

La regulación legal de los *bots* en la experiencia comparada

Serie Minutas N° 84-22, 01-12-2022

por Víctor Soto Martínez

Resumen

La presente minuta aborda qué es lo que se entiende por bots y social bots en la experiencia comparada, y cuáles son los desafíos jurídicos y prácticos que entraña su regulación. Asimismo, aborda la regulación comparada de los bots, sus elementos básicos y, de ser pertinente, la discusión en torno a la normativa analizada.

Disclaimer: Este trabajo ha sido elaborado a solicitud de parlamentarios del Congreso Nacional, bajo sus orientaciones y particulares requerimientos. Por consiguiente, sus contenidos están delimitados por los plazos de entrega que se establezcan y por los parámetros de análisis acordados. No es un documento académico y se enmarca en criterios de neutralidad e imparcialidad política.

Departamento de Estudios, Extensión y Publicaciones - Biblioteca del Congreso Nacional
eMail: vsoto@bcn.cl Anexo: 1877 / 1777

TABLA DE CONTENIDOS

Antecedentes	3
1. Concepto de <i>bot</i> y <i>social bot</i>	5
2. Desafíos jurídicos de la regulación de los <i>bots</i>	7
3. Legislaciones que regulan a los <i>bots</i>	9
3.1. Unión Europea	9
3.2. Alemania.....	11
3.3. Francia	12
3.4. California	14
Conclusiones.....	15

Antecedentes

A partir de la elección de Donald Trump en Estados Unidos, tanto académicos como periodistas de dicho país empezaron a hablar de una nueva era política: la era de la posverdad¹ ². En un sentido parecido, en el marco de la Unión Europea se ha hablado del surgimiento de una *cultura de la desinformación*³. Otro término que se ha levantado con fuerza es la noción de “fake news” o “noticias falsas”, aunque su uso es mucho más polémico, ya que ha sido utilizado por diversos gobiernos para describir noticias que, pudiendo ser verdaderas, les resultan desagradables (estrategia que fue ampliamente utilizada por el propio Donald Trump⁴).

Por eso en un informe para el Consejo Europeo, los investigadores Claire Wardle y Hossein Derakhshan distinguen tres conceptos distintos que debieran utilizarse cuando hablamos de desinformación: primero, la *mis-information* o información errónea, es decir, información falsa pero que no fue creada con la intención de generar un daño. Segundo, la *mal-information*, que podríamos entender como información manipulada,

¹ En la política actual, la idea de posverdad se usa para calificar críticamente un sistema político donde las decisiones y los actos de los gobernantes han dejado de tener arraigo en hechos efectivos, y han pasado a basarse en emociones, creencias o hechos alterados por los propios gobernantes para justificar sus políticas. Así, de acuerdo con el *Diccionario de Oxford*, que consideró el concepto de *post-truth* como el más importante del año 2016, el término “denota aquellas circunstancias donde los hechos objetivos son menos influyentes en la formación de la opinión pública que la apelación a las emociones y las creencias personales” (traducción personal). En el artículo donde el Diccionario de Oxford justificó su elección, se señala que la primera persona en usar el concepto en este sentido fue el dramaturgo serbio-estadounidense Steve Tesich, en un artículo publicado en la revista *The Nation*. En dicho artículo, referido al escándalo de venta ilegal de armas de Estados Unidos a Irán (a pesar de que el propio Estados Unidos había decretado un embargo armamentístico contra dicho país) y a la falta de información al público estadounidense durante la Guerra del Golfo Pérsico, Tesich se lamentaba diciendo que “nosotros, como pueblo libre, hemos decidido libremente que queremos vivir en un mundo de posverdad”. Véase: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/> [consultado el 22-11-2022]. De acuerdo con el mismo artículo, posteriormente el término fue usado el año 2004 por el ensayista Ralph Keyes en su libro *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. Allí, el autor señaló: “En la era de la posverdad, no solo tenemos la verdad y la mentira, sino una tercera categoría de declaraciones ambiguas que no son exactamente la verdad pero no llegan a ser una mentira” (Véase: <https://us.macmillan.com/books/9781429976220/theposttruthera> [consultado el 22-11-2022]). Con todo, no fue sino hasta el año 2016, con la confluencia del Brexit y la elección de Trump, que el término acabó popularizándose en los medios de comunicación masivos.

