacidad para representar con nitidez el fenómeno a abordar desde una codificación rigurosa.

Casos como el vídeo de intención satírica “*La isla de las corrupciones*”, difundido en marzo de 2025 por el Partido Popular en España, o los *deepfakes* autoparódicos compartidos por el presidente francés, Emmanuel Macron, para promocionar la *AI Action Summit* permiten plantear que el *politainment* sintético no constituye una simple derivación tecnológica del contenido político digital, sino que ejemplifica una forma específica de hibridación entre espectáculo, lógica de plataforma y producción artificial. Con tal aseveración como telón de fondo, esta propuesta tiene como finalidad principal delimitar un aporte conceptual necesario en el campo de la comunicación política contemporánea, proponiendo una definición operativa aplicable al análisis de los nuevos contenidos de infoentretenimiento. Para ello, se analizan episodios internacionales de comunicación política generados con IA, difundidos desde las redes sociales de líderes o partidos a nivel mundial y que han alcanzado relevancia pública mediante la correspondiente cobertura mediática. Igualmente, se definen tres objetivos adicionales de carácter específico:

O.E.1. Diferenciar el *politainment* sintético de otras formas próximas de contenido político generado con IA, mediante un criterio de función dominante que permita delimitarlo por contraste y no solo a partir de una definición positiva.

O.E.2. Identificar las dimensiones analíticas que permiten caracterizar el *politainment* sintético como una modalidad específica de comunicación política mediada por IA.

O.E.3. Analizar una muestra intencional de casos internacionales para reconocer los rasgos y variantes que adopta el *politainment* sintético en distintos contextos políticos y plataformas digitales.

En coherencia con las metas explicitadas, el siguiente apartado examina la literatura relevante para precisar los límites del concepto.

2. Marco referencial

La comunicación política contemporánea se desarrolla en un ecosistema definido por la plataformización del debate público, la personalización del liderazgo y la creciente centralidad de métricas como la visibilidad, la interacción y la circulación. En este contexto, la incorporación de herramientas de inteligencia artificial generativa ha ampliado de forma decisiva las posibilidades de producción, estilización y difusión de mensajes políticos. La literatura reciente ha descrito este cambio como parte de una transformación amplia de las realidades sintéticas, en la que imágenes, voces, vídeos y escenas creadas artificialmente pasan a integrarse en la experiencia cotidiana de la comunicación digital (Cardenuto *et al.*, 2023). En el terreno político, la transformación señalada ha alimentado un campo de discusión centrado en los riesgos y oportunidades de la IA para la democracia, la persuasión electoral y la representación pública (Battista, 2024; Coeckelbergh, 2024; Kouroupis, 2023).

Una parte importante de los debates vinculados al uso de la inteligencia artificial generativa en la esfera política se concentra en los riesgos de crear contenidos de apariencia verosímil con intencionalidad engañosa o manipuladora. Así, los *deepfakes* han sido y son profusamente estudiados como elementos capaces de erosionar la confianza pública, reconfigurar la percepción de autenticidad y dificultar la evaluación crítica del contenido audiovisual (Ahmed, 2021; Appel & Prietzel, 2022; Momeni, 2025; Pawelec, 2022). A ello se suma la preocupación por la dificultad de los usuarios para detectar falsificaciones audiovisuales, comprender sus claves técnicas y activar mecanismos de verificación suficientes en condiciones de consumo acelerado (Cerdán-Martínez *et al.*, 2020; Lu & Yuan, 2024), por lo que, desde esta perspectiva, resulta comprensible que la IA aparezca habitualmente asociada a la desinformación como amenaza sobre funciones democráticas básicas.

Reducir la utilidad de la inteligencia artificial a la falsificación o a la propaganda engañosa resulta, en todo caso, un punto de vista limitado, a tenor de que su expansión está también favoreciendo formas de comunicación política orientadas a un modelo de infoentretenimiento más dinámico y adaptado a segmentos electorales jóvenes, combinando estrategias de alto impacto visual, intensificación emocional, memetización y circulación algorítmica. Y es que el tipo de contenido al que se enfoca en el presente trabajo puede servir para atraer, divertir, dramatizar, ironizar y contribuir a la espectacularización

de lo político con las tradicionales ventajas —y no solo inconvenientes— que entraña la “política *pop online*” (Mazzoleni y Bracciale, 2024). Este enfoque exige así un marco conceptual específico e innovador, capaz de evitar que todo contenido generado con IA quede subsumido bajo una noción demasiado amplia y poco operativa.

En línea con la consideración anterior, investigaciones recientes sobre política sintética han mostrado que la IA no actúa únicamente como amenaza externa al sistema político, sino que también lo hace como infraestructura de nuevas narrativas, nuevas formas de circulación y nuevas modalidades de recepción emocional. En este contexto, autores como Chen, Ye, Tsai, Ferrara y Luceri (2025) analizan la prevalencia, los difusores y la recepción afectiva de imágenes políticas generadas con IA en X, mientras Ferrara (2024) advierte del carácter expansivo de las aplicaciones maliciosas de la inteligencia artificial generativa, así como de los grandes modelos de lenguaje. Esta doble constatación —capacidad de amplificación y capacidad de reconfiguración simbólica— obliga a pensar la IA como potencial instrumento de manipulación, pero también como tecnología que interviene activamente en la producción estética del mensaje político (entre otros usos).

Huelga decir que la literatura sobre representación algorítmica y política automatizada no se limita al campo audiovisual. El surgimiento de formas de mediación basadas en agentes artificiales y sistemas algorítmicos de decisión amplía el horizonte de la política sintética más allá del *deepfake* clásico (García-Marzá & Calvo, 2024; Staunæs & Herrie, 2024), abarcando, incluso, formas de representación algorítmica en democracias tan consolidadas como la danesa —donde en 2022 emergió el “*Synthetic Party*”, con un *chatbot* como aspirante a presidir el país—. En este marco rupturista, las discusiones sobre gobernanza de medios sintéticos y regulación de la realidad artificial cobran especial importancia, precisamente porque el problema no reside solo en si una creación concreta es capaz de inducir al engaño a determinados ciudadanos usuarios de redes sociales, sino en cómo definir para una comunidad global los límites entre representación, simulación, autenticidad y *performance* política (Leibowicz, 2025).

