MODIFICA LA LEY Nº18.700, ORGÁNICA CONSTITUCIONAL SOBRE VOTACIONES POPULARES Y ESCRUTINIOS, PARA PROHIBIR CAMPAÑAS NEGATIVAS Y EL USO INDEBIDO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL CON FINES ELECTORALES

I. ANTECEDENTES

El acceso a programas de candidaturas políticas es indispensable para asegurar el derecho ciudadano a la información con motivo y ocasión de procesos eleccionarios, ya que el conocimiento oportuno de las propuestas de campaña puede llegar a ser determinante en la formación de las preferencias. De ahí la relevancia de las medidas destinadas a dar a conocer públicamente los proyectos asociados a cada opción.

Lo anterior, sumado a la implementación de planes focalizados en los atributos personales y la experiencia del candidato, representa un elemento básico de las estrategias que habitualmente se utilizan para posicionarse con un estilo propio frente al resto de los contrincantes.

Sin perjuicio de ello, es frecuente que adherentes o simpatizantes de algunas campañas realicen actos comunicacionales en contra de otros aspirantes, a través de maniobras basadas en el engaño, como podría ser la divulgación de antecedentes falsos.

Tal práctica se conoce con el nombre de "Contra Campaña Electoral" y comprende un conjunto de *"acciones de comunicación y movilización política impulsadas generalmente por candidatos a un cargo de dirección o puesto de elección popular y/o sus equipos de campaña, y/o por los dirigentes y militantes de alguna organización política y/o por algunos ciudadanos con el fin de contrarrestar los efectos de la campaña electoral de sus opositores (…)"*[1].

[1] Valdez Zepeda, Andrés y Huerta Franco, Delia. *"Las Contra Campañas Electorales en Regímenes Democráticos. Ejercicios de Comunicación política de Suma y Resta".* Revista de Ciencia Política. Disponible en: https://www.revcienciapolitica.com.ar/num34art9.php

OFICINA VIRTUAL
CHILE
22-07-2025
09:16

De esta noción, se desprende la denominada "Estrategia de Ataque o Campaña Negativa" cuyo sentido hace referencia a lo siguiente:

"Ejercicios de publicidad, proselitismo y persuasión política usados por candidatos, partidos políticos o terceros interesados, articulados con base en la vulnerabilidad y errores de los opositores, exponiendo ante la opinión pública los aspectos, hechos y acciones, reales o inventadas, más desfavorables y cuestionables de la historia de los contrincantes. Las campañas negativas tratan de ganar la elección no con base en las propuestas, ideas y fortalezas propias, sino en las debilidades, errores y el historial cuestionable, real o inventado, de los adversarios. Como parte de estas campañas negativas se resaltan los defectos, reales o inventados, del oponente, presentándolos como un peligro, riesgo o amenaza para los votantes, el Estado y el país."[2].

La implementación de campañas negativas se ha visto facilitada luego de la masificación de la Inteligencia Artificial (IA), ya que esta tecnología ha permitido la generación de *deepfakes*, es decir, imágenes, audios y videos falsos, para desfavorecer a candidaturas específicas, principalmente en redes sociales.

La Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) estima que el mercado global de la IA pasará de 189 mil millones de dólares en 2023 a 4,8 billones en 2033[3] con una tasa de crecimiento anual del 36%, por lo que el uso indebido de este tipo de aplicaciones con fines electorales podría intensificarse en los próximos años.

Sin desconocer que la irrupción de múltiples herramientas de edición y de procesamiento de datos ha contribuido a mejorar el trabajo creativo de varias disciplinas, lo cierto es que también dichos mecanismos pueden llegar a provocar efectos adversos cuando son utilizados para perjudicar la imagen de terceros, como ha ocurrido en Chile y el mundo.