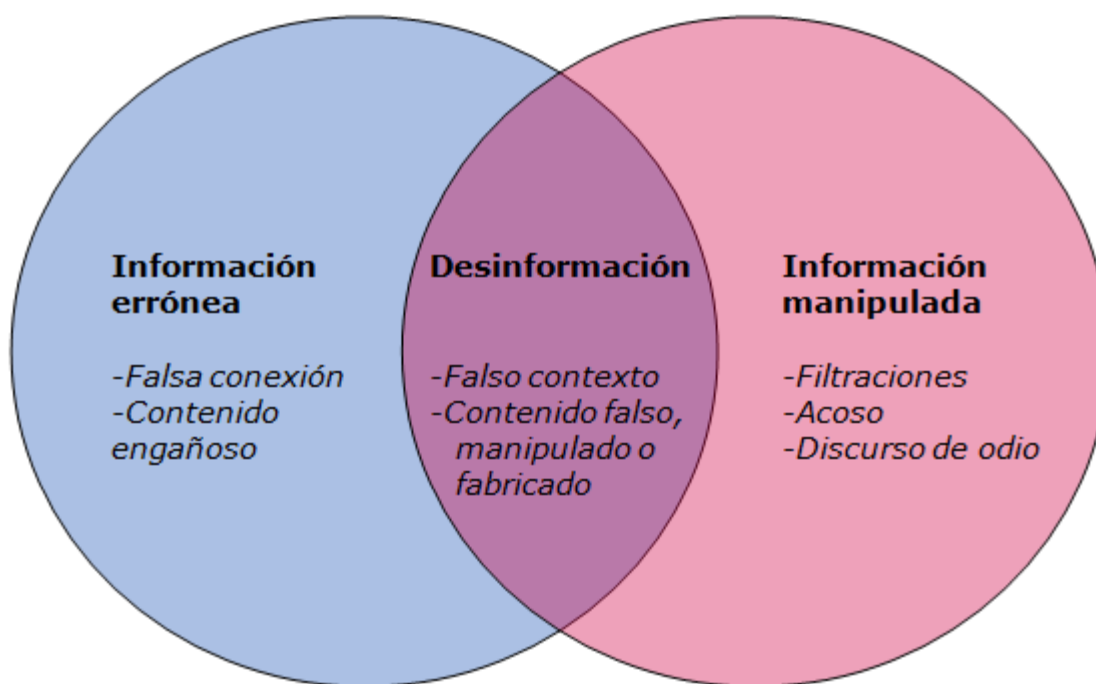
² Se puede ver una justificación del uso del término en Estados Unidos, y una enumeración de las causas de su surgimiento en: HASEN, Richard. “Deep fakes, bots, and siloed justices: American Election Law in a “post-truth” world”, en: *Saint Louis University Law Journal*, vol .64, N° 4, 2020, pp. 538-539.

³ MAGALLÓN, Raúl. “La (no) regulación de la desinformación en la Unión Europea. Una perspectiva comparada”, en: UNED. *Revista de Derecho Político*, N° 106, 2019, p. 325.

⁴ Véase: CILLIZZA, Chris. “Here’s Donald Trump’s most lasting, damaging legacy” (30-08-2021), *CNN Politics*, en: <https://edition.cnn.com/2021/08/30/politics/trump-legacy-fake-news/index.html> [consultado el 24-11-2022]

una información que, estando basada en la realidad, se usa para infligir un daño en una persona, organización o país. Finalmente tendríamos la *dis-information* o desinformación propiamente tal, es decir, información falsa creada deliberadamente para dañar a una persona, grupo social, organización o país⁵.

Cuadro N° 1
Variantes de la desinformación



Fuente: WARDLE, Claire y DERAKHSHAN Hossein (2017, p. 20)⁶

Según estos autores, los medios de comunicación masivos, en tanto agentes de la amplificación (intencional o no) de contenidos fabricados o engañosos, juegan un rol crucial en estos verdaderos “trastornos de la información” (*information disorder*). En este sentido, argumentan que, si bien la verificación de los hechos (*fact-checking*) siempre ha sido fundamental para el periodismo de calidad, las técnicas utilizadas para diseminar desinformación nunca han sido tan sofisticadas como hoy⁷. Dentro de estas técnicas destaca el uso de los *bots*.

⁵ WARDLE, Claire y DERAKHSHAN Hossein. *Information Disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*, Council of Europe report, 2017, p. 20. Disponible en: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> [consultado el 24-11-2022]

⁶ La traducción de los conceptos es propia.

⁷ *Ibíd.*, p. 25.

Atendida la urgencia del tema, diversos parlamentarios han solicitado una minuta que aborde la regulación comparada de los *bots*. Asimismo, se ha requerido que la minuta abarque lo que se entiende por *bots* y *social bots* en la experiencia comparada, y cuáles son los desafíos jurídicos y prácticos que entraña su regulación.

Para ello, la presente minuta se dividirá en tres breves secciones: (1) concepto de *bot* y *social bot*⁸; (2) desafíos prácticos de la regulación de los *bots*; y (3) legislaciones que se han ocupado del tema.

1. Concepto de *bot* y *social bot*

La palabra "bot" es una abreviación inglesa de la palabra "robot", derivación del checo *robota*, que significa "trabajo forzado"⁹. Evidentemente, su uso actual no está asociado a la imagen antropomórfica de los robots que nos hemos hecho a partir de la ciencia ficción, sino a una estructura incorporal, un software. Así, independientemente de su función específica o de su nivel de complejidad, los bots podrían definirse genéricamente como programas de software que se ejecutan de acuerdo con instrucciones¹⁰. A partir de dichas instrucciones, un bot sería capaz de actuar con cierta autonomía "para realizar tareas en nombre de su anfitrión"¹¹. De forma más específica podríamos definirlos como "sistemas automatizados que permiten realizar acciones concretas en la esfera digital como, por ejemplo, la difusión masiva de una imagen, de un video o de un texto hacia una audiencia seleccionada o difusa; también pueden ser utilizados para rastrear patrones de comportamiento de un consumidor"¹².