En vista del amplio escenario a cercar, resulta preciso delimitar el término “*politainment* sintético”, partiendo de la base obvia de que no todo contenido político generado con IA y enfocado a dinamizar los procesos de información en el plano electoral puede ser categorizado como infoentretenimiento mediado por IA. Para clasificar una pieza como *politainment* sintético es necesario que concurren de manera simultánea tres dimensiones que, en conjunto, le otorgan su especificidad como fenómeno comunicativo. En primer lugar, ha de existir una mediación generativa visible (es decir, una intervención perceptible de herramientas de inteligencia artificial en la producción del contenido, ya sea mediante imágenes artificiales, voces sintetizadas, avatares, montajes hiperrealistas o recreaciones visuales que formen parte reconocible de la pieza). En segundo lugar, la mediación no puede limitarse a una función instrumental o técnica, sino que debe ponerse al servicio de una intencionalidad estética o espectacular (esto implica que el contenido esté construido para llamar la atención a través de la parodia, la dramatización, el humor, la exageración visual, la apropiación de códigos del entretenimiento o cualquier otro recurso orientado a convertir el mensaje político en una experiencia de consumo atractiva). En tercer y último lugar, la imagen, vídeo o avatar debe mostrar un diseño orientado al *engagement* y a la circulación algorítmica, con una configuración pensada para favorecer su compartibilidad, su viralización, su comentabilidad o su adaptación a las gramáticas propias de las plataformas digitales.

En síntesis, cuando la mediación generativa visible se combina con una estética espectacular y con un diseño orientado a la compartibilidad e interacción en plataformas, es posible hablar propiamente de “*politainment* sintético”, con una delimitación que exige separar tecnología, finalidad persuasiva y género comunicativo dentro del amplio ecosistema de la comunicación política automatizada. Al fin y al cabo, aunque la IA forma parte desde hace tiempo de repertorios ordinarios de comunicación electoral (Tosi *et al.*, 2025) y la literatura académica ha documentado el crecimiento de los *chatbots* en campañas tanto en términos de intención de voto como de aprendizaje político e interacción con el electorado (Kim & Lee, 2023; Taylor & Richey, 2024), buena parte de los trabajos actuales dirigen el esfuerzo a corroborar la necesidad de invertir mayores recursos en la verificación de la información política, con tareas de contraste y mediación informativa (Kuznetsova *et al.*, 2025). Todos estos casos remiten a formas de política mediada por IA, pero no necesariamente

al *politainment* sintético que se concreta en los mensajes en clave espectacular, emocional y viralizables en el entorno algorítmico de las plataformas.

Las aportaciones existentes apenas se aproximan a la esfera acotada para este trabajo, pero sí muestran que los anuncios impulsados por inteligencia artificial pueden influir en la percepción de los votantes y modular sus decisiones electorales (Kamal & Kaur, 2025), a la par que la microsegmentación política en la era de la IA generativa intensifica el poder persuasivo de la personalización algorítmica (Simchon *et al.*, 2024). A todo esto se suma el uso de contenido de marca impulsado por IA para reforzar identidades políticas y modelar actitudes de la audiencia (Jain & Sharma, 2024), como parte de una ecología de persuasión sintética (Sánchez-Gonzales & Sánchez-González, 2020; Santana & Cánepa, 2019) que solo deviene *politainment* sintético cuando la hibridación incorpora de forma nítida una lógica de espectacularización, hasta el punto de que la Inteligencia Artificial no aparece como soporte técnico invisible, sino que se incluye sin disimulo en la propia *performance* del mensaje.

3. Metodología

La presente investigación adopta un diseño cualitativo de alcance exploratorio-conceptual, orientado a delimitar operativamente el concepto de “*politainment* sintético” y a comprobar su utilidad analítica mediante la observación de casos paradigmáticos de comunicación política generada con inteligencia artificial. El estudio no persigue estimar la prevalencia del fenómeno ni construir una muestra representativa en términos estadísticos, sino identificar sus rasgos definitorios a partir de piezas documentadas, comparables entre sí y relevantes para la discusión teórica que se plantea.

La estrategia de análisis de casos múltiples permite trabajar con piezas heterogéneas en términos de país, emisor político, formato y plataforma, pero comparables sobre un punto común: la utilización visible de recursos generativos para transformar el mensaje político en una pieza diseñada para atraer la atención de la ciudadanía usuaria de redes sociales, favorecer la interacción y circular en entornos de plataforma. Sobre este escenario, la decisión de trabajar con casos paradigmáticos responde a una lógica deliberada de muestreo intencional, ya que se seleccionan piezas que, además de haber sido difundidas por emisores políticos identificables, permiten observar con nitidez la articulación entre mediación generativa, espectacularización y circulación digital. Así, el corpus responde a la finalidad de ofrecer una base empírica suficiente para apuntalar el concepto propuesto y poner a prueba su capacidad de delimitación frente a categorías próximas.

En lo referente a los criterios de selección, la muestra queda integrada por diez casos internacionales de contenido político generado con IA, seleccionados por cumplir simultáneamente cuatro criterios de inclusión:

- a) Difusión por parte de un emisor político identificable, ya se trate de un líder individual, un partido o un organismo oficial.
- b) Presencia visible de mediación generativa en la pieza analizada.
- c) Componente estético o espectacular reconocible, expresado a través de recursos como la parodia, la exageración visual, la dramatización, el humor o la apropiación de códigos del entretenimiento;
- d) Relevancia pública verificable del contenido analizado, acreditada mediante la cobertura mediática posterior en prensa, radio, televisión o medios digitales.

La composición del corpus (adaptada a una lógica comparativa amplia al abarcar contenidos de distintos países y momentos temporales) permite observar la aparición del *politainment* sintético en contextos políticos diversos, así como detectar continuidades o variaciones en el uso de la IA con fines de espectacularización política. La heterogeneidad temporal no constituye por tanto una limitación metodológica, sino un recurso analítico útil para identificar la evolución reciente del fenómeno.

