

Análisis de la desinformación y manipulación informativa en procesos electorales subnacionales en Chile, 2024

Analysis of disinformation and information manipulation in subnational electoral processes in Chile, 2024

Recibido: 15/05/2026
Aceptado: 07/08/2026

María José Labrador Blanes
Correspondencia: mjlaborador@udd.cl
<https://orcid.org/0000-0001-6093-7936>
Universidad del Desarrollo, Chile

Pedro Anguita
panguita@uandes.cl
<https://orcid.org/0000-0002-6414-7912>
Universidad de los Andes, Chile

Resumen

Esta investigación analizó las narrativas desinformativas presentes en redes sociales durante las elecciones subnacionales de Chile en octubre de 2024. Se empleó el marco metodológico de Manipulación Informativa e Interferencia Extranjera (FIMI), adaptándolo al contexto de la cultura política chilena para evaluar la integridad del ecosistema comunicativo. A partir de un corpus de 18 unidades de análisis verificadas por Mala Espina Check (IFCN), se examinó el impacto de estos desórdenes informativos mediante el cálculo del *engagement rate* (ER), en contraste con los promedios de interacción orgánica en redes sociales. Los hallazgos revelan una baja incidencia de operaciones coordinadas y la ausencia de redes de automatización (bots), lo que sugiere una resiliencia informativa en procesos a escala subnacional. No obstante, se discute la peligrosidad de estos casos aislados por su capacidad de afectar la decisión informada y el derecho al sufragio. El estudio concluye que, si bien la amenaza FIMI fue marginal en este proceso, es imperativo mantener el monitoreo ante escenarios de amenazas mayores e imprevisibles para el ecosistema informativo.

Para citar este artículo:

Labrador, M. J., & Anguita, P. (2026). Análisis de la desinformación y manipulación informativa en procesos electorales subnacionales en Chile, 2024. *Correspondencias & Análisis*, (24), 13-48. <https://doi.org/10.24265/cian.2026.n24.01>

© Los autores. Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC - BY 4.0).



Palabras clave: desinformación, redes sociales, campaña electoral, medios de comunicación digitales, democracia, FIMI

Abstract

This research analyses the disinformation narratives present on social networks during the subnational elections in Chile in October 2024. The Foreign Information Manipulation and Interference (FIMI) methodological framework was employed, adapting it to the context of Chilean political culture to evaluate the integrity of the communicative ecosystem. Using a corpus of 18 units of analysis verified by Mala Espina Check (IFCN), the impact of these information disorders was examined by calculating the *engagement rate* (ER), contrasting it with the averages of organic interaction on social networks. The findings reveal a low incidence of coordinated operations and an absence of automated networks (bots), suggesting informational resilience in subnational-scale processes. Nevertheless, the danger of these isolated cases is discussed due to their ability to affect informed decision-making and the right to suffrage. The study concludes that, while the FIMI threat was marginal in this process, it is imperative to maintain monitoring in the face of scenarios of greater jurisdictional volatility—scenarios of greater and unpredictable threats to the information ecosystem.

Keywords: disinformation, social networks, electoral campaigns, digital media, democracy, FIMI

Introducción

El estudio que se presenta se vincula con los desórdenes informativos en los procesos electorales, un fenómeno de gran actualidad y relevancia para las sociedades democráticas contemporáneas. El fraude electoral se ha convertido en una de las principales metáforas que condensan la nueva relación que la desinformación ha establecido con la confianza de la ciudadanía en las instituciones democráticas (Salaverría et al., 2024). Si bien la vulnerabilidad frente a estos desórdenes no es homogénea —ya que difiere entre países que cuentan con sólidas garantías institucionales y aquellos que carecen de ellas—, la mayoría de las naciones han visto afectados sus procesos democráticos como consecuencia de esta misma problemática.

Por otra parte, el uso de la tecnología ha introducido una serie de elementos singulares en las campañas electorales contemporáneas, entre ellos los *deepfakes*, herramientas que emplean inteligencia artificial para generar imágenes o audios en los que personas reales, ficticias o incluso fallecidas aparecen expresando opiniones o participando en situaciones que nunca ocurrieron. La irrupción social de estas tecnologías y, especialmente, la generalización de su uso ha provocado transformaciones sustantivas en los modos de difusión de la información y en las posibilidades de organización política, con especial incidencia en la publicidad segmentada y en los mecanismos de financiamiento electoral. Este tipo de comunicación política incide en la denominada «arquitectura de la decisión» del votante al favorecer la formación de opiniones cada vez más personalizadas basadas en procesos de segmentación y microsegmentación (Rubio et al., 2024a, 2024b).

Si bien se ha evidenciado una alta exposición relativa de la población chilena a contenidos falsos, incorrectos o de baja calidad (Valenzuela, 2024), esta investigación aborda la desinformación específicamente en el contexto electoral. Su objetivo central es analizar la desinformación como un fenómeno que ha adquirido un interés creciente en múltiples disciplinas y campos del conocimiento, dado que no solo afecta el funcionamiento de los sistemas democráticos, sino que también se proyecta en ámbitos como la comunicación y el periodismo, la salud, la educación, la prevención de desastres naturales y, en un sentido más amplio, en las acciones de gobierno, particularmente en la deliberación y formulación de políticas públicas.

Se identificaron desórdenes informativos en redes sociales ocurridos durante las elecciones generales de gobernadores y alcaldes, celebradas el 27 de octubre de 2024, así como en la segunda vuelta efectuada el 24 de noviembre para la elección de gobernadores en aquellas regiones de Chile donde ningún candidato obtuvo el 40 % de los votos válidamente emitidos, situación que se registró en 11 de las 16 regiones del país. El análisis abarcó los meses de octubre y noviembre de 2024 y se realizó mediante la metodología Foreign Information Manipulation and Interference (FIMI). Cabe destacar que Chile constituye un referente regional tanto por la limpieza y la credibilidad de sus procesos electorales como por el prestigio y el profesionalismo de sus autoridades electorales.

El trabajo se desarrolló con la plataforma de verificación de datos Mala Espina Check, una de las dos existentes en Chile y que cuenta con la certificación de la International Fact-Checking Network (IFCN), en español, Red Internacional de

Verificación de Datos. Esta es una unidad del Instituto Poynter, una organización sin fines de lucro cuyo objetivo es fortalecer el periodismo y la democracia mediante el trabajo conjunto de periodistas dedicados a la verificación de hechos a nivel internacional, así como mediante la promoción de buenas prácticas y el intercambio de información en este ámbito.

Mala Espina Check aplica la automatización comunicativa en tareas específicas, incorporando chatbots en su sitio web que responden a las preguntas de la audiencia sobre la contingencia y entregan herramientas para verificar contenidos. No obstante, los aspectos sustantivos de su labor –como la verificación de contenidos, la redacción de artículos periodísticos, la gestión de redes sociales y la creación de contenidos multimedia– los realizan los profesionales que integran el medio. En 2025, la plataforma puso a disposición de sus usuarios dos chatbots desarrollados con el apoyo de herramientas de inteligencia artificial generativa (IAG). El primero corresponde a una plataforma orientada a enseñar a verificar datos y contener la desinformación que circula en redes sociales. El segundo funciona bajo la premisa «Pregúntame sobre las elecciones», lo que permite acceder a información clara y actualizada sobre los candidatos presidenciales y sus programas. Además, incluye una herramienta de inteligencia artificial que facilita la comparación de los programas de los distintos candidatos a partir de las consultas de cada usuario.

Ambos chatbots operan mediante la tecnología Retrieval-Augmented Generation (RAG), una arquitectura que combina un modelo de lenguaje de gran escala (Large Language Model, LLM) con un sistema de recuperación de información basado en vectores, lo que permite generar respuestas relevantes y precisas a partir de información verificada.

Desinformación electoral como amenaza estructural a la gobernanza democrática

La desinformación, la disfunción informativa o los denominados desórdenes informativos se entienden como todo proceso que, al afectar la información y su tratamiento, puede suponer una alteración del funcionamiento ordinario del proceso electoral. Si bien este fenómeno se ha extendido a diversos ámbitos del quehacer humano –como la ciencia, la salud y el medio ambiente– y ha estado históricamente presente en los frentes de guerra, es en la política y, en particular, en los procesos electorales democráticos donde concentra con mayor intensidad sus impactos. En

efecto, una democracia en la que un porcentaje de la ciudadanía pone en duda la legitimidad de la voluntad popular expresada en las urnas enfrenta necesariamente una crisis de estabilidad y de gobernanza democrática.