⁸ En este punto sólo veremos una conceptualización general de los términos para efectos de delimitar lo que se discutirá en las siguientes secciones. Las múltiples categorías de bots existentes y la explicación técnica de cómo operan están tratadas con bastante detalle en el trabajo de Marek Hoehn: "Los Bots en las Redes Sociales y los Riesgos para la Democracia", Serie Informes N° 31-22, Biblioteca del Congreso Nacional, 2022.

⁹ Su primer uso en el sentido moderno se debe al escritor checo de ciencia ficción Karel Capek. Véase: <http://etimologias.dechile.net/?robot> [consultado el 24-11-2022]

¹⁰ LAMO, Madeline y CALO, Ryan. "Regulating bot speech", *UCLA Law Review*, vol. 66, N° 4, 2019, p. 993.

¹¹ HOEHN, Marek. Op. Cit., p. 4. De hecho, en dicho informe se indican diversos elementos constitutivos de cualquier bot: i) no son estrictamente invocados para una tarea, sino que se activan por sí mismos; ii) pueden permanecer en estado de espera en un host, percibiendo el contexto; iii) pueden llegar al estado de ejecución en un host al darse las condiciones de inicio; iv) no requieren la interacción del usuario; v) pueden invocar otras tareas, incluida la comunicación.

¹² FERRARA, E. (et al). "The Rise of Social Bots. Communications of the ACM", vol. 59, N° 7, 2016, pp. 96-104, citado por: CABEZAS, Víctor. "Fake news, troles y bots: ¿a quiénes abraza la libertad de expresión?", #PerDebate, vol. 3, 2019, p. 180.

Dentro de este ámbito, destaca el rol jugado por el llamado “social bot” o bot social. Este podría ser definido como “un agente de software que se comunica de forma autónoma en las redes sociales”¹³. Se trata de una especie de bot que “opera en las redes sociales y se utiliza para defender ideas, difundir mensajes, promover relaciones públicas, generar tendencias”¹⁴.

Ahora bien, ¿cómo participan estos bots en la comunicación política? En primer lugar, un programador informático debe escribir un guión (script) prediseñado para el bot. Este guion puede consistir, por ejemplo, en retuitear (o difundir) ciertos tuits relacionados con una palabra o un nombre en particular. Pero también puede haber guiones más complejos. Así, existen agentes inteligentes específicamente diseñados para observar y actuar sobre un determinado ambiente computacional para lograr ciertas metas. Estos agentes codificados pueden navegar en entornos impredecibles, altamente cambiantes, e incluso influir en dichos entornos (por ejemplo, influyendo en el cambio de tendencias o en la instalación de ciertos temas). Estos agentes trabajan en nombre de los usuarios humanos, analizan información e incluso toman decisiones para lograr un fin específico¹⁵.

Howard, Woolley y Calo ejemplifican esto indicando cómo opera un bot social en la plataforma de Twitter: “La persona que construye un programa de bot social lo ejecuta desde un servidor. Para liberar un bot en la interfaz principal de Twitter, el codificador debe conectarse a la interfaz de programación de aplicaciones del sitio. Esta interfaz proporciona una vía para que el software creado por el programador interactúe con Twitter. (...) Twitter permite a los codificadores hacer casi cualquier cosa a través de esta interfaz: hay prácticamente un mapeo uno-a-uno entre lo que puede hacer el bot y los elementos de la interfaz del usuario. Con todo, existen muchos más datos disponibles en la interfaz de programación que los que se muestran en el *front-end* del sitio [es decir, la parte del sitio en el que interactúan los usuarios]. Y los programadores pueden acceder a estos datos”¹⁶.

Cuando estos bots sociales son utilizados para generar contenidos e influir en la discusión política, pueden ser definidos como bots políticos¹⁷.

¹³ HOEHN, Marek. Op. Cit., p. 8.

¹⁴ CABEZAS, Víctor. Op. Cit., p. 180.

¹⁵ HOWARD, Philip; WOOLLEY, Samuel; y CALO, Ryan. “Algorithms, bots, and political communication in the US 2016 election: The challenge of automated political communication for election law and administration”, *Journal of Information Technology & Politics*, vol. 15, N° 2, p. 84. La traducción es mía.

¹⁶ *Ibíd.*, p. 85.

¹⁷ *Ibíd.*

2. Desafíos jurídicos de la regulación de los bots

Antes de revisar las legislaciones que han regulado el tema, es preciso determinar una cuestión de principios, es decir, cómo se equilibra esta regulación con la libertad de expresión. De forma preliminar, cabe destacar cómo se encuentra protegido este derecho en el artículo 13 de la Convención Americana¹⁸:

“1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

2. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar:

a) el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o
b) la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

3. No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

(...)”.