Tabla 1. Identificación de los casos analizados

Caso	Emisor	Tipo	Fecha	Plataforma	Formato	Síntesis	Fuente mediática
"AI Yoon"	Campaña de Yoon Suk-yeol (Corea del Sur)	Líder individual / campaña	Marzo de 2022	YouTube	Avatar deepfake	Avatar del candidato que bromea, responde preguntas y ridiculiza al rival	Reuters
Modi bailando	Narendra Modi (India)	Líder individual	Mayo de 2024	X	Video IA	Modi comparte un vídeo generado con IA en el que aparece bailando	Reuters
"KU-K 12" / kirchnerismo zombi	Javier Milei (Argentina)	Líder individual	Septiembre de 2024	Instagram/X	Video IA	Dirigentes kirchneristas aparecen como zombis y Milei es representado como león salvador	Infobae
Deepfakes para el AI Action Summit	Emmanuel Macron (Francia)	Líder individual	Febrero de 2025	Instagram	Video IA	Macron comparte deepfakes de sí mismo en clave autoparódica para promocionar la cumbre	Le Monde
Trump Gaza	Donald Trump (Estados Unidos)	Líder individual	Febrero de 2025	Truth Social	Video IA	Gaza aparece reimaginada como un resort de lujo asociado a Trump	Reuters / RTVE
"La isla de las corrupciones"	Partido Popular (España)	Partido	Marzo de 2025	X	Video IA	Parodia política con estética de reality español sobre el entorno de Pedro Sánchez	Reuters / Onda Cero
Trump vestido de Papa	Donald Trump (Estados Unidos)	Líder individual	Mayo de 2025	Truth Social	Imagen IA	Imagen de Trump caracterizado como Papa en tono humorístico	Reuters / RTVE
Jeffries/Schumer con música de Mariachis	Donald Trump (Estados Unidos)	Líder individual	Septiembre de 2025	Truth Social	Video IA	Video de burla racializada contra líderes demócratas	Reuters
"La familia Sánchez" / Familia Addams	Partido Popular (España)	Partido	Octubre de 2025	Instagram/X	Video IA	Video satírico de Halloween que caricaturiza al Gobierno y al PSOE con estética de la familia Addams	elDiario.es
Bukele se burla de Petro y Maduro	Nayib Bukele (El Salvador)	Líder individual	Octubre de 2025	Instagram	Video IA	Bukele comparte una pieza satírica en la que aparece trasladando a Petro y Maduro a prisión	Infobae

Fuente: elaboración propia.

Como puede observarse en la tabla de identificación de elementos (Tabla 1), el corpus a analizar se compone de piezas difundidas entre los años 2022 y 2025 desde las plataformas X, Instagram, YouTube y Truth Social. Aunque los casos presentan diferencias obvias desde su mismo origen y contexto, todos comparten rasgos básicos como la mediación generativa visible y la orientación de un producto de infoentretenimiento hacia formas de circulación pública amplificada. Sobre esta base y conforme a lo que ya se ha detallado en los apartados anteriores, el análisis se concentra en la identificación de patrones narrativos, estéticos y estratégicos asociados al *politainment* sintético.

La unidad de análisis está constituida por cada pieza concreta incluida en la muestra. Se trata, según el caso, de vídeos, imágenes o avatares (en una de las ocasiones) difundidos desde cuentas oficiales de actores políticos y posteriormente recogidos por medios de comunicación.

Asimismo, cabe señalar que las fuentes empleadas para la identificación y verificación fueron de dos tipos: en primer lugar, se tuvieron en cuenta las piezas difundidas públicamente en plataformas digitales por líderes, partidos u organismos oficiales; en segundo lugar, se utilizaron fuentes periodísticas de verificación y contextualización, incorporadas como soporte para acreditar la existencia, difusión y repercusión pública de las piezas. La cobertura mediática operó de esta forma como indicador complementario de trazabilidad, verificabilidad y resonancia pública.

3.1. Matriz de análisis

En consonancia con los objetivos de la propuesta, se diseñó una matriz o ficha de análisis cualitativo orientada a registrar de forma sistemática las dimensiones centrales del fenómeno objeto de estudio. La plantilla se construyó a partir del triple filtro especificado en la introducción y desarrollado en el marco referencial: visibilidad generativa, intencionalidad estética o espectacular y orientación a la circulación en plataformas.

Tabla 2. Plantilla de análisis aplicada a la muestra

A) Identificación del caso 1. Caso 2. País 3. Emisor político 4. Tipo de emisor 5. Fecha de difusión 6. Plataforma 7. Formato 8. Fuente mediática consultada B) Variables descriptivas 1. Tipo de emisor 1. Líder individual 2. Partido político 3. Organismo oficial 2. Formato 1. Imagen IA 2. Vídeo IA 3. Avatar / deepfake 4. Otros 3. Plataforma de difusión 1. X 2. Instagram 3. Truth Social 4. YouTube 5. TikTok 6. Otras	C) Variables analíticas (I) 1. Visibilidad de la mediación generativa 0. No visible o dudosa 1. Visible implícita 2. Visible explícita 2. Recurso estético dominante 1. Autoparodia 2. Ridiculización del adversario 3. Dramatización del conflicto 4. Humor / meme 5. Fantasía simbólica o geopolítica 6. Otros D) Variables analíticas (II) 3. Orientación a la circulación 0. No evidente 1. Moderada 2. Alta Indicadores: compartibilidad, comentabilidad, potencial de viralización y adaptación a gramáticas de plataforma. 4. Función dominante de la pieza 1. Autopromoción espectacular 2. Ridiculización del adversario 3. Ataque político 4. Promoción institucional 5. Proyección simbólica o geopolítica 6. Otra E) Observaciones 1. Rasgos narrativos relevantes 2. Hibridación con propaganda o confrontación 3. Referencias pop o códigos del entretenimiento 4. Notas de codificación
--	---

Fuente: elaboración propia.

Tal y como se detalla en la Tabla 2, la plantilla se estructura en seis bloques complementarios. El primero corresponde a la identificación del caso concreto e incluye datos básicos como el nombre de la pieza, el país, el emisor político, el tipo de emisor, la fecha de difusión, la plataforma, el formato y la fuente mediática consultada. Este bloque cumple una función de contextualización mínima y permite situar cada pieza dentro del corpus comparado. En cuanto al segundo bloque, reúne las variables descriptivas, destinadas a caracterizar formalmente la pieza y a ordenar la heterogeneidad del corpus. Aquí se registran, de manera sistemática, el tipo de emisor —líder individual, partido político u organismo oficial—, el formato del contenido —imagen, vídeo, avatar o *deepfake*— y la plataforma de difusión. Estas variables no cumplen una función meramente inventarial, y es que su inclusión responde a la necesidad de comprobar si ciertos rasgos del *politainment* sintético se asocian con emisores concretos, formatos determinados o plataformas específicas.

El núcleo de la herramienta se sitúa en los bloques tercero y cuarto, dedicados a las variables analíticas. Aquí se codifica, en primer término, la visibilidad de la mediación generativa, entendida como el grado en que la intervención de la IA resulta perceptible en la pieza. La variable distingue entre mediación no visible o dudosa, visible implícita y visible explícita. La clasificación se realizó atendiendo al grado en que los elementos generativos podían ser identificados visualmente a partir de las características formales de la pieza, sin requerir conocimientos técnicos especializados. En algunos casos, la artificialidad se presenta de forma abierta y se integra en la propia lógica del mensaje; en otros, opera de manera menos evidente y exige una lectura contextual. Registrar este aspecto permite valorar hasta qué punto la condición sintética forma parte del efecto comunicativo.

