Boletín N° 16.206-07

Proyecto de ley, iniciado en Moción de los Honorables Senadores señora Rincón, y señores Araya, Flores y Walker, que modifica diversos cuerpos legales para resguardar a las personas de los trastornos de la información en plataformas digitales.

ANTECEDENTES.

Para los expertos, las noticias falsas constituyen uno de los actuales "trastornos de la información". Un estudio encargado por el Consejo de Europa en 2017 [1] analiza la forma en que las campañas de desinformación se han generalizado y, dependiendo en gran medida de las redes sociales, contribuyen a un entorno mediático global de trastorno de la información, alerta de la amenaza que representa la desinformación en el mundo y las implicaciones que la sociedad enfrenta" como consecuencia de ello, en "términos de socavar la confianza en las instituciones, amenazando los principios democráticos, inflar las divisiones basadas en el nacionalismo, la religión, la etnia, la raza, la clase, la sexualidad o género"[2].Esta es una de las conclusiones recogidas en el informe que contiene 34 recomendaciones dirigidas a empresas de tecnología, gobiernos nacionales, medios de comunicación, sociedad civil y ministerios de educación para ayudarlos a identificar estrategias adecuadas para abordar el fenómeno.

De hecho, en 2019 expertos ONU realizan llamado conjunto a la acción de Estados y compañías de redes sociales para frenar la difusión de los discursos de odio. "Nos alarma el reciente aumento de mensajes cargados de odio y de figuras públicas que deshumanizan a las personas migrantes, así como a otros grupos minoritarios", expresaron. Instaron a los Estados a "promover y adoptar políticas de tolerancia, diversidad y visiones pluralistas". Y advirtieron que "las empresas de medios tradicionales y de redes sociales deberían ejercer la debida diligencia para garantizar que no pongan a disposición plataformas para el discurso de odio o para la incitación al odio y la violencia"[3].

Muchas personas tienden a usar el concepto más extendido: noticias falsas o fake news, que fue elegida la palabra del año en 2017 por el diccionario británico Collins, por su impacto a nivel internacional, y que la define como "información falsa, a menudo sensacionalista, diseminada bajo la apariencia de noticia". Según Jonathan Zittrain, cofundador del Centro

---

[1] 2017 Claire Wardle y Hossein Derakhshan: 'Trastorno de información: hacia un marco interdisciplinario para la investigación y la formulación de políticas' Leer más: https://www.europapress.es/sociedad/noticia-informe-encargado-consejo-europa-alerta-amenaza-representa-desinformacion-mundo-20171031174624.html

[2] Ibidem

[3] https://acnudh.org/expertos-onu-alerta-frente-a-discursos-de-odio-en-medios-sociales/

Internet and Society Berkan Klein de la Universidad de Harvard, la clave de este concepto es la intencionalidad, es decir, que se trate de noticias intencionadamente falsas.[4]

Pero no todo el mundo está de acuerdo en el uso de este concepto. Por un lado, algunas voces críticas aseguran que se trata de una noción muy politizada; un claro ejemplo es el uso que el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, hace de él, refiriéndose a los medios de comunicación que son contrarios a sus políticas como los "Fake News Media". Claire Wardle, una de las autoras del estudio, no apoya el uso del término fake news ya que considera que "los políticos lo han convertido en un arma contra los medios independientes y gratuitos que les hacen rendir cuentas"[5], y su utilización con ese objetivo puede llegar a constituir una amenaza al legitimo ejercicio del periodismo, más cuando se le pretende enfrentar con restricciones a la libertad de información.

José Luis Orihuela[6], aconseja enfocar el problema como trastornos de la información (Information Disorders) o patologías de la información (Information Pathologies), en lugar de noticias falsas o bulos (fake-news). Explica que el "término fake-news resulta demasiado ambiguo para un fenómeno crecientemente complejo, que incluye la descontextualización espacial o temporal de noticias, el humor, los memes, los errores, la manipulación política y la alarma social".[7]

El informe del Consejo de Europa advierte que las noticias falsas son sólo uno de los fenómenos que subyacen bajo un paraguas conceptual más amplio que pretende caracterizar el panorama informativo actual: el trastorno informativo. En su lugar, los autores de este informe proponen distinguir entre los siguientes conceptos, que aseguran conforman el actual panorama de desorden informativo en el que vivimos:

Desinformación (Dis-information), se trata de información falsa creada deliberadamente para herir a una persona, un grupo social, una organización o un país.