Como se puede apreciar, la normativa plantea el derecho en términos bastante amplios. Así, existe una prohibición total de la censura previa, aunque sí se admite la posibilidad de someter la expresión a responsabilidades ulteriores, en caso de que aquello sea necesario para asegurar el respeto a los derechos o la reputación de los demás o, por otro lado, la protección de la seguridad nacional, el orden público o la moral pública. Por otra parte, dentro de la caracterización del derecho (13.1), se menciona la libertad de buscar, recibir y difundir información, por cualquier medio. A partir de aquello, se ha señalado que la libertad de expresión contiene una dimensión individual y una dimensión colectiva. Así, la Corte Interamericana de Derechos Humanos (en adelante CIDH) argumenta que la primera dimensión “no se agota en el reconocimiento teórico del derecho a hablar o escribir, sino que comprende además, inseparablemente, el derecho a utilizar *cualquier medio* apropiado para *difundir* el pensamiento y hacerlo llegar al *mayor número* de destinatarios”¹⁹. En este sentido, se

¹⁸ Hemos preferido ilustrar el tema con esta normativa debido a que cuenta con una rica jurisprudencia que además ha sido incidente sobre la legislación y jurisprudencia nacional (especialmente a partir del caso sobre “La última tentación de Cristo”).

¹⁹ *Caso Ivcher Bronstein*. Sentencia de 6 de febrero de 2001, párrafo 147; Caso “La última tentación de Cristo” (*Olmedo Bustos y otros*). Sentencia de 5 de febrero de 2001; y *La Colegiación Obligatoria de Periodistas* (arts. 13 y 29 Convención Americana sobre Derechos

sostiene que la expresión y la difusión de pensamientos e ideas son indivisibles, de modo que una restricción de las posibilidades de divulgación representa directamente, y en la misma medida, un límite al derecho de expresarse libremente²⁰. En cuanto a la segunda dimensión, ella implicaría “también el derecho de todos a conocer opiniones, relatos y noticias vertidas por terceros. Para el ciudadano común tiene tanta importancia el conocimiento de la opinión ajena o de la información de que disponen otros como el derecho a difundir la propia”²¹. Para la CIDH “ambas dimensiones poseen igual importancia y deben ser garantizadas plenamente en forma simultánea para dar efectividad total al derecho a la libertad de expresión en los términos previstos por el artículo 13 de la Convención”²².

Teniendo esta normativa a la vista, la *Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos*, ha entendido que “todas las formas de discurso están protegidas por el derecho a la libertad de expresión, [incluso los discursos ofensivos, chocantes o perturbadores] independientemente de su contenido y de la mayor o menor aceptación social y estatal con la que cuenten. Esta presunción general de cobertura de todo discurso expresivo se explica por la obligación primaria de neutralidad del Estado ante los contenidos y, como consecuencia, por la necesidad de garantizar que, en principio, no existan personas, grupos, ideas o medios de expresión excluidos a priori del debate público”²³.

En términos similares, en Chile la libertad de expresión se encuentra asegurada en el artículo 19, N° 12 de la Constitución:

“Artículo 19. La Constitución asegura a todas las personas:

(...)

12°.- La libertad de emitir opinión y la de informar, sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier medio, sin perjuicio de responder de los delitos y abusos que se cometan en el ejercicio de estas libertades, en conformidad a la ley, la que deberá ser de quórum calificado”²⁴.

Por lo tanto, en la línea de lo planteado hasta acá, existirían **dos elementos** que habría que considerar a la hora de regular los bots. Primero, que existe un **derecho a la difusión de la expresión y de la información**. La posibilidad de expresar la

Humanos). Opinión Consultiva OC-5/85 del 13 de noviembre de 1985, párrafo 31. Las cursivas son mías.

²⁰ Caso *Herrera Ulloa Vs. Costa Rica*. Sentencia de 2 de julio de 2004, párrafo 109.

²¹ *Ibíd.*, párrafo 110.

²² *Ibíd.*, párrafo 111.

²³ RELATORÍA ESPECIAL PARA LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN (COMISIÓN INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS). *Marco jurídico interamericano sobre el derecho a la libertad de expresión*, OEA/Ser.L/V/II. CIDH/RELE/INF.2/09, 30 diciembre 2009, párrafo 30.

²⁴ Las cursivas son mías.

opinión por cualquier medio podría cubrir, de esta forma, también a los nuevos medios tecnológicos. Por cierto, esta libertad también incluye un derecho a recibir información, lo que se refleja, por ejemplo, en la dimensión social o colectiva de la libertad de expresión ya indicada. Aquí el asunto se torna más complicado, ya que hay quienes argumentan que este aspecto sí admitiría algún nivel de regulación del **discurso falso**. En el caso de Europa, por ejemplo, se ha sostenido que, si bien “invocar a la verdad como criterio absoluto puede ser un enemigo de la libertad de expresión e información” el tratamiento que reciben estas dos libertades –emitir opinión y recibir información- no es igual, “ya que los hechos son susceptibles de prueba y se les puede exigir el requisito de veracidad mientras que las opiniones no pueden ser comprobadas ni, por ello, sometidas al control de la veracidad”²⁵. Por cierto, la regulación europea contiene ciertas particularidades que no siempre pueden traducirse a los términos utilizados en el sistema interamericano de derechos humanos, pero el razonamiento apuntado deja planteado el problema.