La plantilla de codificación contempla también el denominado “recurso estético dominante”. Esta variable busca captar la forma principal de espectacularización que organiza el contenido, distinguiendo entre modalidades como la autoparodia, la ridiculización del adversario, la dramatización del conflicto, el humor de lógica memética o la fantasía simbólica o geopolítica. El interés de estas categorías radica en que el *politainment* sintético no se define solo por el uso de IA, sino por el modo en que esa mediación se inserta en una gramática reconocible de espectáculo político.

La tercera variable central es la orientación a la circulación, que mide el grado en que el contenido parece diseñado para favorecer su compartibilidad, comentabilidad, viralización o adaptación a las gramáticas de las plataformas. Para ello se atiende a indicadores como la simplificación visual, el tono memético, el reconocimiento inmediato de códigos culturales, la apelación a la reacción afectiva o la adecuación del formato al entorno de publicación. Esta dimensión resulta especialmente importante porque el *politainment* sintético, lejos de agotarse en la mera espectacularización del mensaje, implica una vocación de circulación ampliada, con una configuración pensada para integrarse en lógicas algorítmicas de difusión.

Junto a las dimensiones detalladas, la matriz incorpora a mayores una variable decisiva, que enlaza con la función dominante de la pieza. Su objetivo es identificar el propósito político-comunicativo principal que organiza el contenido, distinguiendo entre autopromoción espectacular, ridiculización del adversario, ataque político, promoción institucional, proyección simbólica o geopolítica y otras variantes relevantes. Esta variable cumple un papel central en el diseño del estudio, y es que su inclusión permite responder al primer objetivo específico del artículo: diferenciar el *politainment* sintético de otras formas próximas de contenido político generado con IA. En este sentido, la función dominante no se utiliza para reclasificar la muestra, sino para justificar su delimitación conceptual y, sobre todo, para comparar variantes internas del fenómeno.

La matriz se completa con un último bloque de observaciones, destinado a registrar rasgos narrativos relevantes, posibles hibridaciones con propaganda o confrontación, referencias pop y códigos del entretenimiento de particular interés, entre otras notas de codificación. Este apartado permite recoger matices que no siempre quedan plenamente capturados por

las categorías cerradas y que contribuye no sólo a reforzar la consistencia interpretativa del análisis, sino a convertirlo en una metodología extrapolable.

En suma, la plantilla diseñada no opera como simple ficha descriptiva. Se trata de una herramienta de codificación pensada y testada para poner en relación las condiciones materiales de difusión del caso, los recursos estéticos y estratégicos que caracterizan la pieza y, finalmente, la función dominante a partir de la cual se realiza la clasificación final. Tal articulación permite aplicar el concepto de “*politainment* sintético” con mayor precisión analítica y evitar que el uso político de la IA quede reducido indistintamente a desinformación, propaganda o innovación tecnológica.

3.2. Procedimiento de análisis

El procedimiento analítico se desarrolló en tres fases. En la primera, se identificaron y verificaron los casos potenciales a partir de su difusión pública y de la cobertura mediática asociada. En la segunda y siguiendo el orden lógico habitual, las autoras del artículo procedieron a la codificación conjunta de cada pieza mediante la matriz de análisis descrita en el subepígrafe anterior. Con el fin de garantizar la consistencia interpretativa del procedimiento, las categorías analíticas fueron previamente revisadas y aplicadas de forma consensuada a la totalidad de la muestra. Durante el proceso de análisis, las decisiones de clasificación fueron discutidas y contrastadas entre las tres investigadoras hasta alcanzar una interpretación compartida de cada caso.

Finalmente, en la tercera y última fase, las publicaciones fueron comparadas entre sí con el fin de detectar regularidades narrativas, estéticas y estratégicas, así como diferencias relevantes en función del tipo de emisor, la plataforma y la función dominante del contenido.

Cabe señalar que durante la preparación del manuscrito se utilizaron herramientas de IA generativa como apoyo en tareas estrictamente operativas. En concreto, se empleó ChatGPT (OpenAI) para asistencia puntual en la revisión formal del texto y propuesta de resumen, al objeto de verificar la adaptación plena a las normas de estilo de la revista.

4. Resultados

El análisis del corpus permite identificar una serie de rasgos recurrentes que confirman la utilidad operativa del concepto de “*politainment* sintético”, comenzando por el hecho de que en los diez casos examinados concurren, con diferente intensidad, los tres elementos definidos en la introducción y desarrollados en el marco referencial (visibilidad de la mediación generativa, configuración estética o espectacular del mensaje y orientación a la circulación en plataformas). A partir de esta base común, los resultados muestran variaciones relevantes en función del recurso estético dominante, la función política de la pieza, el tipo de emisor y la plataforma de difusión.

Lejos de aparecer como un uso accesorio de la inteligencia artificial, el *politainment* sintético se presenta en la muestra como una forma específica de hibridación entre producción artificial, aplicación de códigos propios del entretenimiento y lógica de plataforma. En todos los casos es posible afirmar que la IA no actúa como una mera herramienta de apoyo técnico, sino como parte visible de la construcción del mensaje. Tal visibilidad cumple una función expresiva, a tenor de que, junto con la meta de intensificar el impacto visual del mensaje, refuerza el tono lúdico o agresivo de la pieza y contribuye a su reconocimiento inmediato como artefacto diseñado para convertirse en viral.

El primer resultado relevante es que la mediación generativa visible no aparece en la muestra como un elemento marginal o secundario, sino como uno de los recursos centrales de construcción del mensaje. En los diez casos analizados y recogidos en la Tabla 3, la artificialidad es reconocible ya sea a través de imágenes manifiestamente generadas (*deepfakes* autoparódicos, avatares digitales o vídeos hiperestilizados) que convierten la propia condición sintética de la pieza en parte de su atractivo narrativo. Esta constatación resulta de fundamental importancia, pues posibilita distinguir el *politainment* sintético de otras formas de comunicación política mediada por IA en las que la tecnología puede operar de forma menos perceptible o puramente instrumental.