Información errónea (Mis-information), aquella información que, aun siendo falsa, no ha sido creada con la intencionalidad de causar daño.

Información nociva (Mal-information), información que es cierta, pero que sí se ha usado intencionadamente para causar daño a una persona, grupo social, organización o país.

El Parlamento Europeo en 2020 advirtió que, con el fin de abordar adecuadamente el problema, esta terminología debe armonizarse y respetarse cuidadosamente"[8]

---

[4] https://ajuntament.barcelona.cat/bcnvsodi/es/noticias-falsas-desinformacion-y-discurso-odio-como-navegar-desorden-informativo/

[5] Claire Wardle: "el contexto de infodemia hace que el periodismo sea más necesario que nunca" - Comunicación - Focus UPF (UPF)

[6] Es profesor de Comunicación Multimedia en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra en Pamplona

[7] Trastornos de la información (mejor que fake-news) | by Jose Luis Orihuela | Medium

[8] Considerando H y T del INFORME sobre las injerencias extranjeras en todos los procesos democráticos de la Unión Europea, en particular la desinformación | A9-0022/2022 | Parlamento europeo (europa.eu)

Así, en este contexto de trastorno informativo, tanto la información veraz como la falsa puede ser usada con fines desinformativos, en un panorama en el que no sólo hay que tener en cuenta la materia prima (el contenido), sino también las motivaciones de los actores que lo crean y lo distribuyen (intencionalidad), y los mecanismos de filtrado de información y de difusión de la información.

En primer lugar, en cuanto a la forma, este año 2022, el Parlamento Europeo aclara que "la manipulación de la información puede adoptar muchas formas, la propagación de desinformación y noticias totalmente falsas, la distorsión de hechos, la supresión de determinadas informaciones u opiniones, la práctica de sacar la información de contexto la manipulación de plataformas de redes sociales y de sus algoritmos, términos y condiciones y sistemas publicitarios, las personalidades e identidades falsas, la organizaciones y medios de comunicación falsos o interpuestos, las narrativas y manifestaciones de opinión, la manipulación de los sentimientos de las personas, la incitación al odio, la promoción de ciertas opiniones a expensas de otras y el acoso a las personas para silenciarlas, acceso indebido a información sobre los votantes e interferir en la legitimidad del proceso electoral, entre otras, tácticas que se combinan a menudo para tener un mayor efecto", advirtiendo que hay una fina línea entre la libertad de expresión y la promoción del discurso de odio y la desinformación que no debe cruzarse"[9],

En segundo lugar, en cuanto a las intenciones, el Grupo de Delitos Telemáticos de la Guardia Civil de España, clasifica noticias falsas en tres tipologías, en función precisamente de la intencionalidad que hay detrás de cada una: las que buscan generar alarma social, las que buscan obtener ganancias económicas y las que simplemente buscan reafirmar unos ideales específicos. La desinformación discriminatoria responde a una finalidad ideológica, que encajaría con la tercera tipología, aunque en ocasiones se puede sumar también una voluntad de generar alarma social o un interés económico.