Un **segundo elemento** a tener presente dice relación con la **titularidad del derecho**. ¿Se puede entender al bot como una extensión de la persona y, por ende, como susceptible de ser titular de libertad de expresión? La relativa autonomía de estos programas o agentes respecto de su creador impide dar a esta pregunta una respuesta tajante. Por ejemplo, Víctor Cabezas sostiene que, *en principio*, los bots no gozarían de la protección de sus opiniones, por tratarse básicamente de programas automatizados, pero *podrían* serlo “si se verifica un interés de personas naturales en la difusión de un contenido válido, el cual sí podría estar sujeto a una garantía”²⁶. Por el contrario, en Estados Unidos una corriente de juristas sostiene que el bot – independientemente del nivel de autonomía que alcance- sigue siendo un producto humano y, por ende, un medio de comunicación humano: “Hay una mente humana detrás de todo algoritmo y, por tanto, “el hecho de que un algoritmo esté involucrado no significa que una máquina está hablando”²⁷. Desde esta perspectiva, la expresión del bot estaría, *en principio*, cubierta por la Primera Enmienda de la Constitución estadounidense (sus limitaciones, por ende, se sujetarían a las mismas limitaciones que la expresión de los seres humanos).

3. Legislaciones que regulan a los bots

3.1. Unión Europea

Mencionamos más arriba el informe de dos expertos, los investigadores Claire Wardle y Hossein Derakhshan, para el Consejo Europeo. Posteriormente, el año 2018, se hizo

²⁵ PAUNER, Cristina. “Noticias falsas y libertad de expresión e información. El control de los contenidos informativos en la red”, *Teoría y Realidad Constitucional*, UNED, N° 41, 2018, p. 310.

²⁶ CABEZAS, Víctor. Op. Cit., p. 185.

²⁷ BENJAMIN, Stuart. “Algorithms and Speech”, *University of Pennsylvania Law Review*, N° 161, 2013, p. 1479. Citado en: LAMO, Madeline y CALO, Ryan. Op. Cit., p. 1006.

público un segundo informe, esta vez de un comité de expertos convocado por la Comisión Europea, sobre noticias falsas y desinformación en línea²⁸. Este informe concluyó, a grandes rasgos, que se debía trabajar en cinco pilares:

1. Mejorar la *transparencia* de las noticias en línea.
2. Promover la *alfabetización* mediática e informativa.
3. Desarrollar herramientas para empoderar a usuarios y periodistas.
4. Salvaguardar la diversidad y la sostenibilidad del *ecosistema* de los medios de comunicación europeos.
5. Promover la *investigación continua* sobre el impacto de la desinformación en Europa²⁹.

También se hizo un llamado para que todas las partes interesadas -y que cumplieran un rol relevante en el ecosistema informativo- se comprometieran con la elaboración de un *Código de Buenas Prácticas* sobre la materia³⁰. Esto último fue tomado como una tarea relevante por parte de la Comisión Europea, que en su informe oficial de 2018, abogó por la elaboración de este Código³¹. Finalmente, el Código fue aprobado ese mismo año, y cuenta actualmente con una versión fortalecida³².

¿En qué áreas avanza este Código? Las áreas más relevantes para efectos de lo que hemos visto en esta minuta son³³:

1. *Desmonetización*: reducción de incentivos financieros para los proveedores de desinformación. Así, los firmantes del Código se comprometen a tomar medidas más estrictas para **evitar la colocación de publicidad junto a la desinformación**, así como la difusión de publicidad que contenga desinformación.

²⁸ COMISIÓN EUROPEA, *A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High Level Group on fake news and online disinformation*, 2018. Disponible en: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation> [consultado el 01-12-2022]

²⁹ La enumeración está tomada de: MAGALLÓN, Raúl. Op. Cit., p. 328. Las cursivas son mías.

³⁰ *Ibíd.*

³¹ *Ibíd.*

³² Véase: COMISIÓN EUROPEA, *The Strengthened Code of Practice on Disinformation*, 2022. Disponible en: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation> [consultado el 01-12-2022]

³³ Todo esto está tomado del resumen ejecutivo incluido en la página citada en: *Ibíd.* La traducción es mía.

2. *Transparencia de la publicidad política*: el Código compromete a los firmantes a implementar medidas de transparencia más estrictas, lo que permitirá a los usuarios **reconocer fácilmente los anuncios políticos** al proporcionar un etiquetado más eficiente, comprometiéndose a revelar el patrocinador, el gasto publicitario y el período de visualización.