Tabla 3. Síntesis analítica de los casos según recurso estético y función dominante

Caso	Recurso estético dominante	Función dominante	Rasgo dominante del politainment sintético
"AI Yoon"	Autoparodia	Autopromoción espectacular	Autoparódico
Modi bailando	Autoparodia	Autopromoción espectacular	Autoparódico
"KU-K 12" / kirchnerismo zombi	Dramatización del conflicto	Ridiculización del adversario	Agresivo / confrontativo
Deepfakes para el AI Action Summit	Autoparodia	Autopromoción espectacular	Autoparódico
"Trump Gaza"	Fantasía simbólica o geopolítica	Proyección simbólica o geopolítica	Geopolítico-fantástico
"La isla de las corrupciones"	Ridiculización del adversario	Ataque político	Satírico-burlón
Trump vestido de Papa	Humor / meme	Autopromoción espectacular	Satírico-burlón
Jeffries/Schumer con música de mariachis	Ridiculización del adversario	Ataque político	Agresivo / confrontativo
"La familia Sánchez" / Familia Addams	Ridiculización del adversario	Ataque político	Satírico-burlón
Bukele se burla de Petro y Maduro	Fantasía simbólica o geopolítica	Ridiculización del adversario	Geopolítico-fantástico

Fuente: elaboración propia.

Como quiera que sea, la visibilidad generativa no cumple siempre la misma función. Así, en una primera variante la artificialidad se asocia a la autopresentación lúdica del actor político, como ocurre al observar el avatar "AI Yoon", impulsado por la campaña de Yoon Suk-yeol. En esta ocasión la condición sintética no se oculta, sino que se integra en la pieza como parte de una estrategia de modernización simbólica y cercanía digital. Algo similar sucede con los *deepfakes* compartidos por Emmanuel Macron para promocionar la AI Action Summit, aunque en este caso se aprecia la manipulación del propio rostro presidencial, que se pone al servicio de la autoparodia y del guiño tecnológico.

Figura 1. Autoparodia del político (Macron) mediante IA generativa

Fuente: elaboración propia.

En una segunda variante, la mediación artificial refuerza la hipérbole visual y el efecto de extrañamiento. El vídeo “Trump Gaza”, la pieza zombi difundida por Javier Milei o el vídeo compartido por Nayib Bukele burlándose de Gustavo Petro y Nicolás Maduro son buena muestra de ello, pues se apoyan precisamente en la espectacularidad de escenarios imposibles, personajes deformados o situaciones extremas que no pretenden pasar por reales, sino activar un consumo basado en el impacto, la reacción y la circulación inmediata. En estos casos, la condición sintética no debilita el mensaje: constituye uno de sus principales resortes de atracción.

Figura 2. Fantasía simbólica o geopolítica en el *politainment* sintético



Fuente: elaboración propia.

Desde el punto de vista comparado, puede afirmarse que la visibilidad de la mediación generativa cumple en la muestra una doble función. Por un lado, legitima la pieza como artefacto nativamente digital; por otro, potencia su rendimiento espectacular. En consecuencia, el *politainment* sintético no puede definirse solo por el uso de IA, sino por el modo en que esta se exhibe, se dramatiza o se incorpora abiertamente a la *performance*, llegando a trivializar conflictos de alta gravedad política y humanitaria (como la guerra en Gaza).

El segundo hallazgo central de la muestra es la existencia de una gramática espectacular compartida, aunque desplegada a través de recursos estéticos diversos. A este respecto se descubre que todas las piezas están construidas/generadas para llamar la atención y transformar el mensaje político en una experiencia de consumo visualmente intensa. Sin embargo, esa espectacularización no se manifiesta de una sola forma. El análisis permite distinguir cuatro variantes predominantes entre las que se ubica, en primer lugar, la autoparodia tecnológica. Ésta resulta visible de forma especialmente clara en los casos de Macron, Modi y Yoon Suk-yeol, ya que el actor político se presenta a sí mismo como objeto del artificio: baila, se duplica, se convierte en avatar o se presta a una dramatización humorística de su propia imagen. Aquí la espectacularización cumple una función de humanización lúdica, al tiempo que proyecta una idea de actualización tecnológica y familiaridad con los códigos digitales contemporáneos.

La segunda variante es la ridiculización satírica del adversario, dominante en piezas como “La isla de las corrupciones”, “La familia Sánchez”, el video de Trump sobre Jeffries y Schumer con música de mariachi y la pieza zombi de Milei. En estos casos, el recurso generativo se articula con una lógica de sátira antagonista. El adversario aparece caricaturizado, deformado o situado en una escena ficcional que busca desacreditarlo mediante el humor, la exageración o la burla. La función política no desaparece, pero se integra en un formato cuyo motor principal es el entretenimiento confrontativo.

Figura 3. Ridiculización satírica del adversario mediante IA: “La familia Sánchez”



Fuente: elaboración propia.

La tercera variante es la fantasía geopolítica o simbólica, especialmente visible en “Trump Gaza” y en el vídeo compartido por Bukele. Aquí la pieza deja de operar solo como sátira directa del rival y pasa a construir un universo visual alternativo: Gaza convertida en una suerte de resort trumpista, presidentes trasladados a prisión o escenarios de poder donde la política se presenta bajo códigos de fantasía hiperbólica. Este tipo de *politainment* sintético amplía el repertorio del fenómeno más allá del chiste o la parodia inmediata y lo acerca a formas de proyección simbólica más ambiciosas.

Una cuarta variante, más híbrida, es la de la espectacularización pop del conflicto político, ejemplificada sobre todo por las piezas del Partido Popular en España. Tanto “La isla de las corrupciones” como “La familia Sánchez” se apoyan en la apropiación de formatos reconocibles del entretenimiento audiovisual y del imaginario popular. La primera toma prestada la gramática del *reality show*, mientras que la segunda se inspira en la famosa iconografía de la siniestra familia Addams. En ambos casos, el conflicto político se traduce a un lenguaje cultural familiar para la audiencia, facilitando la comprensión rápida del mensaje, su circulación y su reconocimiento emocional.

La muestra permite observar, en conclusión, que la espectacularización no debe entenderse como una simple capa ornamental del contenido, sino como su principio organizador principal. Lo que cambia entre unos casos y otros no es la presencia o ausencia de espectáculo, sino el modo en que éste se articula con la función política y con la cultura visual de la plataforma como fondo.

Figura 4. Referencia pop en el ataque político: “La isla de las corrupciones”



Fuente: elaboración propia.

En línea con la elucidación anterior, el tercer resultado transversal del corpus es que el *politainment* sintético no se define únicamente por su espectacularidad, sino por su vocación de circulación ampliada. En todos los casos analizados, la pieza aparece configurada para favorecer formas de difusión, compartición y comentario propias de las plataformas digitales. Esto se observa, en primer lugar, en la simplificación visual y narrativa de los mensajes, porque el contenido, aun cuando condensa referencias políticas complejas, las presenta reorganizadas en una estructura fácilmente reconocible: una caricatura, una escena, una transformación visual, una broma o una secuencia de impacto.