En tercer lugar, a la motivación debemos sumar un catalizador sin el cual no existiría este fenómeno: la viralidad. La expansión de Internet y las redes sociales como fuente de información principal hace que determinados contenidos, verdaderos o falsos, den la vuelta al mundo en pocos minutos. El Instituto de Ingeniería del Conocimiento de España, explica que las noticias falsas se propagan debido a que aprovechan sesgos cognitivos de los seres humanos para que, paradójicamente, nos resulten más atractivas que las noticias verdaderas, a saber**:** el sesgo confirmatorio y el razonamiento motivado. En virtud del primero, tendemos a filtrar la información que nos llega quedándonos con aquella que refuerza nuestras creencias previas**,** y descartamos aquella que nos desafía. Debido al segundo, tendemos a buscar argumentos y conclusiones que concuerdan con nuestras creencias**,** en vez de buscar

[9] Considerando H y T del INFORME sobre las injerencias extranjeras en todos los procesos democráticos de la Unión Europea, en particular la desinformación | A9-0022/2022 | Parlamento europeo (europa.eu)

argumentos que las contradicen.[10] Por ello, el 1% de las noticias falsas más difundidas llegan a entre 1.000 y 100.000 personas, mientras que las noticias veraces rara vez llegan a más de 1.000 personas[11].

En cuarto lugar, en relación con los sistemas de filtrado de información, otro de los procesos que interviene en este fenómeno es la burbuja informativa, que se produce cuando las empresas encargadas de filtrar y ordenar la información que recibimos en las redes sociales seleccionan los contenidos en función de nuestros gustos, y no de la veracidad y calidad de la información que se nos presenta. Eso provoca muy a menudo que a través de buscadores como Google o en las redes sociales más populares, como Facebook y Twitter, nos aparezcan mezcladas informaciones periodísticas de calidad con otras que no provienen de fuentes confiables ni contrastadas.

En quinto lugar, en relación con los mecanismos automatizados de difusión de la información, los bots - **"**entidades automatizadas que usan sistemas de programación de lenguaje natural para poder simular muchas veces las formas que tienen de comunicarse los humanos a nivel de lenguaje"**[12]**- constituyen otro instrumento presente en medios y plataformas digitales que amplifican la desinformación. Inicialmente, estos sistemas trataban de responder a preguntas que hacían las personas y reaccionaban a las acciones que hacían estas. Pero hoy, hay bots que no interactúan, sino que hacen publicaciones, sea porque están programadas para ello, bien porque están automatizadas, es decir, son manejas por medio de robots, pero siempre hay una persona que por detrás está controlando las cosas que publica el robot [13]. Aunque la inteligencia artificial está en permanente evolución, los bots se pueden identificar y reducir por medio de la tecnología, mediante algoritmos y el trabajo de distintas personas que identifica patrones que se asemejen con los usados por bots. [14]

Los daños que genera la desinformación se centran en la producción de una alteración de la percepción de realidad en los destinatarios de tales actos de desinformación, que conducen a decisiones de las personas que no son libres sino producto de su manipulación emocional. Por medio de ellas se apela y se movilizan los sentimientos humanos de miedo, odio, esperanza, tristeza, etc. para conseguir actos o decisiones de las personas convenientes para los intereses particulares de personas o grupos de personas, sean éstos, sólo el objetivo de

---

[10] Instituto de Ingeniería del Conocimiento de España: "Impacto de las feake news en política: ¿Cómo funcionan las noticias falsas en redes sociales?" https://www.iic.uam.es/innovacion/como-se-viralizan-noticias-falsas-algoritmos-bots-sociales/

[11] Ibidem.

[12] Lionel Brossi, académico de la Facultad de Comunicación e Imagen y director del Núcleo Inteligencia Artificial y Sociedad. https://www.uchile.cl/noticias/189047/bots-de-twitter-que-son-como-funcionan-y-en-que-nos-afectan

[13] Ibidem A veces puede estar programada o a veces puede ser una especie de Cyborg, es decir, ser automatizada, "pero siempre hay una persona que por detrás está controlando las cosas que publica el robot",

[14] Ibidem. Surgen iniciativas que buscan disminuir su incidencia como la cuenta @BotCheckerCL**,** que mediante algoritmos y el trabajo de distintas personas identifica patrones que se asemejen con los usados por bots. "Lo que hacen los bot checkers es mezclar lo que tú puedes programar para buscar un bot y eso hacerlo un bot**.** La gente suele ponerle nombres como Schwarzenegger por Terminator, porque al final es un robot que viene a detener a otros robots"

producir miedo o pánico en la ciudadanía; u objetivos como promover alteraciones en el orden público, favorecer la acción de grupos delictuales; producir daño a la imagen de una persona o empresa[15]; intentar perjudicar a personas que postulan a empleos o a cargos de elección popular[16], influir en las decisiones políticas de las persona en procesos electorales y /o político sociales. Estos efectos se repiten independientemente de la temática de la noticia, aunque en las noticias de corte político es en dónde se han visto efectos más pronunciados.