3. *Garantizar la integridad de los servicios*: el Código fortalecerá las **medidas para reducir el uso de técnicas de difusión de desinformación** (por ejemplo, cuentas falsas, *amplificación impulsada por bots*, suplantación de identidad, etc.) y establece una cooperación más fuerte entre los firmantes para enfrentar los desafíos relacionados con tales técnicas. Lamentablemente, no se indica con detalle qué medidas específicas se podrían tomar en esta línea, toda vez que el Código sólo implica recomendaciones generales para los Estados firmantes. Sin embargo, es interesante notar que los bots son considerados dentro de lo que se denomina el *Marco de Tácticas, Técnicas y Procedimientos de Desinformación* (véase el compromiso N° 14 del Código).

4. *Empoderar a los usuarios*: se busca proteger a los usuarios de la desinformación, mediante iniciativas de **alfabetización mediática** y a través de la entrega de herramientas mejoradas para reconocer, comprender y marcar la desinformación, así como para acceder a fuentes autorizadas.

5. *Empoderar a los investigadores*: se busca **que las plataformas en línea apoyen de mejor forma la investigación sobre la desinformación**, entregándoles a los investigadores acceso a los datos contenidos en dichas plataformas. Esto significa garantizar el acceso automatizado a datos no personales, anónimos, agregados o públicos, y trabajar para establecer una estructura de gobierno para simplificar el acceso a los datos que requieren un escrutinio adicional.

6. *Empoderar a los verificadores de datos (fact checking)*: se ampliará la **cobertura de verificación de datos** en todos los Estados miembros y en todos los idiomas de la Unión Europea, garantizando que las plataformas hagan un uso más consistente de la verificación de datos en sus servicios. Esto supone contribuciones financieras justas para el trabajo de los verificadores de hechos y un mejor acceso de estos a la información.

Si bien en este punto no hemos visto medidas concretas respecto de los bots, se puede apreciar una preocupación de la Unión Europea por el problema y una clasificación de esta técnica dentro de la amenaza de la desinformación, lo que da pie a una eventual regulación de la misma en el marco de los sistemas jurídicos nacionales.

3.2. Alemania

En Alemania no existe una regulación circunscrita directamente a los bots, pero vale la pena notar que, a partir del año 2017, existe una *Ley de Aplicación de la Red* (conocida en Alemania por su abreviación NetzDG, *Network Enforcement Act* en inglés). Esta ley se dirige a los proveedores de servicios de telecomunicaciones con

finés de lucro que operen plataformas digitales diseñadas como redes sociales (definidas a la vez como plataformas que permiten a los usuarios compartir cualquier contenido con otros usuarios de manera pública) y que cuenten con más de dos millones de usuarios³⁴. Como se apreciará, la ley se limita a las redes y medios sociales donde, por lo general, los usuarios comparten la información de manera pública, y no a plataformas tipo WhatsApp o Telegram, que a priori permiten una comunicación interpersonal no pública³⁵. En este sentido, les ordena a estos proveedores suprimir los discursos de odio, *fake news* y material ilegal que allí se postean³⁶, dentro de un determinado plazo, bajo la amenaza de una multa³⁷. Estas multas pueden llegar a 50 millones de euros en caso de personas jurídicas y a cinco millones de euros en caso de personas naturales³⁸.

3.3. Francia

En Francia el tema ha sido regulado por la ley N° 1202, de 2018, relativa a la lucha contra la manipulación de la información. Nuevamente, no se regulan directamente los bots, pero sí la difusión de desinformación en el marco de las campañas electorales.

³⁴ Sección 1, (1) y (2) de la Ley. Véase:

https://www.bmj.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/NetzDG_engl.pdf;jsessionid=3D6B52102FBBD0FA344009E8D287692F.1_cid297?_blob=publicationFile&v=2 [consultado el 01-12-2022]

³⁵ MAGALLÓN, Raúl. Op. Cit., p. 335.

³⁶ En realidad, aunque se ha caracterizado como una ley contra las *fake news*, su principal objetivo pareciera ser impedir la circulación del discurso de odio. Así, "las "noticias falsas" sólo son marginalmente tocadas: de los 21 artículos del Código Penal que son expresamente nombrados por la Ley, sólo la difamación de religiones, asociaciones religiosas e ideológicas, insultos, y la prohibición general de la difamación abarcan un elemento de falsedad. Si bien algunos tipos de desinformación, por ejemplo, los que se refieren a las dependencias financieras de los políticos, podrían estar subsumidos bajo estas normas, muchos otros tipos de desinformación, especialmente los políticamente engañosos, no lo estarían (como aquella noticia falsa de que la Canciller Angela Merkel "esperaba" que hubiera 12 millones de inmigrantes para 2060)" (STEIGER, Dominik. "Protecting Democratic Elections Against Online Influence via "Fake News" and Hate Speech – The French Loi Avia and Loi No. 2018–1202, the German Network Enforcement Act and the EU's Digital Services Act in Light of the Right to Freedom of Expression", en: SCHIEDERMAIR, Stephanie; SCHWARZ, Alexander; y STEIGER, Dominik (editores). *Theory and Practice of the European Convention on Human Rights*, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden, 2022, p. 178. La traducción es propia.