Tan es así, que países como Estados Unidos han manifestado su preocupación por la difusión de contenido capaz de inducir al error del electorado, prohibiendo en algunos estados la propagación de *deepfakes* políticos, con el fin de prevenir que material

---

[2] Valdez Zepeda, Andrés y Huerta Franco, Delia. *"Las Contra Campañas Electorales en Regímenes Democráticos: Ejercicios de Comunicación política de Suma y Resta".* Revista de Ciencia Política. Disponible en: https://www.revcienciapolitica.com.ar/num34art9.php

[3] https://unctad.org/es/news/se-preve-que-el-mercado-de-la-ia-alcance-los-48-billones-de-dolares-en-2033-y-se-consolide

OFICINA VIRTUAL
CÁMARA DE DIPUTADAS Y DIPUTADOS
CHILE
22-07-2025
09:16

manipulado incida negativamente en las percepciones y la decisión final de la población habilitada para sufragar.

En tal orden de asuntos, cualquier conducta destinada a desfavorecer a ciertas campañas altera la formación de las preferencias y, en definitiva, impide el voto informado, lo que termina reduciendo las posibilidades de que la ciudadanía pueda elegir sin distorsiones.

Con todo, la evidencia muestra que es necesario legislar para asegurar condiciones éticas mínimas y desincentivar el uso inadecuado de la IA en materia electoral, sin que ello comprometa el legítimo ejercicio de la libertad de expresión, pues el cuestionamiento apunta a la publicación de contenido falso -como fotomontajes- y no al intercambio de ideas en el marco del debate democrático.

II. OBJETIVO

Este proyecto tiene por finalidad prohibir la implementación de campañas negativas de candidaturas o sus adherentes dirigidas en contra de otros candidatos, a través de actos de violencia digital o la difusión de contenido falso u otras maniobras comunicacionales basadas en el engaño que induzcan al error del electorado, además de sancionar el uso indebido de la Inteligencia Artificial con fines electorales.

III. PROYECTO DE LEY

Artículo único: Introdúcense las siguientes modificaciones en la ley Nº18.700, Orgánica Constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios:

1. Para incorporar un artículo 40 bis, nuevo, del siguiente tenor:

"Se prohíbe la realización de campañas negativas de candidaturas o sus adherentes dirigidas en contra de otros candidatos, a través de la difusión pública de contenido falso u otras maniobras comunicacionales basadas en el engaño que induzcan al error del electorado.".

OFICINA
CÁMARA DE DIPUTADAS Y DIPUTADOS
CHILE
22-07-2025
09:16
VIRTUAL

2. Para agregar un artículo 139 bis, nuevo, del siguiente tenor:

"El incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 40 bis será sancionado con multa a beneficio fiscal de 10 a 100 unidades tributarias mensuales.

Si la infracción involucrare actos de violencia digital o la propagación pública de imágenes, audios o videos falsos generados con Inteligencia Artificial, se aplicará una multa a beneficio fiscal de 15 a 200 unidades tributarias mensuales.".

OFICINA
CÁMARA DE DIPUTADAS Y DIPUTADOS
CHILE
22-07-2025
09:16
VIRTUAL



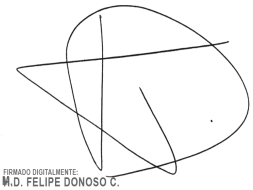
FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. MARLENE PÉREZ C.



FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. MARTA BRAVO S.



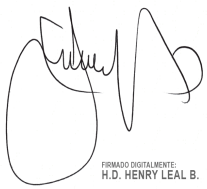
FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. FERNANDO BÓRQUEZ M.



FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. FELIPE DONOSO C.



FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. JUAN FUENZALIDA C.



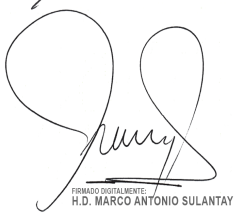
FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. HENRY LEAL B.



FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. DANIEL LILAYU V.



FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. NATALIA ROMERO T.



FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. MARCO ANTONIO SULANTAY O.



FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. FLOR WEISSE N.