El fenómeno de la desinformación adquiere un alcance particular durante la realización de actos electorales, ya que las disfunciones pueden manifestarse de manera puntual u ocasional y convertirse en una amenaza para la democracia cuando adquieren un carácter estructural (Rubio et al., 2024a, 2024b). Las disfunciones informativas más habituales en los períodos electorales incluyen: el uso de estrategias de segmentación para difundir información de campaña a través de mecanismos generalmente masivos y automatizados –práctica popularizada por la empresa Cambridge Analytica en la campaña a favor del Brexit–; la actuación de las administraciones públicas mediante sus perfiles en redes sociales, tanto a través de la contratación de publicidad como de la publicación de contenidos; las publicaciones fuera del período oficial de campaña (veda y precampaña); elaborar ediciones duplicadas de diarios con artículos falsos, como la edición que circuló del periódico belga *Le Soir* que informaba en las elecciones presidenciales francesas del año 2017 que Arabia Saudita financiaba al entonces candidato Emmanuel Macron (Wardle & Derakhshan, 2018); la suspensión o el cierre de canales por parte de las plataformas tecnológicas durante el período electoral; la retirada de contenidos; el uso de la violencia política en redes sociales, especialmente contra las mujeres; la creación de perfiles falsos –bots automatizados o gestionados manualmente con el fin de generar corrientes de opinión favorables–; así como el uso de plataformas de comunicación interpersonal para la distribución masiva de mensajes de desinformación, en la que destaca WhatsApp, tal como ocurrió en la campaña presidencial brasileña de Jair Bolsonaro en 2018. Finalmente, se observa la intervención de terceros, tanto mediante la compra de publicidad como a través de acciones de comunicación orgánicas, tan diversas como la manifestación pública de apoyo, campañas masivas de respaldo en redes sociales o la publicación de encuestas de diversa índole.

Una de las intervenciones más complejas ha sido la de las injerencias externas, como las que ha activado Rusia en países de América Latina, entre ellos Argentina, Chile, Colombia, México, Venezuela, Brasil y Perú. El objetivo del gobierno ruso es desarrollar campañas de manipulación informativa orientadas a explotar la apertura del entorno mediático e informativo del continente, disfrazando la propaganda y la desinformación a través de medios locales con el fin de socavar el apoyo a Ucrania en la guerra iniciada por Rusia y, de ese modo, difundir críticas hacia Estados Unidos y la OTAN (Lee, 2023). En varios países existen, de manera paralela a las tropas

de los ejércitos regulares, unidades de bots dedicadas exclusivamente a este tipo de funciones, que operan como un instrumento más dentro de su política de defensa e internacional. En este contexto, Chile, que también figura como parte del área de interés de Rusia, comenzó en junio de 2025 a transmitir la señal del canal estatal RT –Russia Today– a través de Telecanal, un canal de libre recepción. No obstante, esta operación, al no contar con la autorización del Consejo Nacional de Televisión, podría dejarse sin efecto e incluso derivar en la declaración de caducidad de la concesión de Telecanal, una vez concluido el procedimiento sancionatorio iniciado por dicho organismo regulador.

Este tipo de amenazas estructuradas también puede originarse al interior de las fronteras de un mismo país, a partir de actores con capacidad operativa y financiera para llevarlas a cabo, así como de otros sujetos que, por diversos motivos –entre ellos, económicos–, pueden interferir en los procesos electorales. En Chile, algunas de estas amenazas al ámbito de la comunicación pública fueron denunciadas durante el año 2025 y se vincularon políticamente con las elecciones presidenciales y parlamentarias celebradas en noviembre, así como con el balotaje presidencial realizado en diciembre. Entre los casos más destacados se encuentra la denuncia pública presentada por la candidata de los partidos de la derecha tradicional, Evelyn Matthei, quien acusó el uso de cuentas de redes sociales vinculadas al Gobierno –específicamente al Ministerio Secretaría General de Gobierno– para realizar «ataques concertados» en su contra.

La misma aspirante a la Presidencia de la República también denunció públicamente la difusión, a través de redes sociales, de videos manipulados que le atribuían padecer Alzheimer, realizados con cuentas coordinadas de *trolls* y *bots*, por lo cual responsabilizó a seguidores de la candidatura de José Antonio Kast, líder del Partido Republicano. En esa misma elección, el uso intensivo de la inteligencia artificial en la franja electoral obligatoria generó controversia. Según el Observatorio Complutense de la Desinformación (2025), el uso de la inteligencia artificial ha sofisticado las campañas de desinformación electoral, creando realidades que nunca ocurrieron, pero que resultan verosímiles, lo que genera nuevos desafíos que exigen una doble reflexión: por una parte, repensar una posible regulación sobre conceptos fundamentales, como la desinformación en los procesos electorales; y, por otra, abordar cuestiones relacionadas con la ética de la imagen, la honra y el deber con la verdad. Esto implica necesariamente corregir errores y evitar la manipulación y la distorsión en este espacio de campaña, con el fin de garantizar que la ciudadanía

acceda a información que refleje la realidad y priorice el servicio a la sociedad por encima de otros intereses.

Desinformación y procesos electorales en el contexto chileno

Chile experimentó, en el contexto del llamado estallido social ocurrido en octubre de 2019, una grave crisis política que tuvo una salida institucional mediante la firma de un acuerdo entre representantes de un amplio espectro de partidos políticos. Uno de los principales puntos de este convenio fue la convocatoria a un plebiscito que dio inicio al proceso constitucional el 25 de octubre de 2020, proceso que culminó con el referéndum que rechazó el proyecto de una nueva Carta Fundamental el 4 de septiembre de 2022. Un año después, se desarrolló un segundo proceso constituyente que también concluyó con el rechazo de la propuesta constitucional el 17 de diciembre de 2023. Junto con ambos procesos constituyentes, en los que se eligió a los integrantes de los órganos redactores, Chile cumplió con el itinerario de renovación de todas las autoridades democráticas del país, registrando, en total, doce actos electorales entre 2020 y 2024.

Para evaluar de manera crítica y contextualizada el alcance, volumen y relevancia de la circulación de la desinformación en las elecciones de autoridades regionales y locales de 2024, resulta pertinente considerar cómo este fenómeno afecta la calidad de la información que consumen los ciudadanos, así como su influencia y magnitud, las cuales se manifiestan de forma desigual y con características propias en cada país. En este sentido, la experiencia chilena constituye un caso singular, cuyos resultados se analizan en las páginas siguientes.

Desde 2016, año en que el fenómeno de la desinformación se convirtió en un tema relevante por su capacidad para afectar el funcionamiento de la democracia, ninguno de los tres presidentes de la República que ha tenido Chile en los últimos ocho años ha presentado propuestas regulatorias destinadas a enfrentar este fenómeno ni a contener su expansión. Por el contrario, dichas iniciativas han provenido del ámbito parlamentario, donde se han presentado once proyectos de ley orientados principalmente a sancionar la difusión de desinformación mediante la reforma de cuerpos normativos como el Código Penal, la Ley N.º 18.700¹ Orgánica Constitucional

¹ Ley que regula todo el proceso electoral y establece normas sobre candidaturas, propaganda, vocales de mesa y asegura el carácter secreto del voto.

de Votaciones Populares y Escrutinios, o la Ley N.º 19.733² de prensa. Las propuestas legislativas se caracterizan por contener medidas sancionatorias, ya sea en contra del agente responsable de crear y difundir las noticias falsas, o de los financistas de estas actividades o sobre la plataforma digital o medio de comunicación a través de la cual se hace la divulgación con castigos tradicionales como sanciones pecuniarias y penas privativas de libertad y, en cinco proyectos, con la inhabilitación o cesación en el cargo de elección popular (Calderón, 2025). Cabe señalar que ninguno de estos proyectos de ley ha contado con el patrocinio del gobierno.

El expresidente Boric, en lugar de proponer medidas legislativas o reglamentarias en esta materia, dispuso la creación de la Comisión Asesora contra la Desinformación, integrada por académicos y expertos, a la cual se le encomendó la elaboración de dos informes: el primero, destinado a describir la experiencia nacional y comparada en materia de desinformación (Anguita et al., 2023a); y el segundo, orientado a recoger propuestas y formular recomendaciones para enfrentar el fenómeno de la desinformación que circula en el país (Anguita et al., 2023b). Si bien a esta comisión no se le otorgaron competencias normativas ni resolutivas para determinar qué constituía desinformación, desde la dictación del decreto que la creó surgió una férrea oposición, tanto política como mediática, debido a los eventuales efectos negativos que podría tener en el ejercicio de la libertad de expresión y de información. Esta reacción admite una explicación plausible: podría interpretarse como una manifestación de apoyo a dichas libertades por parte de amplios sectores políticos y culturales de la sociedad chilena. Asimismo, la decisión del gobierno de crear esta comisión puede explicarse en el contexto del rechazo a la propuesta constitucional elaborada por la Convención Constitucional en el plebiscito celebrado en septiembre de 2022, proyecto que había contado con el respaldo del gobierno integrado por el Frente Amplio y el Partido Comunista.

Si bien las autoridades gubernamentales no atribuyeron el resultado de las urnas a la desinformación que circuló durante todo el proceso constituyente, hubo convencionales constituyentes y dirigentes políticos que sí explicaron la derrota en el referéndum en el contexto de noticias falsas difundidas en las distintas etapas que rodearon dicho acto

² Ley que además de garantizar la libertad de emitir opinión e informar sin censura previa, regula el funcionamiento de los medios de comunicación social, establece el derecho a réplica, protege el secreto profesional de los periodistas y promueve el pluralismo informativo.

electoral. Más allá de este debate, Chile carece de una regulación que tipifique o sancione la desinformación; este concepto solo se la menciona en la Política de Defensa Nacional, elaborada por dicho Ministerio en 2020 mediante el Decreto N.º 4³ (Weidenslaufer & Roberts, 2023).