En el ámbito de la actividad política, sabemos que el acceso libre a información independiente, pluralista y de calidad, es el requisito básico para que los ciudadanos puedan ejercer sus libertades y derechos y constituye el pilar de cualquier sistema democrático moderno. En el año 2017 en Chile, de acuerdo con el diario El Mercurio, se identificaron las noticias falsas más vistas en Twitter, Facebook y YouTube, utilizando BuzzSumo, una plataforma digital que se ocupa de realizar un análisis de tu contenido en internet, "se detectaron 20 sitios web que crearon por lo menos 80 noticias falsas entre enero y noviembre de 2017, que fueron compartidas, vistas o leídas 3.507.083 veces", precisando que las noticias falsas más compartidas son "aquellas relacionadas con política" y que, "en medio de la campaña presidencial surgieron portales que publicaron notas en contra de los candidatos presidenciales, algunos de los cuales incluso pertenecen a los mismos administradores, lo que hace pensar en que su creación pueda tener un fin político deliberado. También dieron cuenta de que existía "otro grupo de notas relacionadas con farándula, desastres naturales y promulgación de leyes o feriados ficticios, que se pueden leer en páginas con un fin comercial, ya que ganan dinero con cada clic"[17].

En octubre del año 2019, ocho noticias falsas circularon profusamente en medio de las protestas sociales en Chile[18]. En octubre del 2021, a 24 días de las elecciones presidenciales, parlamentarias y de consejeros regionales, circularon desinformaciones respecto del proceso

---

[15] El Mercurio: "Falsas noticias para hundir negocios: Los competidores son los principales impulsores de las 'fake news' contra las empresas en las redes sociales. Contagia e infecta a las empresas, se ceba en determinados sectores de la economía y busca descaradamente hundir negocios y obtener rédito económico. Es la información falsa que corre como la pólvora y se viraliza con brutal inmediatez. Tanto que las compañías comienzan a incorporar protocolos y equipos entrenados para hacerles frente. Y con un objetivo claro: neutralizar estos virus informativos lanzados para dañar productos, servicios y acabar con la reputación de las empresas". https://elpais.com/economia/negocios/2021-09-27/falsas-noticias-para-hundir-negocios.html

[16] "El 28 de noviembre de 2017, en medio de la segunda vuelta de la campaña presidencial, Roberto Ampuero posteó en su cuenta de twitter un pantallazo sacado de la cuenta del presidente de Venezuela, Nicolás Maduro, donde publicó su incondicional apoyo a "Alejandro Guillier, el precandidato bolivariano a la presidencia de Chile". El comentario en la red social del entonces asesor de Sebastián Piñera registró 599 comentarios, 886 retweets, 452 me gusta y más de 6 notas en la prensa tradicional. Sin embargo, esa cuenta de Twitter de Maduro era falsa y el supuesto mensaje dirigido a Guillier databa del 15 de noviembre de 2016. https://interferencia.cl/articulos/chilezuela-la-fake-news-que-llevo-pinera-la-moneda

[17] Ibidem El diario informó que *El austral.digital, lacrema.la y datochile.*com son tres sitios web que durante meses publicaron noticias políticas; que las noticias falsas de los tres sitios sumaron más de dos millones de interacciones (visitas, "me gusta" y compartidos, etc.); que sus dominios fueron registrados fuera de Chile: dos en Panamá y uno en Laos, con un proveedor de dominios que permite que la identidad del administrador no sea revelada y servidores de alta potencia; que los tres aparentan ser medios de comunicación, y los 3 se crearon en septiembre del 2017, en días consecutivos. "En ellos se pueden ver noticias falsas de los candidatos presidenciales Alejandro Guillier y Sebastián Piñera, y también de los excandidatos Beatriz Sánchez y Marco Enríquez-Ominami. "