Truth Social y X aparecen asociados a piezas marcadamente confrontativas, vinculadas sobre todo a las cuentas de Trump, Milei o el Partido Popular, donde el contenido se orienta a la reacción inmediata, la polémica y la amplificación discursiva. Instagram, en cambio, concentra piezas más visuales y estilizadas, como las de Macron o Bukele, donde la construcción del impacto anteriormente mencionado depende en mayor medida del atractivo icónico. YouTube, en el caso de “AI Yoon”, permite un desarrollo más prolongado de la pieza, aunque sigue inscrito en la lógica del consumo ligero y compartible.

Por otra parte, la muestra confirma que el *politainment* sintético está pensado para suscitar comentarios, reacciones, adhesión, indignación o réplica. La pieza funciona, así como detonante de circulación secundaria: conversación política, cobertura mediática, controversia e incluso reapropiación por otros actores. En este punto, la prensa no actúa únicamente como registro del caso, sino como espacio de amplificación del contenido y de consolidación de su relevancia pública. Desde el punto de vista analítico, el resultado refuerza una de las tesis centrales del artículo: el infoentretenimiento político generado con IA no puede entenderse como la simple combinación de una tecnología generativa con recursos humorísticos o satíricos. Su especificidad radica en que la mediación artificial, la espectacularización del mensaje y la orientación a la circulación en plataformas aparecen integradas en una misma lógica comunicativa.

Aunque toda la muestra ha sido delimitada previamente como corpus de *politainment* sintético, los resultados muestran que existen variantes internas significativas en función de la función dominante de la pieza. Este punto resulta decisivo para responder al primer objetivo específico del estudio, pues permite diferenciar el infoentretenimiento político generado con IA de otras formas próximas de contenido político producido con la misma tecnología. Para ser exactos, en la muestra pueden distinguirse casos donde predomina la autopromoción espectacular (es posible hablar de “AI Yoon”, Modi bailando y los deepfakes autoparódicos de Macron), donde el artificio se orienta menos a desacreditar al rival que a reforzar una imagen de cercanía, modernidad o competencia digital. En estas piezas, la IA funciona como soporte de actualización simbólica del liderazgo.

De acuerdo con la exposición anterior, se observan también casos donde predomina la ridiculización del adversario, especialmente visibles en las piezas del Partido Popular, en el vídeo de Trump sobre Jeffries y Schumer y en el caso zombi de Milei. Aquí el entretenimiento no sustituye la confrontación política, sino que la intensifica mediante procedimientos de caricaturización, deformación y puesta en escena satírica. Igualmente, se detectan vídeos e imágenes donde la función principal puede describirse como proyección simbólica o geopolítica, tal como sucede en “Trump Gaza” y en el vídeo compartido por Bukele. En ellas, el efecto político no depende únicamente de la burla al adversario, sino de la construcción de un universo visual alternativo donde se dramatiza una relación de poder, castigo o dominio. Para finalizar, varios casos muestran formas híbridas, donde coexisten propaganda, confrontación, dramatización y espectáculo. Esto sucede con especial nitidez en los contenidos del Partido Popular y en algunas piezas de Trump, donde las lógicas del meme, la sátira y el ataque político aparecen profundamente entrelazadas. Este resultado confirma la utilidad del criterio metodológico de función dominante: las categorías analíticas no aparecen en estado puro, pero sí puede identificarse cuál de sus dimensiones organiza prioritariamente cada caso.

Los resultados permiten afirmar, en síntesis, que la muestra no se compone de simples contenidos políticos o propagandísticos generados con IA (al menos, en sentido estricto). En todos los casos, la espectacularización y la orientación a la circulación funcionan como el principio organizador del mensaje. Tal constatación permite defender la validez analítica del concepto “*politainment* sintético” y su aparición como una forma de comunicación política emergente y que, lejos de reemplazar funciones clásicas como la autopromoción, el ataque o la propaganda, las rehibrida con códigos del entretenimiento y de la cultura visual digital.

5. Discusión

Los resultados obtenidos permiten sostener que el *politainment* sintético constituye una categoría analíticamente útil para describir una modalidad específica de comunicación política contemporánea, caracterizada por la articulación entre mediación generativa visible, espectacularización del mensaje y orientación a la circulación en plataformas. Esta constatación resulta relevante porque matiza el predominio —detectado en buena parte de la literatura— de enfoques centrados casi exclusivamente en los riesgos de la desinformación, la manipulación o la erosión de la autenticidad asociados a los contenidos sintéticos. En este sentido, los hallazgos obtenidos resultan coherentes con los planteamientos de Battista (2024) y Coeckelbergh (2024), quienes advierten que el impacto político de la inteligencia artificial no puede reducirse exclusivamente a sus potenciales efectos negativos sobre los procesos democráticos, y complementan las observaciones de Chen *et al.* (2025) acerca de la creciente presencia de contenidos políticos generados con IA en plataformas digitales. Sin negar la importancia de tal dimensión, el análisis de esta propuesta pone de manifiesto que la IA generativa también se integra en repertorios comunicativos orientados al entretenimiento, de modo que no todo contenido político generado con inteligencia artificial puede ser subsumido bajo amplias categorías como las de *deepfake*, propaganda o desinformación visual.

La comparación entre las diez piezas seleccionadas para este trabajo muestra que la especificidad del fenómeno que centra la propuesta no reside únicamente en la presencia de IA, sino en la función comunicativa que ésta adquiere cuando se incorpora visiblemente a piezas diseñadas para captar la atención de los ciudadanos/usuarios, y que no se agota en las dimensiones propagandísticas o confrontativas. Desde esta perspectiva, el trabajo ofrece una doble aportación. Por un lado, propone una delimitación conceptual que permite diferenciar el *politainment* sintético de otras formas próximas de contenido político generado con inteligencia artificial a partir del criterio de función dominante. Por otro, muestra que dicha categoría no remite a un único estilo expresivo, sino a un repertorio flexible que incluye formas de autoparodia tecnológica, ridiculización satírica del adversario, fantasía geopolítica y espectacularización pop del conflicto. Asimismo, la diversidad de variantes identificadas en la muestra refuerza las observaciones de Mazzoleni y Bracciale (2024) sobre la creciente hibridación entre cultura digital, entretenimiento y comunicación política. En consecuencia, el *politainment* sintético puede interpretarse como una manifestación específica de dicha tendencia, caracterizada por la incorporación visible de recursos generativos en formatos concebidos para maximizar la atención y la interacción en plataformas. Tal variedad interna es, precisamente, lo que refuerza la idea de que el fenómeno no debe abordarse como un caso marginal o anecdótico, sino como modalidad emergente de hibridación entre cultura visual digital, espectáculo político y lógica de plataforma.