Como muestra esta investigación, en Chile han existido desórdenes informativos en el contexto político en todos los procesos electorales celebrados en los últimos años, incluidos el último plebiscito constitucional celebrado en diciembre de 2023 y, por cierto, las elecciones generales de gobernadores y alcaldes realizadas en octubre de 2024, que constituyen el objeto de este estudio. Sin embargo, como ya se ha señalado, la desinformación también se ha proyectado a otros ámbitos nacionales, como el sanitario durante la pandemia de la COVID-19, así como en los distintos desastres naturales periódicos que afectan al país. No obstante, ha sido, sin duda, en el ámbito político donde se ha concentrado mayormente el interés, en particular por el efecto que los contenidos informativos o desinformativos pueden tener sobre las preferencias del electorado al momento de cerrar la cortina de la cámara de votación y depositar el sufragio en la urna.

Regulación de la propaganda electoral

El Servicio Electoral de Chile (SERVEL) es una de las fortalezas de la democracia chilena, junto con un régimen normativo adecuado y eficiente. El diseño de un sistema electoral debe garantizar la percepción de fiabilidad del proceso electoral y, por tanto, de sus resultados (Rubio & Andrade, 2022).

Un aspecto relevante se vincula con el trabajo del SERVEL, organismo que ha insistido en la necesidad de regular las redes sociales en materia de propaganda electoral. No obstante, para los dos plebiscitos contemplados en el primer proceso constituyente, se aprobó el artículo transitorio cuadragésimo segundo de la reforma constitucional contenida en la Ley N.º 21.261⁴, que reguló de manera excepcional la propaganda electoral prevista en la Ley N.º 18.700.

³ Este decreto no trata la desinformación como un fenómeno comunicacional autónomo, sino que la incorpora dentro del marco de las amenazas híbridas y de la seguridad en el ciberespacio.

⁴ Reforma constitucional que regula el financiamiento y la propaganda de las campañas para el plebiscito constituyente de 2020.

Esta reforma fijó, en primer lugar, límites a los aportes económicos individuales que pudieran realizar afiliados y terceros a los partidos políticos, así como a los que pudieran realizar las personas naturales a las organizaciones de la sociedad civil que participaran en las campañas plebiscitarias. Asimismo, estableció un límite al gasto electoral de los comandos o partidos políticos y prohibió los aportes de campaña provenientes de personas naturales o jurídicas extranjeras. En segundo lugar, la reforma constitucional incorporó disposiciones destinadas a asegurar el principio de transparencia en la propaganda electoral del proceso constituyente, exigiendo que dicha información se reportara al SERVEL para su publicación. Para tal efecto, esta reforma impuso a las empresas de radiodifusión y de prensa el deber de remitir al Servicio Electoral la identidad y los montos de las personas que contrataran propaganda electoral en dichos medios, información que el SERVEL debía publicar en su página web. El incumplimiento de esta disposición implicaba una sanción pecuniaria de 10 a 200 UTM⁵ para el director responsable del medio de comunicación, propietario o concesionario, sanción que el SERVEL debía publicar en su sitio electrónico junto con la identidad de los infractores. Por último, la reforma constitucional incluyó reglas específicas para la propaganda electoral en medios digitales, estableciendo que los contratos celebrados por partidos políticos, parlamentarios independientes u organizaciones de la sociedad civil para el uso de plataformas digitales debían ser informados al SERVEL, entidad encargada de su publicación.

Cabe mencionar que esta entidad estatal estaba facultada para requerir dicha información a los proveedores de medios digitales, quienes debían remitir la identidad de los contratantes y los montos involucrados en la contratación de propaganda electoral, información que debía actualizarse diariamente en la página web del SERVEL. Además, cabe destacar que esta reforma constitucional solo contempló infracciones administrativas de carácter pecuniario en caso de incumplimiento, sin incorporar sanción alguna de carácter penal⁶. En virtud de dichas atribuciones, el

⁵ Unidad Tributaria Mensual (UTM) es un índice reajutable que en abril de 2026 ascendió a \$ 69 889.

⁶ Luego de la celebración del proceso constituyente, el SERVEL informó haber aplicado una multa a la Corporación Aprueba por Chile y la Fundación Democracia Viva por 30 UTM a cada entidad por omitir del registro al comando y una multa adicional de 1 509.6 UTM a la Corporación Aprueba por Chile por exceder el límite de gasto electoral durante la campaña electoral del plebiscito constitucional del 2022, sanciones que pueden ser impugnadas al Tribunal Calificador de Elecciones.

SERVEL inició un procedimiento sancionatorio contra Google LLC por no haber informado la identidad ni los montos involucrados de las personas o entidades que contrataron propaganda electoral para el plebiscito de salida celebrado el 4 de septiembre de 2022, en el contexto del primer proceso constitucional desarrollado en Chile. El SERVEL decidió imponer a la empresa estadounidense la multa máxima, fijada en 100 UTM, equivalente a 6.3 millones de pesos, lo que pone de relieve la baja cuantía y el escaso efecto disuasivo de la sanción. Por otro lado, el SERVEL acreditó que Google no realizó un esfuerzo significativo ni efectivo para cumplir con sus obligaciones, entregando explicaciones poco plausibles, como que el proceso de contratación de publicidad se efectuó directamente en Estados Unidos, por lo cual Google Chile no habría tenido acceso directo a dicha información. La empresa también sostuvo que enfrentó dificultades para entregar los datos requeridos debido al resguardo de la identidad de las personas. Finalmente, cabe señalar que, si bien la legislación electoral obliga a la prensa y a los radios a informar al SERVEL sobre sus tarifas y a no discriminar en los precios entre distintas candidaturas, este deber no se aplica a la publicidad política distribuida a través de plataformas tecnológicas y redes sociales⁷.

El objetivo de esta investigación es analizar la Interferencia y Manipulación de la Información (IMI) que pueda incidir en la percepción y la confianza de la ciudadanía respecto del proceso electoral de las elecciones de octubre de 2024 en Chile, considerando su posible impacto en la legitimidad democrática. En coherencia con ello, el estudio busca, en primer lugar, evaluar el rol y la calidad de la información difundida por los medios de comunicación y las plataformas de redes sociales durante el proceso electoral, con el fin de identificar desafíos y oportunidades orientados a fortalecer el acceso de la ciudadanía a información imparcial, precisa y contextualizada. Asimismo, se propone detectar y monitorear la presencia y la actividad de prácticas de IMI en el contexto electoral, mediante la aplicación de metodologías y herramientas analíticas pertinentes que permitan identificar incidentes, patrones de comportamiento y actores potencialmente involucrados en la manipulación informativa, en línea con los enfoques internacionales sobre integridad electoral y seguridad informativa.

⁷ Art. 30, inc. 5.º, Ley N.º 18.700 L. O. C. sobre Votaciones Populares y Escrutinios.

Metodología

La metodología propuesta se fundamenta en lo que el European External Action Service [EEAS] (2023) define como Foreign Information Manipulation and Interference (FIMI) en los siguientes términos: «un patrón de comportamiento, en su mayoría no ilegal que amenace o tenga el potencial de impactar negativamente valores, procedimientos y procesos políticos. Tales actividades son de carácter manipulador y son llevadas a cabo de manera intencional y coordinada por actores estatales o no estatales, incluyendo sus apoderados dentro y fuera de su propio territorio» (2023, p. 4).

FIMI es una metodología de análisis de la desinformación creada para estudiar las operaciones de información que llevan a cabo en Europa potencias extranjeras, como China y Rusia. Dicha metodología, con las adaptaciones propias de la cultura política chilena y de las amenazas, elabora diversas categorías de análisis y se ha denominado IMI por la prácticamente nula injerencia extranjera registrada en los procesos electorales del país. Así, la desinformación busca afectar la percepción y la confianza de la ciudadanía mediante acciones coordinadas que alteran el ecosistema informativo. Estas intervenciones pretenden influir en procesos políticos, distorsionar la comprensión pública de los hechos e impactar la toma de decisiones en contextos electorales y/o de alta connotación pública. Esta metodología se presenta en 9 categorías que a continuación se describen.

Tabla 1
Categorías y subcategorías de análisis

Nombre categoría	Tipo	Descripción
Objetivo	Variables	Presunto objetivo del contenido desinformador. Admite selección múltiple. Las variables son: distraer, distorsionar, dividir, descartar, desalentar.
Canal en cuanto a su grado de relación con el Estado	Variables	Naturaleza del canal por el que se distribuye el contenido desinformador, en cuanto a su relación con el Estado. Admite selección múltiple. Las variables son: canales oficiales de comunicación, canales controlados por el Estado, canales vinculados al Estado, canales no atribuidos.