[18] 8 noticias falsas que circulan en medio de protestas sociales en Chile (cnnchile.com)

electoral, poniendo en duda la seguridad del recuento de votos. El Presidente del SERVEL debió salir públicamente a desmentir que la institución usara "un software español o venezolano para el conteo de voto", y a aclarar que "un eventual fraude del SERVEL sería un despropósito ineficaz, ya que sería siempre corregido por el escrutinio del Tribunal Calificador de Elecciones»[19]. En marzo el año 2022 una encuesta de la ONG Derechos Digitales y Datavoz reportó que un 58% de las personas recibieron información falsa sobre la Convención Constitucional, que la mayoría de los encuestados prefirieron utilizar las redes sociales como Facebook**,** Twitter**,** Instagram **(**66%) para informarse sobre la Convención Constitucional. Le siguen la televisión (55%) y los diarios o revistas en internet (52,4%). Y que *consultados* sobre el medio por el cual se enteraron por primera vez de esta noticia, que posteriormente fue fals*a,* "la mayoría mencionó redes sociales (48%). televisión (21%) y diarios online (9%)." [20] En julio del 2022, MEGANOTICIAS informó por twitter que la empresa chilena Adexus S.A., contratada por SERVEL para datacenter de cómputos de plebiscito de salida "se encuentra vinculada" al caso Odebrecht. El Servicio Electoral de Chile debió declarar públicamente que ello era falso, e hizo un "llamado a los medios de comunicación, a que antes de hacerse eco de versiones malintencionadas o que denotan un profundo desconocimiento, verificar la información con SERVEL, añadiendo que "versiones como esta sólo dañan el prestigio del sistema electoral chileno, el que cuenta con confianza transversal, lo que fortalece nuestra democracia".[21]

En otro ámbito, en Chile se han debido desarrollar – aunque escazas- acciones públicas como la campaña ejecutada por la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior junto al Consejo para la Transparencia, en enero del año 2022, preocupados por la difusión de noticias falsas en situaciones excepcionales, creando la campaña #NoTeDejesEngañar, cuyo objetivo fue promover ciudadanos informados a través de canales oficiales en lo relativo a la gestión de desastres o las diversas amenazas que pueden afectar al país.[22] . La iniciativa se realiza "como una forma de reducir el impacto de la desinformación y noticias falsas o engañosas en situaciones de emergencia, que perjudican la adecuada comunicación de riesgo"[23], "promover el fortalecimiento del acceso a información verificable a través de canales oficiales"[24] y "desincentivar el consumo y circulación de mensajes provenientes de cuentas parodia u otras fuentes no oficiales –como supuestos "adivinos"- que dicen tener la

[19] "En un extracto de un video que publicado en Twitter el abogado Raúl Meza señala que para el conteo de votos en Chile estaba licitada una empresa determinada "que extrañamente en los países que opera este sistema está arrasando la izquierda en todas las elecciones tanto en Latinoamérica como en países europeos». Una plataforma de información dedicada a la verificación de hechos publicó los datos de la empresa verdaderamente contratada desmintiendo la información". Servel no ocupa un software español ni venezolano para el conteo de votos (malaespinacheck.cl)

[20] . El sondeo fue efectuado entre el 22 de enero y 7 de febrero con 1.413 entrevistas web a personas mayores de 18 años residentes en el territorio nacional https://www.cnnchile.com/constituyente/encuesta-informacion-falsa-convencion-constitucional_20220411/

[21] Declaración sobre contratación de empresa a cargo de cómputos – Servicio Electoral de Chile (servel.cl)

[22] Campaña #NoTeDejesEngañar: ONEMI y el Consejo para la Transparencia se unen para promover una ciudadanía informada | ONEMI: Ministerio del Interior y Seguridad Pública -ONEMI: Ministerio del Interior y Seguridad Pública -

[23]Presidenta del Consejo para la Transparencia (CPLT), Gloria de la Fuente.