³⁷ En caso de un reclamo de ilegalidad del contenido, la plataforma tiene siete días para bajarlo, a menos que se considere que la verdad o falsedad del hecho sobre el que descansa el posteo es un tema debatible, y por tanto es apropiado esperar a la respuesta de quien subió el contenido. Por otro lado, si el contenido es manifiestamente ilegal, la plataforma tiene un plazo de veinticuatro horas para bajarlo (Sección 3, (2), N° 2 y 3, de la Ley).

³⁸ MINISTERIO DE JUSTICIA DE ALEMANIA, *Guidelines on setting regulatory fines within the scope of the Network Enforcement Act* (Netzwerkdurchsetzungsgesetz - NetzDG), 2018, p. 17. Véase: https://www.bmj.de/DE/Themen/FokusThemen/NetzDG/NetzDG_EN_node.html [consultado el 01-12-2022]

Con todo, vale la pena echarle un vistazo a esta legislación. Como resume Magallón, la normativa original (antes de pasar por el proceso legislativo) se centraba en tres ejes³⁹:

1. El establecimiento de nuevas herramientas para luchar mejor contra la diseminación de informaciones falsas durante el período electoral.

2. La imposición de mayores obligaciones de transparencia a las plataformas digitales, con el fin de permitir a las autoridades detectar eventuales campañas para desestabilizar a las instituciones mediante la difusión de información falsa, permitiendo además a los usuarios conocer al anunciante del contenido patrocinado.

3. La designación de un juez específico en periodo electoral para detener la difusión de informaciones falsas (con un plazo de cuarenta y ocho horas para tomar su decisión en la materia).

A pesar de la introducción de diversas enmiendas para morigerar lo que se veía como una regulación bastante amplia (que en una primera formulación podía abarcar incluso el material satírico), se llegó a la redacción definitiva, que de todas formas conserva esos tres ejes generales.

En particular, se establece un periodo de tres meses previos a la elección, durante los cuales las plataformas deben: (1) proporcionar al usuario información leal, clara y transparente sobre la identidad de la persona física o sobre la razón social, el domicilio social y el objeto social de la persona jurídica que paga a la plataforma una remuneración a cambio de la promoción de contenidos informativos relativos a un debate de interés general; (2) proporcionar al usuario información justa, clara y transparente sobre el uso de sus datos personales en el contexto de la promoción de contenidos informativos relacionados con un debate de interés general; y (3) hacer público el monto de la remuneración percibida a cambio de la promoción de dicho contenido informativo cuando el monto sea superior a un umbral determinado. Los reclamos frente a la eventual infracción de estos deberes serán resueltos por el juez de cámara dentro de cuarenta y ocho horas⁴⁰.

Por otro lado, se le entrega al *Consejo Superior del Audiovisual* (una autoridad pública independiente) la facultad de rechazar la solicitud tendiente a la celebración de un convenio si la difusión del servicio de radio o televisión entraña un riesgo grave de atentado contra la dignidad de la persona humana y al carácter pluralista de la expresión de las corrientes de pensamiento y opinión, entre otras categorías⁴¹. En el

³⁹ MAGALLÓN, Raúl. Op. Cit., pp. 335-336.

⁴⁰ Ley N° 1202, de 2018, art. 1, N° 2.

⁴¹ Artículo 5 de la ley.

caso de plataformas controladas o bajo influencia de Estados extranjeros, se autoriza incluso a este Consejo a decretar la suspensión del medio⁴².

3.4. California

Aquí sí tenemos una legislación que regula directamente a los bots. Se trata de la ley B. O. T. (*Bolstering Online Transparency Act*, es decir, "Ley para reforzar la transparencia en línea").

Tal como indica su nombre, se busca obligar a quienes creen bots sociales a divulgar que se trata de bots. La ley define "bots" como aquella "cuenta en línea automatizada donde todas o sustancialmente todas las acciones o publicaciones no son el resultado de una persona"⁴³.

Así, se considera ilegal el uso de bots para comunicarse o interactuar con otra persona en línea, con la intención de confundirla sobre su identidad artificial, engañándola sobre el contenido de la comunicación, ya sea para incentivar una compra o venta de bienes o servicios en una transacción comercial o para influir sobre su voto en una elección. Para evitar cualquier sanción derivada de esta actuación ilegal, el creador del bot debe divulgar, de forma clara y precisa, que se trata de un bot⁴⁴.

Con todo, la ley no establece sanciones claras (quedando este punto, por tanto, derivado a una legislación posterior). Asimismo, cabe mencionar que se trata de una hipótesis bastante específica, ya que requiere que concurren tres condiciones: a) intención de confundir ("mislead") respecto de la identidad artificial del bot; b) intención de engañar ("deceive") sobre el contenido de la comunicación; y c) con el objetivo de incentivar una compraventa de servicios y/o bienes o influir en un voto.