Nombre categoría	Tipo	Descripción
Destinatario del ataque	Variables	Persona y/o institución sobre la que versa el contenido desinformador y que, por lo tanto, es destinataria del ataque. Admite selección múltiple. Las variables son: órgano electoral, gobierno, instituciones del Estado, empresas proveedoras del Estado, actor político, individuo, candidato o candidata, partido político, tercer actor.
Actor causante	Variables	Identificación y enumeración de todas las personas y/o instituciones que emiten y/o difunden contenido desinformador. Admite selección múltiple. Las variables son: Estado, partido político, agente político, medio de comunicación, candidato o candidata, pseudomedio o panfleto, influencers, comunicador o divulgador, blogger, cuentas con carácter de bot, organización de la sociedad civil, tercer actor.
Reacciones y medidas	Variables	Enumeración de todas las respuestas o reacciones ante el contenido desinformador. Admite selección múltiple. Las variables son: declaración de refutación, desacreditación, contenido eliminado, contenido restringido, canal limitado o suspendido, judicialización, ninguno, otro.
Responsable de las medidas	Variables	Identificación del o de los actores responsables de responder al contenido desinformador. Admite selección múltiple. Las variables son: órgano electoral, plataforma, medio verificador, instituciones del Estado, actor político, otro.
Formato de las medidas	Variables	Identificación del formato en el que se emite la respuesta y/o la reacción al contenido desinformador. Admite selección múltiple. Las variables son: cadena de WhatsApp, video, imagen, URL, artículo, <i>tweet</i> , audio, <i>post</i> de Facebook, <i>story</i> de Instagram, Telegram, SMS, otro.
Vulnerabilidad	Texto abierto	Descripción de las fragilidades o inconsistencias que se emplean para que el contenido desinformador tenga un mayor efecto. Se refiere a los elementos de contexto (ya sean políticos, económicos, sociales o tecnológicos) que se aprovechan para que la desinformación produzca efectos.
Técnicas, tácticas y procedimientos	Texto abierto	Descripción del objetivo del contenido desinformador, su formato (videos <i>deep fake</i> , por ejemplo) y redes sociales por las que se difundió y las vulnerabilidades explotadas. Más que nada, se debe describir el caso y su contexto con palabras.

Nota. Elaboración propia con base en el Observatorio Desinformación Chile (2024), usando la metodología FIMI.

Diseño y selección de la muestra

El estudio emplea un muestreo no probabilístico de carácter intencional y por conveniencia, compuesto por $N = 18$ unidades de análisis. Esta cifra, aunque reducida en términos estadísticos, refleja la exhaustividad del fenómeno registrado durante el ciclo electoral subnacional en Chile (octubre-noviembre de 2024). La validez del *corpus* se garantiza mediante tres criterios de rigor:

1. *Certificación de la fuente*: los casos provienen de la alianza con Mala Espina Check, una plataforma certificada por la International Fact-Checking Network (IFCN). Esto asegura que las unidades de análisis han sido sometidas a protocolos de verificación estandarizados, garantizando que el estudio se base en hechos desinformativos fácticos y no en interpretaciones subjetivas.
2. *Representatividad crítica*: la muestra no busca representatividad estadística, sino estratégica. Incluye la totalidad de los eventos que activaron las alarmas de verificación según criterios de viralización masiva, de impacto en la percepción ciudadana y de contrastabilidad fáctica.
3. *Procedencia del flujo*: los contenidos fueron detectados mediante el monitoreo de redes sociales y del chatbot de denuncia ciudadana de la plataforma, lo que asegura una muestra vinculada directamente a la preocupación pública real.

Para dimensionar la relevancia de la muestra en la economía de la atención, se calculó cuantitativamente la tasa de compromiso (*engagement rate*, ER), lo que permitió contrastar el impacto de la desinformación frente a los *benchmarks* de la industria. Este indicador permite evaluar el impacto de cada caso en relación con los estándares de la industria. Mientras que el promedio de interacción en Facebook se sitúa en el 2 %, en Instagram los rangos de referencia se sitúan entre el 1 % y el 4.59 % según el tipo de audiencia (Newberry, 2020). La comparación con estos umbrales permite contrastar cómo la desinformación electoral compite y, con frecuencia, supera los niveles de atención de los contenidos orgánicos no manipulados, lo que otorga a la muestra un alto valor explicativo del comportamiento de los contenidos falsos en entornos de alta competencia atencional.

$$ER = \frac{\text{Interacciones totales} \times 100}{\text{Impresiones}}$$

Esta métrica permite validar la importancia de cada caso, transformando la muestra cualitativa en un análisis con mayor poder explicativo sobre la viralidad de la desinformación electoral. Debe considerarse que los observables y los indicadores corresponden a niveles analíticos distintos. Mientras los observables describen cada caso de desinformación identificado durante el proceso electoral, los indicadores de *engagement* corresponden a métricas agregadas de desempeño digital proporcionadas por Mala Espina Check. En consecuencia, los valores utilizados en el cálculo del ER no se derivan necesariamente de las cifras puntuales mencionadas en la descripción narrativa de cada caso, sino de los registros consolidados de interacciones e impresiones asociados a dicho observable.

Resultados

Las categorías elaboradas para esta metodología admiten selección múltiple: se superponen y no son mutuamente excluyentes. Esto significa que un mismo contenido observable pudo haberse replicado en diferentes plataformas, dirigido a distintos destinatarios o perseguido distintos objetivos. Por ejemplo, una afirmación difundida en WhatsApp y en X atacó simultáneamente a un actor político y a un órgano electoral, con el objetivo de distorsionar la realidad y dividir a la sociedad.

A continuación, se presentan las desinformaciones observadas y seleccionadas mediante la plataforma de verificación.

- *Observable 1*: Karla Rubilar⁸ ofrece casas a los venezolanos a cambio de que voten por ella.

Esta fue la desinformación que alcanzó mayor viralidad durante el periodo de campaña. La particularidad de este contenido es que plagió la interfaz de los sitios web de Radio Cooperativa⁹ y de *La Tercera*¹⁰.

⁸ Candidata independiente que postuló al cargo de alcaldesa de la comuna de Puente Alto (Región Metropolitana) en la que no resultó electa. Anteriormente militó en Renovación Nacional, partido político por el cual fue elegida diputada en tres periodos (2006-2018) y designada intendenta de la Región Metropolitana (2018-2019) en el gobierno de Sebastián Piñera (2010-2014) y ministra de Estado en la Secretaría General de Gobierno (2019-2020) y en la cartera de Desarrollo Social y Familia (2020-2022).

⁹ Referente radiofónico informativo destacado en Chile. Creada originalmente para promover la Sociedad de Rentas Cooperativa Vitalicia, evolucionó hasta consolidarse como un pilar del periodismo, la independencia y la historia nacional.

¹⁰ Periódico chileno que circula en versión digital de lunes a domingo y, además, en edición impresa los sábados y domingos. Su página web está entre los cinco medios informativos más visitados de Chile. <https://www.similarweb.com/es/top-websites/chile/news-and-media/>

Uno de los *posts* seleccionados para verificar llegó a tener 67 900 visualizaciones en X. Además, se encontraron registros de su circulación viral en TikTok, donde uno de los *posts* detectados superó las 34 000 visualizaciones.

La plataforma de verificación Mala Espina Check obtuvo 11 000 visualizaciones en su sitio web y 3000 en TikTok.

$$(19\,915 + 619) \div 523\,625 \times 100 = 3.9 \% \text{ ER}$$

Las publicaciones en X y TikTok suman 523 625 visualizaciones, 19 915 me gusta y 619 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{20\,534 \times 100}{523\,625} = \frac{2\,053\,400}{523\,625} = 3.92 \%$$

- *Observable 2:* Según *La Tercera*, el 69 % de los alcaldes de UDI¹¹ y RN¹² terminaron siendo procesados por delitos.

Esta desinformación se volvió viral en X, Instagram y Facebook. La red social en la que alcanzó mayor viralización fue X, donde el posteo seleccionado para verificación superó las 60 000 visualizaciones.

La verificación registró 3000 visualizaciones en el sitio web de Mala Espina Check.

$$(4000 + 54) \div 61\,000 \times 100 = 6.6 \% \text{ ER}$$

Las visualizaciones en redes sociales suman 61 000, 4000 me gusta y 54 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{4054 \times 100}{61\,000} = \frac{405\,400}{61\,000} = 6.65 \%$$

¹¹ Unión Demócrata Independiente (UDI), partido político chileno de derecha.

¹² Renovación Nacional (RN), partido político chileno de ideología conservadora y liberal.

- *Observable 3:* Fernando Paulsen¹³ donó 17 millones de pesos chilenos a la candidatura de Matías Toledo a la alcaldía de Puente Alto¹⁴.

La publicación que originó esta verificación sumó más de 74 000 visualizaciones en redes sociales como Instagram y X.

El artículo de verificación obtuvo 3000 visualizaciones en la web y casi 3000 en Instagram. Su mayor viralización fue en TikTok: el video con verificación superó las 194 000 reproducciones.

$$(2187 + 245) \div 83\,766 \times 100 = 2.9 \% \text{ ER}$$

Esta desinformación se publicó en X e Instagram, con un total de 83 766 visualizaciones, 2187 me gusta y 245 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{2432 \times 100}{83\,766} = \frac{2\,43\,200}{83\,766} = 2.9 \%$$

- *Observable 4:* Matías Toledo aparece con un arma en imágenes virales.

El contenido audiovisual circuló en contra de Matías Toledo, alcalde de Puente Alto, al igual que el observable 3. La publicación original de esta afirmación (al momento de la verificación) tuvo 77 000 reproducciones, 211 comentarios, 1000 RT y 2000 me gusta (*likes*). Al sumar las reproducciones encontradas en otros *posts*, se superan las 220 000 visualizaciones y los 5000 me gusta.