[24] Ibidem

capacidad de predecir catástrofes o publican contenidos inapropiados que pueden confundir a la ciudadanía.[25]

REGULACIÓN COMPARADA SOBRE DESINFORMACIÓN O NOTICIAS FALSAS

El 16 de junio 2022 ha entrado en vigor el Código de Buenas Prácticas contra la Desinformación**,** pactado por la Comisión Europea **con** las grandes empresas tecnológicas**,** a las que se han adherido compañías como Google**,** Meta**,** Twitter**,** TikTok **y** Microsoft**,** así como empresas de publicidad en internet y la comunidad de verificadores de hechos cuya creación propuso la Comisión en 2018. Contiene 44 compromisos y 128 medidas específicas en los siguientes ámbitos. 1) Desmonetización: garantizar que los proveedores de desinformación no se beneficien de los ingresos publicitarios, evitando las plataformas la colocación de publicidad junto a la desinformación, así como la difusión de publicidad que contenga desinformación. 2) Transparencia de la publicidad política, comprometiendo a los signatarios a implementar medidas de transparencia más estrictas, permitiendo a los usuarios reconocer fácilmente los anuncios políticos al proporcionar un etiquetado más eficiente, comprometiéndose a revelar el patrocinador, la inversión publicitaria y el período de visualización. 3) Garantía de la integridad de los servicios, reduciendo el comportamiento manipulador utilizado para difundir desinformación, como cuentas falsas, amplificación impulsada por bots, suplantación de identidad, falsificaciones profundas maliciosas, y revisión periódica la lista de tácticas, técnicas y procedimientos (TTP) empleados por actores malintencionados. 4)Empoderar a los usuarios, a través de herramientas mejoradas de inteligencia artificial para reconocer, comprender y marcar la desinformación, para acceder a fuentes autorizadas, y a través de iniciativas de alfabetización mediática. En particular, prácticas de diseño seguras para limitar la propagación de la desinformación y garantizar una mayor transparencia de sus sistemas de recomendación.

En ALEMANIA, el Parlamento aprobó en 2017 una ley, en contra de la publicación en redes sociales de discursos de odio, pornografía infantil, terrorismo e información falsa. (NetzDG). Los destinatarios de esta normativa son los proveedores de servicios de telemedia que cuentan con plataformas con fines de lucro en internet que sustenten redes sociales, como Facebook y Twitter para que los usuarios pueden compartir o poner a disposición del público cualquier contenido, siempre que tengan más de dos millones de usuarios registrados. Dispone que debe establecerse e informarse un procedimiento para recibir quejas y la entrega de un informe bianual, dando cuenta de las herramientas utilizadas para contrarrestar los contenidos ilícitos en sus plataformas. La red social debe eliminar los contenidos “claramente ilícitos” e impedir el acceso a ellos, en un plazo de 24 horas desde la

[25] Ibidem

presentación de la correspondiente queja. Sin embargo, se cuestiona que no se contemple un mecanismo de revisión judicial, que da pábulo a la presión gubernamental por la censura sobre los proveedores comerciales de las plataformas.

En FRANCIA, en 2018 se aprobó la Ley orgánica N ° 2018-1201 relativa a la lucha contra la manipulación de la Información[26] centrada en la lucha contra la manipulación de la información falsa en las redes digitales durante los procesos eleccionarios. Corresponde a tribunales detener la difusión de la información únicamente en caso de que la inexactitud o naturaleza engañosa de la información o el riesgo de afectar la veracidad de la información sean manifiestas. Las plataformas digitales están obligadas a transparentar las tarifas que cobran para distribuir contenidos (auspiciados o de campaña) y aquellas plataformas que excedan un cierto volumen de conexiones diarias, tiene la obligación de designar un representante legal en Francia y publicar en el país sus algoritmos.