La muestra seleccionada también permite discutir el papel de los emisores y de las plataformas en la configuración del fenómeno. Mientras los líderes individuales tienden a explotar con mayor intensidad la autopresentación espectacular o la proyección simbólica personalizada, los partidos recurren más claramente a la apropiación satírica de formatos culturales reconocibles para atacar al adversario. Del mismo modo, el entorno de difusión no actúa como mero soporte técnico: condiciona el tipo de simplificación visual, el grado de confrontación y el potencial de circulación secundaria de las piezas. Esta observación

resulta coherente con las transformaciones asociadas a las denominadas «realidades sintéticas» descritas por Cardenuto *et al.* (2023), en las que la producción artificial y las dinámicas propias de las plataformas pasan a formar parte de la experiencia ordinaria de la comunicación digital.

En cuanto a los límites del estudio, conviene subrayar dos. En primer lugar, la muestra es intencional y reducida, por lo que no permite extraer conclusiones generalizables sobre la frecuencia o distribución global del fenómeno. En segundo término, la investigación se centra en las características de las piezas y en su lógica comunicativa, pero no analiza empíricamente su recepción por parte de las audiencias ni su rendimiento algorítmico efectivo. Ambas cuestiones abren líneas de investigación futuras, especialmente en lo relativo a la interacción entre espectacularización sintética, *engagement* y percepción ciudadana.

6. Conclusiones

El estudio que ocupa estas páginas ha permitido delimitar conceptualmente el fenómeno del *politainment* sintético y proponer una definición operativa aplicable al análisis de contenidos políticos difundidos en plataformas digitales. A partir de una muestra intencional de diez casos internacionales, la investigación confirma que la categoría definida resulta útil para describir piezas en las que la inteligencia artificial se hace visible, el mensaje se transforma en espectáculo y el contenido se diseña para circular en entornos de plataforma.

En relación con el primer objetivo específico, el análisis ha revelado que el infoentretenimiento político generado con IA puede diferenciarse de otras formas próximas de contenido creado con la misma tecnología mediante un criterio de función dominante. La comparación entre los casos examinados permite a este respecto sostener que no basta con la existencia de humor, sátira o confrontación en el manejo de la herramienta, sino que la espectacularización y la orientación a la circulación deben actuar como principio organizador rector.

En cuanto al segundo objetivo, el estudio ha posibilitado identificar las principales dimensiones analíticas que caracterizan el *politainment* sintético como una modalidad específica de comunicación política mediada por IA, entre las que destacan la visibilidad generativa, la espectacularización del mensaje y la orientación a la circulación en plataformas.

La delimitación de estas dimensiones ofrece una base metodológica útil para futuras investigaciones interesadas en el análisis comparado del fenómeno. De la misma forma y en relación con la tercera gran finalidad, el trabajo de campo ha permitido reconocer rasgos característicos y variantes del fenómeno objeto de estudio, entre los que cabe resaltar la exhibición explícita de la mediación artificial, la simplificación visual del conflicto político y la adaptación de las piezas a lógicas de comentabilidad y amplificación pública.

En conjunto, el *politainment* sintético constituye una modalidad emergente de hibridación entre producción artificial, espectáculo político y cultura de plataformas. Como tal y en vista de su creciente auge, merecerá seguir siendo estudiado.

7. Financiación

Este trabajo se ha desarrollado en el marco de las actividades del Grupo de Investigación Reconocido (GIR) Nuevas Tendencias en Comunicación (NUTECO) de la Universidad de Valladolid (Código GIR: 387).

8. Contribuciones

Roles	Autor 1	Autor 2	Autor 3
Conceptualización	x		
Análisis formal	x	x	x
Obtención de fondos			
Administración del proyecto		x	x
Investigación	x		
Metodología	x		
Tratamiento de datos	x	x	x
Recursos	x	x	x
Software			
Supervisión		x	x
Validación	x	x	x
Visualización de resultados	x	x	x
Redacción-borrador original	x		
Redacción-Revisión y edición	x	x	x

Referencias

- Ahmed, S. (2021). Who inadvertently shares deepfakes? Analyzing the role of political interest, cognitive ability, and social network size. *Telematics and Informatics*, 57, 101508. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101508>
- Appel, M., & Prietzel, F. (2022). The detection of political deepfakes. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27(4), zmac008. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmac008>
- Ballesteros-Aguayo, L., & del Olmo, F. J. R. (2024). Vídeos falsos y desinformación ante la IA: *El deepfake* como vehículo de la posverdad. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 29, 1–14. <https://doi.org/10.35742/rcci.2024.29.e294>
- Battista, D. (2024). Political communication in the age of artificial intelligence: An overview of deepfakes and their implications. *Society Register*, 8(2), 7–24. <https://doi.org/10.14746/sr.2024.8.2.01>
- Cardenuto, J. P., Yang, J., Padilha, R., Wan, R., Moreira, D., Li, H., & Rocha, A. (2023). The age of synthetic realities: Challenges and opportunities. *APSIPA Transactions on Signal and Information Processing*, 12(1). <https://doi.org/10.1561/116.00000138>
- Cerdán-Martínez, V., García-Guardia, M.-L., & Padilla-Castillo, G. (2020). Alfabetización moral digital para la detección de deepfakes y fakes audiovisuales. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 25, 165–181. <https://doi.org/10.5209/ciyc.68762>
- Coeckelbergh, M. (2024). *Why AI undermines democracy and what to do about it*. John Wiley & Sons.
- Chang, H. C. H., Shaman, B., Chen, Y. C., Zha, M., Noh, S., Wei, C., Weener, T., & Magee, M. (2024). *Generative memesis: AI mediates political memes in the 2024 USA presidential election* [Preprint]. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2411.00934>
- Chen, Z., Ye, J., Tsai, B., Ferrara, E., & Luceri, L. (2025, Septiembre). Synthetic politics: Prevalence, spreaders, and emotional reception of AI-generated political images on X. En Proceedings of the 36th ACM Conference on Hypertext and Social Media (pp. 11–21). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3720553.3746675>
- elDiario.es. (2025, octubre 31). El PP convierte con IA a “la familia Sánchez” en los Addams por Halloween: “Tu pesadilla y cada día la de más gente”. https://www.eldiario.es/rastreador/132_12731337
- Ferrara, E. (2024). GenAI against humanity: Nefarious applications of generative artificial intelligence and large language models. *Journal of Computational Social Science*, 7(1), 549–569. <https://doi.org/10.1007/s42001-024-00250-1>
- García-Marzá, D., & Calvo, P. (2024). The virtual politician: On algorithm-based political decision-making. *En Algorithmic democracy: A critical perspective based on deliberative democracy* (pp. 41–59). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-53015-9_3