La publicación de Mala Espina Check alcanzó 4000 visitas.

$$(5087 + 535) \div 221\,600 \times 100 = 2.5 \% \text{ ER}$$

El *post* se publicó en X y Facebook, sumando 221 600 visualizaciones, 5087 me gusta y 535 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{5622 \times 100}{221\,600} = \frac{562\,200}{221\,600} = 2.54 \%$$

¹³ Destacado periodista y comunicador chileno.

¹⁴ Actual alcalde de Puente Alto que ganó las elecciones frente a Karla Rubilar.

- *Observable 5:* Mario Desbordes¹⁵ llama «delincuentes» a los venezolanos en la TV abierta.

Con más de 112 000 visualizaciones en X, la desinformación en este caso buscaba instalar la idea de que Mario Desbordes, candidato a la alcaldía de Santiago, les había atribuido el carácter de «delincuentes» a los venezolanos residentes en Chile. Estas publicaciones se replicaron con menor viralidad. Además, recibió aproximadamente 1500 visitas en Mala Espina Check. En redes sociales, acumuló 1000 en Instagram y 2000 en TikTok.

$$(3073 + 73) \div 112\,000 \times 100 = 2.8 \% \text{ ER}$$

En X, Instagram y TikTok acumuló 112000 visualizaciones, 3073 me gusta y 73 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{3146 \times 100}{112\,000} = \frac{314\,600}{112\,000} = 2.81 \%$$

- *Observable 6:* Irací Hassler¹⁶ apareció en un video bailando en contra de Sebastián Piñera¹⁷ antes de ser alcaldesa.

Esta desinformación ya había sido verificada por la plataforma de verificación en 2022; sin embargo, volvió a viralizarse en 2024 y alcanzó más de 155 000 reproducciones.

La verificación registró 4000 visualizaciones en el sitio web de Mala Espina Check.

$$(1000 + 265) \div 155\,600 \times 100 = 0.8 \% \text{ ER}$$

En X tuvo 155 600 reproducciones, 1000 me gusta y 265 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{1265 \times 100}{155\,600} = \frac{126\,500}{155\,600} = 0.81 \%$$

¹⁵ Político chileno, exministro y actual alcalde de la comuna de Santiago.

¹⁶ Exalcaldesa de Santiago que perdió las últimas elecciones frente al actual alcalde de Santiago, Mario Desbordes.

¹⁷ Político, empresario y expresidente de Chile, fallecido en 2024.

- *Observable 7:* Evelyn Matthei señaló que «es lícito matar gente con tal de imponer tu proyecto político».

De forma similar a la desinformación anterior, se viralizó un video manipulado de la exalcaldesa de Providencia, Evelyn Matthei, quien no postuló a la reelección. Este video ya había sido verificado por Mala Espina Check, pero en esta ocasión se compartió en TikTok, donde acumuló 1200 visualizaciones.

La verificación, realizada en 2022, registró 5000 visitas y visualizaciones en el sitio web de la plataforma durante este periodo.

$$(136 + 14) \div 1256 \times 100 = 11.9 \% \text{ ER}$$

En X sumó 1256 visualizaciones, 136 me gusta y 14 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{150 \times 100}{1256} = \frac{15\,000}{1256} = 11.94 \%$$

- *Observable 8:* Sergio Bitar¹⁸ apoya la candidatura de Mario Desbordes a la alcaldía de Santiago.

Esta desinformación se compartió principalmente en X, donde alcanzó más de 119 000 reproducciones. En esta oportunidad, la desinformación también fue desmentida por uno de los involucrados y alcanzó más de 59 000 visualizaciones.

Por su parte, el artículo en la web Mala Espina Check alcanzó 1500 visualizaciones.

$$(747 + 129) \div 119\,000 = 0.7 \% \text{ ER}$$

En X tuvo 119 000 reproducciones, 747 me gusta y 129 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{876 \times 100}{119\,000} = \frac{87\,600}{119\,000} = 0.74 \%$$

¹⁸ Político chileno del Partido por la Democracia (PPD) que ocupó cargos ministeriales y parlamentarios en distintos gobiernos.

- *Observable 9*: los extranjeros en el país no pueden ser apoderados de mesa durante las elecciones.

Esta desinformación circuló principalmente en TikTok, donde alcanzó más de 48 000 reproducciones y más de 3000 me gusta. La publicación seleccionada aseguraba que, de acuerdo con la legislación, solo los chilenos podían ser apoderados de mesa.

El desmentido en el sitio web tuvo 6500 visualizaciones.

$$(3348 + 374) \div 48\,600 \times 100 = 7.7 \% \text{ ER}$$

En TikTok hubo 48 600 reproducciones, 3348 me gusta y 374 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{3722 \times 100}{48\,600} = \frac{372\,200}{48\,600} = 7.66 \%$$

- *Observable 10*: en la elección de alcaldes y gobernadores, hay que votar con lápiz de grafito.

En X se difundió una serie de *posts* que afirmaban que en la elección ocurriría un fraude electoral debido al uso de lápiz de grafito. La publicación seleccionada para verificar acumuló más de 27 000 reproducciones y posteriormente fue replicada –y parafraseada– por otros usuarios en la red social, aunque el número de dichos *posts* fue menor.

Asimismo, en el sitio web Mala Espina Check, tuvo 3500 visualizaciones y 2000 en TikTok.

$$(4562 + 525) \div 66\,900 \times 100 = 7.6 \% \text{ ER}$$

En X tuvo 66 900 reproducciones, 4562 me gusta y 525 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{5087 \times 100}{66\,900} = \frac{508\,700}{66\,900} = 7.6 \%$$

- *Observable 11:* venezolanos preparan una celebración en el Parque Almagro si Mario Desbordes gana.

Cerca de la fecha de la elección, se viralizó una supuesta convocatoria que habría realizado el comando del candidato con la comunidad venezolana en el país. La desinformación apuntaba a una supuesta celebración ante una eventual victoria del candidato a la alcaldía de Santiago, Mario Desbordes.

La publicación alcanzó 36 000 visualizaciones, 365 me gusta y 40 comentarios. El artículo recibió 2500 visualizaciones en el sitio web de Mala Espina Check.

$$(365 + 40) \div 36\,700 \times 100 = 1.1 \% \text{ ER}$$

La publicación alcanzó 36 700 visualizaciones, 365 me gusta y 40 comentarios en X.

$$\text{ER} = \frac{405 \times 100}{36\,700} = \frac{40\,500}{36\,700} = 1.1 \%$$

- *Observable 12:* en Pozo Almonte¹⁹ entregaron votos marcados a todos los adultos mayores.

Durante el día de la elección, a través de Facebook y X se difundió la información de que en la I Región se estaban entregando votos marcados. La denuncia acumuló más de 58 000 visualizaciones en X y fue aclarada por el SERVEL, que enfatizó que no se trataba de votos marcados, sino de propaganda electoral. Pese a la respuesta y los chequeos al respecto, el *post* seguía disponible en junio de 2025.

Por su parte, en redes sociales la verificación de la plataforma superó las 7000 visualizaciones.

$$(591 + 110) \div 58\,200 \times 100 = 1.2 \% \text{ ER}$$

En X acumuló 58 200 visualizaciones, 591 me gusta y 110 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{701 \times 100}{58\,200} = \frac{70\,100}{58\,200} = 1.2 \%$$

¹⁹ Ciudad y comuna capital de la Provincia del Tamarugal, en la Región de Tarapacá, en el norte de Chile.

- *Observable 13:* Una camioneta de la empresa Dominion Voting Systems fue vista cerca de La Moneda antes de las elecciones.

El viernes previo al fin de semana de la elección, dicha desinformación se viralizó. Según las publicaciones, una camioneta de la empresa Dominion Voting Systems habría sido detenida cerca de la casa de gobierno. Supuestamente, constituía evidencia de fraude electoral.

Las publicaciones acumularon más de 120 000 visualizaciones y más de 260 comentarios en X.

$$(1107 + 266) \div 120\,000 \times 100 = 1.1 \% \text{ ER}$$

Las publicaciones acumularon 120000 visualizaciones, 1107 me gusta y 266 comentarios en X.

$$\text{ER} = \frac{1373 \times 100}{120\,000} = \frac{137\,300}{120\,000} = 1.14 \%$$

- *Observable 14:* Iván Poduje²⁰ recibió alrededor de 300 millones de pesos en aportes para su campaña.

Luego de finalizado el periodo electoral, se viralizó la información de que el candidato a la alcaldía de Viña del Mar, V Región, había recibido cerca de 300 millones de pesos en aportes. La publicación seleccionada para verificación acumuló más de 19 800 visualizaciones a pocas horas de su difusión.

$$(1000 + 48) \div 19\,800 \times 100 = 5.3 \% \text{ ER}$$

La publicación en X acumuló 19 800 visualizaciones, 1000 me gusta y 48 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{1048 \times 100}{19\,800} = \frac{104\,800}{19\,800} = 5.29 \%$$

²⁰ Candidato de derecha a la alcaldía de Viña del Mar. Actual ministro de Vivienda y Urbanismo en el gobierno del presidente Kast.