En ESPAÑA, el regulador catalán-Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC)-, ha generado una serie de acciones, poniendo énfasis en proteger a menores y al público general, de contenidos nocivos, de discursos que inciten al odio, la violencia y el terrorismo. Un Informe realizado por el CAC durante 2018, que analiza información falsa en Internet, demuestra que este tipo de información referidas a temáticas de género refuerzan la discriminación hacia las mujeres[27] Especial cuidado han puesto en difundir criterios para identificar cuando se está ante información falsa, dirigido a la familia y sus hijos[28].

En CANADÁ, en enero de 2019, el gobierno anunció una serie de acciones para fortalecer su sistema electoral, que involucra a los Ministerios de Instituciones Democráticas, Seguridad Pública y Defensa Nacional y se centra en cuatro pilares:1) Informar a los ciudadanos sobre las prácticas de engaño en las plataformas en línea; 2) Alentar a las plataformas sociales y digitales a implementar medidas para aumentar la transparencia y reducir la desinformación; 3) Mejorar la coordinación entre los organismos gubernamentales responsables de identificar amenazas, tácticas y vulnerabilidades; 4) Prevención de actividades clandestinas o delictivas por parte de actores extranjeros que puedan interferir en los procesos electorales, incluso mediante la creación de un "grupo de trabajo sobre seguridad y amenazas de inteligencia para las elecciones".

En países latinoamericanos, como Uruguay o Argentina, la experiencia se ha centrado en acciones ciudadanas de proyectos colaborativos para apoyar los procesos de verificación de noticias, con aliados del mundo público-.En Argentina , en mayo de 2020 se presentó ante el Congreso de la Nación el Proyecto de Ley S-0848/2020 que “busca proteger y defender a

[26] https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000037847559&categorieLien=id
[27] https://www.cac.cat/es/actualitat/primer-informe-del-cac-fake-news-internet-muestra-que-las-noticiasfalsas-genero
[28] Esta iniciativa se encuentra en la página del proyecto eduCAC, el que prioriza la promoción de la educación mediática.https://www.educac.cat/families/fake-news-com-les-podem-detectar

aquellas personas humanas que sean víctimas o se hayan visto afectadas por publicaciones de noticias falsas o discursos de odio, en las plataformas de proveedores de servicios de redes sociales, sea la persona afectada usuaria o no del servicio”[29].

En Chile, hasta ahora, no se cuenta con acciones y un procedimiento expedito de cómo contrarrestar la manipulación de las audiencias en las redes sociales. Si bien hay normativa punitiva preexistente, es mínima y no ofrece mecanismos cautelares inmediatos de remoción de contenidos atentatorios de las plataformas, salvo en lo que respecta a la responsabilidad de los prestadore de servicios de internet para la protección de los derechos de autor.

IDEAS MATRICES Y CONTENIDOS

Partiendo de la base de que el acceso a una información independiente, pluralista y de calidad es un bien público requisito básico para que los ciudadanos puedan ejercer sus libertades y derechos y pilar de cualquier sistema democrático moderno, la moción tiene como ideas fundamentales establecer algunos mecanismos para disminuir los trastorno de la información a las que se encuentran expuestas las personas por publicación o difusión de contenidos falsos o discursos de odio en plataformas de proveedores de servicios digitales, sea la persona afectada usuaria o no del servicio. Y proteger a las personas que sean víctimas o se hayan visto afectadas por publicaciones de contenidos falsos o discursos de odio.

Para ello, se estima necesario, primero , aclarar conceptualmente los principales fenómenos que generan el llamado trastorno de la información de modo de sentar las bases para una adecuada comprensión del fenómeno , y a partir de allí regular diferentes mecanismos, obligaciones y sanciones para disminuir los trastorno de la información para las empresas de proveedores de servicios de internet y para toda persona que cree, publica y difunda desinformación, información errónea, nociva, ilícita o discursos de odio.

1. En relación con las plataformas digitales de proveedores de servicios de internet, se establece la obligación de implementar el procedimiento que la moción propone para recibir quejas, plazos para bajar contenidos, revisión judicial en caso de dudas, y multas en caso de incumplimiento. También, las obligaciones de transparentar las tarifas que cobran para distribuir contenidos, de publicar en el país sus algoritmos y el uso de bots, de designar un representante legal en Chile para aquellas plataformas que tengan conexiones significativas en el país.