- Gómez de Ágreda, Á., Feijoo González, C. A., & Salazar García, I. A. (2021). Una nueva taxonomía del uso de la imagen en la conformación interesada del relato digital. *Deep fakes e inteligencia artificial*. El Profesional de la Información, 30(2), 1–24. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.16>
- Infobae. (2024, septiembre 19). “El virus Ku-K 12”: Javier Milei publicó un video que muestra a políticos kirchneristas como zombies. <https://www.infobae.com/politica/2024/09/19/>
- Infobae. (2025, octubre 29). Nayib Bukele compartió video hecho con IA en el que se burlan de Gustavo Petro y Nicolás Maduro: “Parcero, ¿tiene ya un plan de escape?”. <https://www.infobae.com/colombia/2025/10/29/>
- Jain, V., & Sharma, H. (2024). Discovering AI-driven purposeful political brand content to influence the voters’ attitude. *International Journal of Market Research*, 67(2–3), 296–313. <https://doi.org/10.1177/14707853241309294>
- Kamal, R., & Kaur, J. (2025). Artificial intelligence and electoral decision-making: Analyzing voter perceptions of AI-driven political ads. *En Recent advances in sciences, engineering, information technology & management* (pp. 890–896). CRC Press.
- Kim, Y., & Lee, H. (2023). The rise of chatbots in political campaigns: The effects of conversational agents on voting intention. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 39(20), 3984–3995. <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2108669>
- Kouroupis, K. (2023). AI and politics: Ensuring or threatening democracy? *Tribuna Juridică*, 13(4), 575–587. <https://doi.org/10.24818/TBJ/2023/13/4.05>
- Kuznetsova, E., Makhortykh, M., Vziatysheva, V., Stolze, M., Baghumyan, A., & Urman, A. (2025). In generative AI we trust: Can chatbots effectively verify political information? *Journal of Computational Social Science*, 8(1), Article 15. <https://doi.org/10.1007/s42001-024-00338-8>
- Leibowicz, C. R. (2025). Regulating reality: Exploring synthetic media through multistakeholder AI governance [Preprint]. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2502.04526>
- Le Monde with AFP. (2025, febrero 9). Macron uses deepfake videos of himself to promote Paris AI summit. <https://www.lemonde.fr/en/france/article/2025/02/09/>
- Lu, H., & Yuan, S. (2024). “I know it’s a deepfake”: The role of AI disclaimers and comprehension in the processing of deepfake parodies. *Journal of Communication*, 74(5), 359–373. <https://doi.org/10.1093/joc/jqae022>
- Mazzoleni, G., & Bracciale, R. (2024). *La politica pop online: I meme e le nuove sfide della comunicazione politica*. Il Mulino.
- Momeni, M. (2025). Artificial intelligence and political deepfakes: Shaping citizen perceptions through misinformation. *Journal of Creative Communications*, 20(1), 41–56. <https://doi.org/10.1177/09732586241277335>
- Pawelec, M. (2022). Deepfakes and democracy (theory): How synthetic audio-visual media for disinformation and hate speech threaten core democratic functions. *DISO*, 1, Article 19. <https://doi.org/10.1007/s44206-022-00010-6>
- Reuters. (2022, marzo 3). South Korea candidates woo young voters with ‘deepfakes’ and hair insurance. <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/>
- Reuters. (2024, mayo 16). Dance videos of Modi, rival turn up AI heat in India election. <https://www.reuters.com/world/india/>
- Reuters. (2025, marzo 7). Dominican Republic rebukes Spanish opposition party over ‘vicious’ AI video. <https://www.reuters.com/world/>
- Reuters. (2025, octubre 1). Trump’s AI videos of top Democrat were a joke, not racist, Vance says. <https://www.reuters.com/business/media-telecom/>
- RTVE. (2025, febrero 26). Trump publica un vídeo hecho con IA con una Gaza reconstruida y turística bajo control estadounidense. <https://www.rtve.es/noticias/20250226/>
- RTVE. (2025, mayo 3). Trump publica una foto vestido de papa tras bromear con postularse como sucesor de Francisco. <https://www.rtve.es/noticias/20250503/>
- Sánchez-Gonzales, H. M., & Sánchez-González, M. (2020). Conversational bots used in political news from the point of view of the user’s experience: *PolitiBot. Communication & Society*, 33(4), 155–168. <https://doi.org/10.15581/003.33.4.155-168>
- Santana, L. E., & Cánepa, G. H. (2019). ¿Son bots? Automatización en redes sociales durante las elecciones presidenciales de Chile 2017. *Cuadernos.info*, 44, 61–77. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1629>
- Simchon, A., Edwards, M., & Lewandowsky, S. (2024). The persuasive effects of political microtargeting in the age of generative artificial intelligence. *PNAS Nexus*, 3(2), pgae035. <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgae035>

- Staunæs, A. B., & Herrie, M. B. (2024). Deep faking in a flat reality? *A Peer-Reviewed Journal About*, 13(1), 105–123. <https://doi.org/10.7146/aprja.v13i1.151235>
- Taylor, J. B., & Richey, S. (2024). AI chatbots and political learning. *Journal of Information Technology & Politics*, 1–11. <https://doi.org/10.1080/19331681.2024.2422929>
- Tosi, D., Chiappa, M., & Pizzul, D. (2025). AI chatbots in political campaigns: A practical experience in the EU's 2024 parliament elections. *Social Science Computer Review*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/08944393251320063>
- Vaccari, C., & Chadwick, A. (2020). Deepfakes and disinformation: Exploring the impact of synthetic political video on deception, uncertainty, and trust in news. *Social Media + Society*, 6(1), 2056305120903408. <https://doi.org/10.1177/2056305120903408>
- Vásquez-Rizo, F. E., Murgueitio-Echeverri, M., & Jiménez-Trochez, M. A. (2021). Las redes sociales y su relación con la función del comunicador político. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 19(38), 69–86. <https://doi.org/10.22395/angr.v19n38a4>