- *Observable 15:* El único lugar donde Karla Rubilar ganó fue en la cárcel de Puente Alto, con el 55 % de los votos.

En medio del conteo de votos, se intentó instalar la idea de que la candidata a la alcaldía de Puente Alto solo fue apoyada por quienes sufragaron en la cárcel de la comuna. Este *post* acumuló más de 107 000 visualizaciones en X, red en la que también sumó más de 4000 me gusta.

$$(4000 + 334) \div 107\,600 \times 100 = 4 \% \text{ ER}$$

En X acumuló más de 107 600 visualizaciones, 4000 me gusta y 334 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{4334 \times 100}{107\,600} = \frac{433\,400}{107\,600} = 4.03 \%$$

- *Observable 16:* los venezolanos habilitados para votar en Chile representan el 5.1 % (786 000) del padrón electoral total de Chile (15.4 millones).

Esta desinformación se viralizó con posterioridad a la elección y aludía al supuesto número de extranjeros con derecho a sufragio en el país. El tema de la migración fue recurrente en la desinformación y esta publicación en particular acumuló más de 41 000 visualizaciones.

$$(388 + 60) \div 41\,400 \times 100 = 1.1 \%$$

En X tuvo 41 400 visualizaciones, 388 me gusta y 60 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{448 \times 100}{41\,400} = \frac{44\,800}{41\,400} = 1.08 \%$$

- *Observable 17:* Claudio Orrego²¹ quiere regularizar a todos los migrantes irregulares.

De cara a la segunda vuelta de la elección de gobernadores en la Región Metropolitana, se viralizó un video en el que el candidato Orrego habla sobre

²¹ Candidato independiente reelecto como gobernador de la Región Metropolitana.

migración. Este *post* también fue compartido en TikTok y X, acumulando en total más de 10 000 visualizaciones.

Por su parte, esta verificación superó las 7000 visitas en el sitio web de Mala Espina Check.

$$(499 + 22) \div 10\,000 \times 100 = 5.2 \% \text{ ER}$$

En TikTok y X se registraron 10 000 visualizaciones, 499 me gusta y 22 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{521 \times 100}{10\,000} = \frac{52\,100}{10\,000} = 5.21 \%$$

- *Observable 18:* Claudio Orrego justificó el traslado de Manuel Monsalve²² a Capitán Yáber²³.

Se vinculó al gobernador Claudio Orrego con el llamado Caso Monsalve, en el que un subsecretario del Interior del Gobierno de Gabriel Boric fue acusado de abuso sexual y violación por una subalterna. Según los *posts*, el gobernador que buscaba su reelección habría justificado el encarcelamiento del alto funcionario en una cárcel privilegiada mientras este era investigado por los delitos denunciados.

Estas publicaciones acumularon más de 164 000 visualizaciones en redes sociales y más de 2600 me gusta.

Por su parte, esta verificación superó las 8000 visitas en el sitio web de Mala Espina Check.

$$(2617 + 767) \div 164\,700 \times 100 = 2.1 \% \text{ ER}$$

En TikTok y X sumaron 164 700 visualizaciones, 2617 me gusta y 767 comentarios.

$$\text{ER} = \frac{3384 \times 100}{164\,700} = \frac{338\,400}{164\,700} = 2.05 \%$$

²² El juicio contra el exsubsecretario Monsalve se fijó para el segundo semestre de 2026.

²³ Anexo penitenciario ubicado en Santiago de Chile para reclusos de baja peligrosidad que han cometido delitos de alta connotación pública.

Tabla 2
Resumen de observables y ER

Observable	Narrativa	Vulnerabilidad	ER	Impacto
1	Persona – propuestas	Contexto político y social (inmigración)	3.92 %	Medio
2	Partido político	Contexto político	6.65 %	Alto
3	Persona – figura	Contexto político	2.9 %	Medio
4	Persona – figura	Contexto político	2.54 %	Medio
5	Persona – figura	Contexto político y social (inmigración)	2.81 %	Medio
6	Persona – figura	Contexto político	0.8 %	Bajo
7	Persona – figura	Contexto político	11.94 %	Muy alto
8	Persona – figura	Contexto político	0.74 %	Bajo
9	Proceso electoral	Contexto social y político	7.66 %	Alto
10	Proceso electoral	Contexto político	7.6 %	Alto
11	Persona – figura	Contexto político y social	1.1 %	Bajo
12	Proceso electoral	Contexto político	1.2 %	Bajo
13	Proceso electoral	Contexto político	1.14 %	Bajo
14	Persona – figura	Contexto político	5.29 %	Alto
15	Persona – figura	Contexto político	4.03 %	Medio
16	Proceso electoral	Contexto político y social	1.08 %	Bajo
17	Persona – propuestas	Contexto político y social	5.21 %	Alto
18	Persona – figura	Contexto político	2.05 %	Medio

Escala de *engagement rate* (ER):

Impacto	Rango ER
Muy alto	> 10 %
Alto	> 5% y ≤ 10 %
Medio	> 2 % y ≤ 5 %
Bajo	≤ 2 %

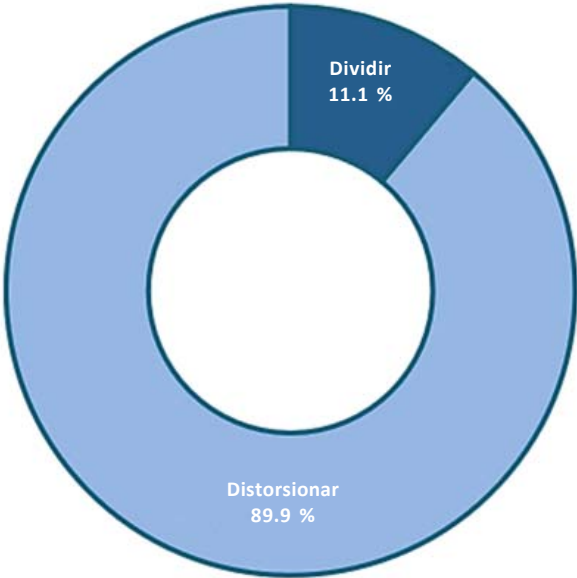
De acuerdo con la metodología IMI aplicada a cada uno de estos casos, se obtuvieron los siguientes hallazgos:

- Del total de la muestra, un 88.9 % tiene como objetivo distorsionar, mientras que un 11.1 % busca dividir.
- Con relación al canal, circuló desinformación en más de una red social. De esa forma, se establece que el 61.1 % de la muestra circuló únicamente en X y el 11.1 % solo en TikTok. Por otro lado, un 16.7 % del total de desinformaciones circularon en TikTok y X; un 5.5 % se viralizó en Instagram y X y el 5.5 % restante circuló en X, Instagram y Facebook.
- En cuanto a los destinatarios de la desinformación, el 83.3 % corresponde a actores políticos y el 16.7 % a un órgano electoral.
- En términos de autor causante, el 100 % de las desinformaciones analizadas fueron difundidas por un tercer actor.
- Respecto a la vulnerabilidad, se identifica que el 66.7 % corresponde a contextos políticos, mientras que el 33.3 % restante equivale a una vulnerabilidad de carácter político-social, marcada por el tema migratorio en el país.
- Las reacciones y medidas tomadas corresponden a un 66.7 % en refutación, 22.2 % sin observar ninguna reacción o medida, 5.55 % a la nota de comunidad en X y el 5.55 % restante a las publicaciones que recibieron tanto la nota de comunidad como la de refutación.
- De las técnicas usadas para difundir la desinformación, 22.2 % corresponde a imágenes manipuladas y otro 22.2 % a videos manipulados, 16.7 % a imágenes fuera de contexto, 11.1 % a información falsa o incompleta y, por último, 5.5 % a atribución falsa.
- En cuanto a la temática de la desinformación, un 58.8 % está vinculado a deficiencias en el sistema electoral, seguido de un 11.8 % sobre seguridad y otro 11.8 % sobre legislación y funciones del Congreso.

- En relación con el formato, ocurrió que algunas fuentes de desinformación mezclaban soportes para difundir sus narrativas. De esa forma, se identificó que el 27.8 % de las desinformaciones circularon en formato de texto e imagen; el 22.2 % circuló únicamente en formato de imagen. El 16.7 % corresponde a desinformación en texto; otro 16.7 % en formato de texto y de video. Finalmente, el 11.1 % de las desinformaciones circularon en video y el 5.5 % tanto en video como en imagen.

