

# 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

1. **ANTECEDENTES**

El acceso a programas de candidaturas polı́ticas 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 ahı́ 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 podrı́a 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 ;in 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 Polı́tica. Disponible en: https://[www.revcienciapolitica.com.ar/num34art9.php](http://www.revcienciapolitica.com.ar/num34art9.php)

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 masiJicación de la Inteligencia ArtiJicial (IA), ya que esta tecnologı́a ha permitido la generación de *deepfakes*, es decir, imágenes, audios y videos falsos, para desfavorecer a candidaturas especı́Jicas, 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 20333 con una tasa de crecimiento anual del 36%, por lo que el uso indebido de este tipo de aplicaciones con Jines electorales podrı́a intensiJicarse 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 ası́, que paı́ses 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* polı́ticos, con el Jin 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 Polı́tica. Disponible en: https://[www.revcienciapolitica.com.ar/num34art9.php](http://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

manipulado incida negativamente en las percepciones y la decisión Jinal 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 deJinitiva, impide el voto informado, lo que termina reduciendo las posibilidades de que la ciudadanı́a pueda elegir sin distorsiones.

Con todo, la evidencia muestra que es necesario legislar para asegurar condiciones éticas mı́nimas y desincentivar el uso inadecuado de la IA en materia electoral, sin que ello comprometa el legı́timo 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.

# OBJETIVO

Este proyecto tiene por Jinalidad 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 ArtiJicial con Jines electorales.

# PROYECTO DE LEY

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

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

“Se prohı́be 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.”.

* 1. Para agregar un artı́culo 139 bis, nuevo, del siguiente tenor:

“El incumplimiento de lo dispuesto en el artı́culo 40 bis será sancionado con multa a beneJicio Jiscal 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 ArtiJicial, se aplicará una multa a beneJicio Jiscal de 15 a 200 unidades tributarias mensuales.”.