A pesar de tratarse de una hipótesis –en esta primera formulación estatal- difícilmente sancionable, la ley ha sido criticada por algunos abogados porque consideran que, a futuro, sobre todo si se replica por parte de otros estados del país, podría incentivar la censura o, mejor dicho, la auto-censura de los grupos privados involucrados (aunque estos mismos autores admiten que no es una ley que establezca una censura expresa, por lo que *en principio* no contravendría la Primera Enmienda de la Constitución estadounidense, relativa a la libertad de expresión)⁴⁵.

Desde otra perspectiva, se ha defendido la necesidad de establecer leyes que obliguen a revelar a quienes se encuentran detrás de los bots, haciendo una analogía con las

⁴² Artículo 6 de la ley.

⁴³ Sección 1 de la ley.

⁴⁴ Sección 1 de la Ley.

⁴⁵ LAMO, Madeline y CALO, Ryan. Op. Cit., p. 1009.

leyes de divulgación de financiamiento de las campañas electorales: "Por ejemplo, en 2010, los votantes de California rechazaron una propuesta electoral que habría beneficiado a *Pacific Gas and Electric* ("PG&E"). PG&E aportó casi la totalidad de los 46 millones de dólares a la campaña por el "Sí", en comparación con muy poco gastado en oponerse a la medida. Gracias a las leyes de divulgación de California, el nombre de PG&E apareció en todos los anuncios del "Sí" y la medida acabó siendo derrotada"⁴⁶.

Más allá del caso específico de los bots, Hasen ha planteado la necesidad de una reestructuración de las leyes de divulgación del financiamiento para incluir la inversión en redes sociales: "Una ley de divulgación actualizada debería exigir que cualquier persona o entidad que gasta por encima de un cierto umbral en recursos de redes sociales para influir directa o indirectamente a los votantes para que voten a favor o en contra de un candidato o proposición, debe revelar el monto de sus actividades y su fuente última de financiamiento al gobierno a través de un informe en línea. Y, en la medida en que sea tecnológicamente factible, la información sobre la identidad del remitente, así como información adicional sobre el financiamiento, debe entregarse de forma sencilla (por ejemplo, haciendo clic en un enlace)"⁴⁷.

Conclusiones

1. El problema de fondo es cómo impacta la cultura de la desinformación en la democracia. Así, en los últimos años hemos visto cómo la proliferación de información falsa ha afectado la deliberación pública sobre las políticas gubernamentales, así como los mismos procesos electorales que constituyen la base del sistema democrático. Como señala Richard Hasen: "La ciencia política no espera que los votantes estén todo el día estudiando afanosamente sobre política y políticas públicas, pero sí que sean capaces de tener suficiente acceso a la verdad a través de atajos confiables e intermediarios que les permitan entender qué es lo que está ocurriendo en el debate público, y tomar decisiones consistentes con sus intereses. La era de la posverdad socava dicho supuesto de una democracia vibrante"⁴⁸.

2. Los bots, que pueden ser definidos –según vimos en el punto 1- como sistemas automatizados que permiten realizar acciones concretas en la esfera digital en nombre de su anfitrión o creador, constituyen uno de los tantos medios tecnológicos que se utilizan actualmente en el marco de esta cultura de la desinformación. Por cierto, también se les puede dar otros usos, como un uso estético o simplemente recreativo, pero una de las cuestiones que ha llamado la atención no sólo de los investigadores, sino también de actores políticos e institucionales, es su utilización política y, más específicamente, su uso para influir en los votantes en campañas electorales.

⁴⁶ HASEN, Richard. Op. Cit., p. 556.

⁴⁷ *Ibíd.*, p. 559.

⁴⁸ *Ibíd.*, p. 540.

3. En tanto los bots son sólo uno entre muchos otros medios de difusión de la información, las leyes no se han ocupado específicamente de ellos. Así, las pocas legislaciones que tratan el tema lo hacen indirectamente, ya que lo que se busca restringir es el contenido falso del mensaje y no el medio a través del cual se divulga (el bot). Sin embargo, en Estados Unidos hemos visto un amplio debate sobre la necesidad de incluir la divulgación del carácter automatizado de estas cuentas, con el objeto de asegurar la transparencia del debate público. Asimismo, se ha hecho una interesante analogía con las leyes de divulgación del financiamiento político, ya que por lo general ellas omiten el ámbito de las redes sociales.

4. Por último, es preciso considerar que este tema ha suscitado, también, un debate jurídico vinculado con los contornos de la libertad de expresión. Así, en el ámbito latinoamericano se ha definido consistentemente esta libertad como abarcadora no sólo de la expresión misma, sino también de la difusión de mensajes, *por cualquier medio*. Por lo tanto, una eventual regulación en la materia debería considerar cómo conciliar esta libertad con los otros aspectos de la libertad de expresión, como la recepción de información. Asimismo, se debiera ponderar el hecho de que la difusión de mensajes a través de estas nuevas tecnologías puede abrir eventualmente, como indicaba Hasen, nuevos espacios de financiamiento no advertidos por las leyes de financiamiento de la política, encubriéndose, de esta forma, nuevos desequilibrios de poder.