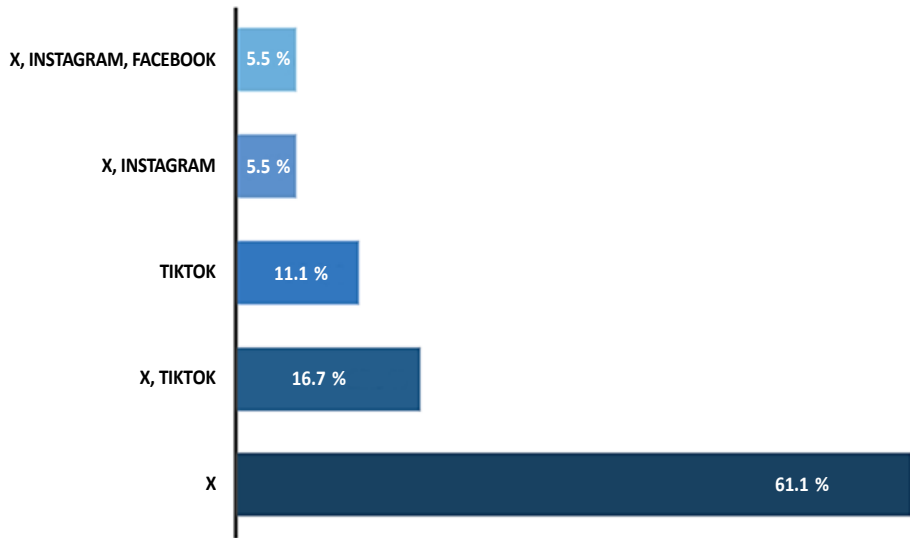
A continuación se presentan los gráficos que muestran las categorías según los criterios establecidos por el método IMI utilizado para analizar la desinformación.

Figura 1
Objetivo. Contenido desinformador



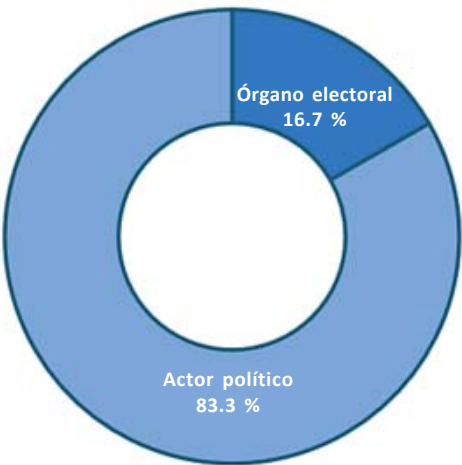
Nota. Elaboración propia con base en datos de Mala Espina Check, 2024.

Figura 2
Canal. Distribución del contenido desinformador en orden de relevancia



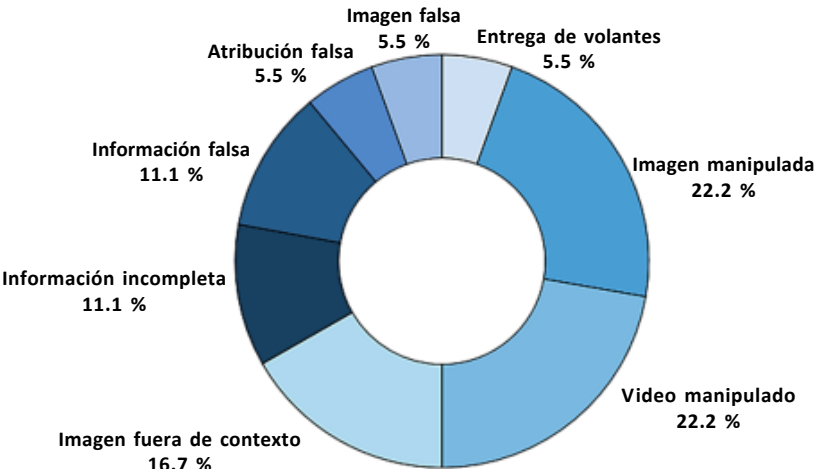
Nota. Elaboración propia con base en datos de Mala Espina Check, 2024.

Figura 3
Destinatario del ataque. Persona o institución



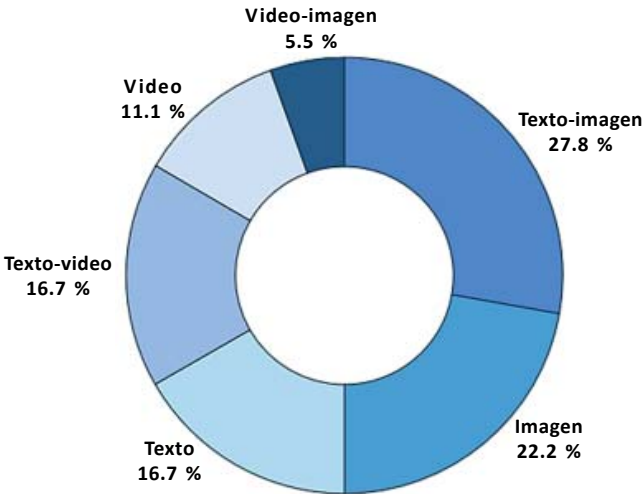
Nota. Elaboración propia con base en datos de Mala Espina Check, 2024.

Figura 4
Tácticas, técnicas y procedimientos. Descripción del contenido desinformador explotado por los usuarios



Nota. Elaboración propia con base en datos de Mala Espina Check, 2024.

Figura 5
Formato de las medidas. Respuesta y/o reacción al contenido desinformador



Nota. Elaboración propia con base en datos de Mala Espina Check, 2024.

Mediante distintas estrategias y tácticas de desinformación se buscó afectar la percepción que los votantes tienen de los aspirantes a dichos cargos de elección popular. En menor medida, también se tergiversaron algunas de las propuestas presentadas por los candidatos durante sus campañas. En particular, cinco de los dieciocho observables verificados mantuvieron una línea narrativa dirigida contra el SERVEL y el propio proceso electoral, de los cuales dos se referían directamente a dicha institución.

Respecto del objetivo principal de los contenidos desinformativos –los candidatos a gobernadores y alcaldes–, se identificaron dos tipos de narrativas predominantes. La tendencia más recurrente, presente en 10 de los 18 casos analizados, se centró en la figura personal de los candidatos. Este tipo de narrativa se caracterizó por la edición, fabricación o tergiversación de información con el propósito de dañar la percepción ciudadana sobre ellos. Entre los ejemplos más relevantes se encuentran publicaciones que afirmaban que Matías Toledo –candidato independiente y posteriormente electo alcalde de la comuna de Puente Alto– era un «delincuente», basándose en la supuesta publicación de una imagen en redes sociales en la que aparecía portando un arma de fuego. Asimismo, se incluyeron contenidos que identificaban erróneamente a Irací Hassler, candidata del Partido Comunista en coalición con el Frente Amplio, como la protagonista de una manifestación de protesta ocurrida durante el segundo período presidencial (2018-2022) de Sebastián Piñera.

La segunda narrativa desinformativa identificada consistió en atribuir falsas propuestas de campaña. En este grupo se les atribuyeron a Karla Rubilar, candidata a la alcaldía de Puente Alto por el partido Renovación Nacional, y a Claudio Orrego, candidato a la reelección como gobernador de la Región Metropolitana, propuestas inexistentes orientadas a «beneficiar a la población migrante». En el caso de Rubilar, se difundió un contenido falso que afirmaba que habría «ofrecido casas a los venezolanos que votaran por ella», mientras que a Orrego se le atribuyó falsamente la intención de «regularizar a todos los migrantes».

Una tercera narrativa desinformativa impugnó la legitimidad del proceso electoral chileno, identificándose cinco desórdenes informativos de este tipo. Al igual que en procesos electorales anteriores, se viralizaron contenidos que aseguraban la existencia de un fraude electoral, así como información errónea sobre el padrón electoral, que contiene la nómina de las personas habilitadas para sufragar. En relación con la narrativa de fraude, se difundieron tres contenidos que afirmaban que las elecciones

serían manipuladas. Uno de ellos sostenía falsamente que la votación se realizaría con lápiz de grafito. Otro difundió imágenes de una camioneta de la empresa de servicios Dominion, vinculándola erróneamente a *Dominion Voting Systems*, empresa acusada de fraude electoral en Estados Unidos. Un tercer contenido desinformativo afirmaba, de manera imprecisa, que los ciudadanos extranjeros no podían desempeñarse como apoderados de mesa, además de presentar de forma engañosa la cantidad de extranjeros habilitados para votar en Chile.

Finalmente, se identificó un contenido alineado con una narrativa orientada al desprestigio de los partidos políticos. En este caso, se difundió un titular falso que aseguraba que el «69 % de los alcaldes» de los dos principales partidos de la derecha chilena –la Unión Demócrata Independiente y Renovación Nacional– «terminan procesados por delitos». Dado que se trató de un único contenido dentro de esta categoría, no se configuró como una narrativa recurrente durante el período analizado.

Discusión

El análisis del trabajo colaborativo con la plataforma de verificación Mala Espina Check y la aplicación de la metodología Foreign Information Manipulation and Interference (FIMI) adaptada revelan un ecosistema comunicativo en Chile con características particulares. Aunque el volumen de casos detectados fue reducido ($N = 18$) –lo que sitúa al país en una posición de resiliencia frente a otros procesos electorales en América y Europa–, la naturaleza de estos contenidos es altamente estratégica.

Un hallazgo crítico es que las narrativas sobre fraude electoral, a pesar de ser marginales en cantidad, lograron el mayor compromiso del estudio con un *engagement rate* (ER) superior al 11.94 %. Este dato es fundamental ya que supera ampliamente el promedio orgánico y posiciona este tipo de desinformación como la principal amenaza para la confianza en el sistema.

