Crónica Chillán
cha: 28/07/2025 Audiencia: 7.200 Sección: OPINION
e: $66.434 Tirada: 2.800 Frecuencia: DIARIO
e pág: $664.000 Difusión: 2.800
e portada: $664.000 Ocupación: 10,01%

Sobre campañas electorales en la era digital

Conocemos que las elecciones presidenciales de 2025 en Chile se desarrollan en un ecosistema cada vez más digitalizado, donde las redes sociales y plataformas algoritmos juegan un rol central en la formación de opinión y postura en la decisión. Un ejemplo es que según la última encuesta Cadem, publicada el 21 de julio, Jeannette Jara y José Antonio Kast empatan con un 27% de apoyo, mientras que un 11% del electorado declara no saber o no votar. Esta dispersión revela un electorado vulnerable a los estímulos digitales más que a los argumentos de fondo.

En este nuevo escenario, las campañas ya no se definen solo por las ideas, sino por la capacidad de capturar atención en línea donde las herramientas como la inteligencia artificial, el micro segmento y los bots pueden ser útiles, pero su uso sin criterio ético -a través de noticias falsas o manipulaciones emocionales- pone en riesgo el debate democrático.

Se entiende que el problema no es la tecnología, sino cómo se utiliza. Otro ejemplo surge del estudio reciente de Democracia UDP-Feedback donde advierte que un tercio de la ciudadanía estaría dispuesto a aceptar una salida autoritaria si la democracia no resuelve la inseguridad.

Ese desgaste no se da en el vacío: se alimenta también de la desinformación que circula sin control en entornos digitales.

Frente a ello, urge asumir que la integridad de una elección también depende del modo en que se comunica. La transparencia y la ética deben volver a ser parte del mensaje central.

Catalina Lemus Fett, periodista y socia Comunica Corporación de Mujeres Periodistas, comunicadoras y escritoras de La Araucanía