Asimismo, los datos de las elecciones de octubre de 2024 muestran una clara especialización táctica: el 88.9 % de la desinformación tuvo como objetivo distorsionar la percepción del electorado mediante la imitación del formato utilizado por la prensa, con un impacto principalmente cualitativo. En contraste, solo el 11.1 % buscó generar división. El hecho de que la gran mayoría (83.3 %) tuvo como destinatario directo a un actor político confirma la existencia de estrategias de desinformación con una

intención deliberada de distorsión, empleando formatos sofisticados que ocultan el origen de las fuentes.

Los hallazgos de esta investigación, que indican una baja incidencia de operaciones coordinadas y la ausencia de redes de automatización en las elecciones subnacionales, sugieren una resiliencia informativa que debe analizarse con cautela. Aunque la amenaza FIMI fue marginal, la peligrosidad de los casos aislados detectados coincide con lo expuesto por Salaverría et al. (2024), quienes advierten que la desinformación en procesos electorales no requiere una difusión masiva para erosionar el derecho a la información y alterar la formación de la opinión pública. En este sentido, la capacidad de estas narrativas para circular en las redes sociales bajo lógicas de interacción orgánica –reflejadas en el *engagement rate* analizado– refuerza la tesis de Serrano y Corredoira y Alfonso (2020) sobre los desafíos que enfrenta el pluralismo en el siglo XXI, en la que la viralización de contenidos falseados pone en riesgo la toma de decisiones informadas.

Conclusiones

En relación con la validación metodológica, la adaptación de la metodología FIMI, validada por la comunidad internacional de ciberseguridad y por el Observatorio Desinformación Chile, constituye una herramienta complementaria y eficaz para el trabajo de verificación (*fact-checking*), permitiendo un análisis pormenorizado en contextos electorales.

Los resultados evidencian que la eficacia potencial de la desinformación electoral no depende necesariamente de su volumen de circulación, sino de su capacidad para incidir en dimensiones estratégicas de la competencia democrática. Aunque los casos detectados fueron limitados en número, las narrativas orientadas a cuestionar la integridad del proceso electoral registraron los mayores niveles de interacción, lo que sugiere que los contenidos dirigidos a erosionar la confianza institucional poseen una capacidad de amplificación superior a la de la desinformación centrada exclusivamente en actores políticos. Este hallazgo refuerza la necesidad de complementar los análisis cuantitativos de incidencia con indicadores de alcance, de interacción e impacto potencial sobre las percepciones ciudadanas.

El ecosistema chileno se caracteriza por una baja incidencia cuantitativa y la ausencia de automatización (bots). Sin embargo, el impacto es mayormente cualitativo,

centrándose en la suplantación de identidad y en narrativas de fraude que buscan generar división o distorsionar la percepción pública.

El predominio de contenidos que imitan formatos periodísticos y recurren a atribuciones falsas de conductas o propuestas revela una creciente profesionalización de las estrategias de manipulación informativa en entornos digitales. Más que promover narrativas ideológicas complejas, los desórdenes informativos identificados buscan explotar la credibilidad asociada a las fuentes informativas tradicionales para influir en la evaluación de los candidatos y en la legitimidad de las instituciones electorales. En consecuencia, los programas de alfabetización digital y las estrategias de resiliencia democrática deberían priorizar el reconocimiento de los mecanismos de suplantación y falsificación de contenidos, especialmente en períodos electorales caracterizados por una alta sensibilidad informativa.

Se concluye que, si bien la credibilidad de estos contenidos es limitada, la elevada percepción de su impacto electoral representa un peligro real de erosión de la confianza ciudadana en el sistema electoral.

El carácter difuso de las fuentes y la sofisticación de los formatos empleados plantean la urgencia de desarrollar nuevas metodologías de investigación que articulen al Estado, a los gobiernos y a la sociedad civil. Es necesario extender este análisis a futuras elecciones nacionales para desarrollar estudios comparativos de mayor alcance analítico.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener conflicto de intereses personales, académicos, institucionales, financieros o de otra índole que influya en los resultados de la investigación.

Responsabilidad ética

El artículo incluye todas las consideraciones éticas relativas al uso responsable de las citas y de las fuentes bibliográficas consultadas durante el desarrollo de la investigación.

Contribución de autoría

MJLB: conceptualización, curación de datos, análisis formal y obtención de financiamiento. Investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, supervisión, validación, visualización, redacción del borrador original, redacción, revisión y edición.

PAR: conceptualización, curación de datos, análisis formal, adquisición de financiamiento, investigación, administración del proyecto, recursos, supervisión, validación, redacción del borrador original, redacción, revisión y edición.

Declaración sobre el uso de LLM (Large Language Model)

Este artículo no ha utilizado textos provenientes de LLM para su redacción. Solo se cotejó la fórmula de ER. (Modelos de Lenguaje Extenso, como Gemini 3.0).

Referencias

- Anguita, P., Bachmann, I., Brossi, L., Elórtégui, C., Escobar, M. J., Ibarra, P., Lara, J. C., Padilla, F., & Peña, P. (2023a). *Informe 1. El fenómeno de la desinformación: revisión de experiencias internacionales y en Chile*. http://dx.doi.org/10.61670/informe-1_2023
- Anguita, P., Bachmann, I., Elórtégui, C., Escobar, M. J., Faure, A., Ibarra, P., Lara, J. C., Padilla, F., & Peña, P. (2023b). *Informe II. Recomendaciones para contrarrestar la desinformación en Chile*. <https://repositorio.uc.cl/handle/11534/102545>
- Calderón, A. (2025). Martillos en busca de un clavo: caracterización de las iniciativas legislativas sobre la desinformación en Chile. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 14. <https://dx.doi.org/10.5354/0719-2584.2025.73565>
- European External Action Service [EEAS]. (2023). *1st EEAS Report on Foreign Information Manipulation and Interference Threats: Towards a framework for networked defence*. European External Action Service. https://www.eeas.europa.eu/eeas/1st-eeas-report-foreign-information-manipulation-and-interference-threats_en
- Lee, S. (2023, 26 de octubre). U. S. tries new tack on Russian disinformation: Pre-empting it. *New York Times*. <https://www.nytimes.com/2023/10/26/technology/russian-disinformation-us-state-department-campaign.html>
- Newberry, C. (2020, 2 de mayo). *Instagram engagement rate calculator + guide for 2020*. Hootsuite. <https://blog.hootsuite.com/calculate-engagement-rate>

- Observatorio Complutense de la Desinformación. (2025). *Universidad Complutense de Madrid*. <https://www.ucm.es/observatoriodesinformacion/>
- Observatorio Desinformación Chile (2024). Quiénes somos. <https://observatoriodesinformacion.cl/services/>
- Rubio, R., & Andrade, V. (2022). *Las decisiones jurisdiccionales de carácter constitucional de los organismos electorales en Iberoamérica: Un difícil equilibrio*. *Anuario Iberoamericano de Justicia Constitucional*, (26), 431-454. <https://doi.org/10.18042/hp.aijc.26.14>
- Rubio, R., Álvarez, T., & Sánchez, V. (2024a). La búsqueda de respuestas eficaces en la lucha contra la desinformación electoral. *Revista Elecciones*, 23(28), 77-110. <https://doi.org/10.53557/Elecciones.2024.v23n28.03>
- Rubio, R., Alvim, F., & De Andrade, V. (2024b). *Inteligencia artificial y campañas electorales algorítmicas. Disfunciones informativas y amenazas sistémicas de la nueva comunicación política*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Salaverría, R., Bachmann, I., & Magallón-Rosa, R. (2024). Desinformación y confianza en los medios: propuestas de actuación. *index.Comunicación Revista Científica de Comunicación Aplicada*, 14(2), 13-32. <https://doi.org/10.62008/ixc/14/02Yconfi>
- Serrano, I., & Corredoira y Alfonso, L. (2020). *Desinformación y pluralismo: los desafíos de la comunicación en el siglo XXI*. Editorial Complutense.
- Valenzuela, S. (2024). Cuando los algoritmos son editores: cómo las redes sociales, la IA y la desinformación alteran el consumo de noticias. *Comunicación y Medios*, 33(49), 186-191. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.74976>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2018). Thinking about ‘information disorder’: formats of misinformation, disinformation, and mal-information. En Ch. Ireton & J. Posetti, *Journalism, ‘fake news’ & disinformation*, (pp. 44-56). UNESCO.
- Weidenslaufer, C., & Roberts, R. (2023). *Regulación de las noticias falsas en Chile y en el derecho comparado*. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/34477/1/BCN_desinformacio__en_derecho_comparado_BCN.pdf

María José Labrador Blanes

Universidad del Desarrollo, Chile.

Doctora en Comunicación (UCM) y directora de investigación en la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo. Lidera el Observatorio Desinformación Chile y es consejera del Consejo de Ética de los Medios. Sus líneas de investigación abordan la desinformación, ética y derecho a la información e indicadores de calidad televisiva-multiplataforma.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6093-7936>

Autor corresponsal: mjlabrador@udd.cl

Pedro Anguita Ramírez

Universidad de los Andes, Chile.

Abogado, doctor en Derecho, experto en regulación constitucional y legal de los medios de comunicación social, libertad de expresión y protección civil y penal de las personas frente a la actividad de empresas informativas y acceso a la información.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6414-7912>

panguita@uandes.cl