[29] Rodriguez Saa: Proyecto de ley sobre protección y defensa por publicaciones de contenido ilegal en plataformas de proveedores de servicios de redes sociales - fake news-. Número de expediente 848/20 https://www.senado.gob.ar/parlamentario/comisiones/verExp/848.20/S/PL

2. Respecto del sistema político, se propone excluir del concepto de propaganda electoral a todas aquellas acusaciones, imputaciones o noticias que puedan alterar la sinceridad de las votaciones difundidas mediante plataformas digitales. Asimismo, se prohíbe la propaganda electoral a través del telemarketing o mensajería instantánea masiva. Y se regulan conductas reparatorias de la verdad y la fe pública, a la vez que sanciones políticas y penales para todo actor político que incurran en esas prácticas, incluidos los candidatos a cargos de elección popular, entre ellas, la inhabilitación en el proceso electoral en curso.

3.Finalmente, se modifica el Código Penal para insertar nuevas figuras penales que tipifican los delitos de entrega y/o difusión de contenidos falsas, contenidos automáticos sin transparentar, y el de creación de perfiles, cuentas o sitios falsos con el objetivo de generar alarma social, obtener ganancias económicas o simplemente reafirmar unos ideales específicos. Además, de agregar sanciones tendientes a reforzar la protección de la fe pública cuando estos delitos son cometidos por autoridades o funcionario público, candidatos a elección popular o quienes detentan cargos de elección popular.

4. El Proyecto de Ley referente a contenidos falsos trasciende el presente para abordar cuestiones esenciales de futuro en la sociedad digital. En un mundo cada vez más interconectado, la proliferación de información falsa y engañosa representa un desafío que amenaza la integridad de la democracia misma. A medida que la tecnología evoluciona, es crucial anticiparse a las posibles amenazas y perturbaciones que podrían surgir en el ámbito de la libertad de expresión y opinión. Este proyecto, al enfocarse en la veracidad de la información y en la promoción de prácticas responsables de difusión, se adelanta a los obstáculos que podrían surgir en un entorno de creciente intercambio digital.

5. La relación con los desafíos de la libertad de expresión radica en la necesidad de preservar este derecho fundamental en un contexto donde la información circula a una velocidad vertiginosa y puede ser manipulada con facilidad. Si bien es vital garantizar la libertad de expresión, también es imperativo asegurarse de que esta libertad no se convierta en una herramienta para difundir deliberadamente información falsa que pueda socavar el tejido democrático. El proyecto aborda la complejidad de mantener un equilibrio entre el respeto a la dignidad humana, la diversidad de opiniones y la protección contra la desinformación perjudicial.

6. En última instancia, el proyecto trae a colación temas fundamentales de futuro y democracia al establecer un marco para abordar la desinformación y sus implicaciones en la sociedad moderna. Al enfrentar esta problemática de manera proactiva, se contribuye al desarrollo de un entorno digital en el que la confianza en la información se preserve, la libertad de expresión se ejerza responsablemente y los valores democráticos se fortalezcan en la era de la información.

Debido a todo lo anteriormente expuesto, venimos en presentar el siguiente proyecto de ley:

PROYECTO DE LEY

ARTÍCULO 1º. OBJETO. La presente ley tiene por objeto disminuir los trastornos de la información a las que se encuentran expuestas las personas por creación, publicación o difusión, promoción o financiamiento de contenidos falsos, nocivos, o ilegales, o discursos de odio en plataformas digitales y proteger a las personas o grupos de personas que hayan visto afectadas por estas publicaciones o sean víctimas de discursos de odio, sean o no usuaria de las plataformas y/o servicios digitales.

ARTÍCULO 2. DEFINICIONES. Con el fin de cumplir con los objetivos de esta ley se entenderá por trastornos de la información, la existencia de alguno o varios de los siguientes contenidos ilícitos, en cualquier espacio informativo:

a) Desinformación. Toda información falsa creada y/ o difundida deliberadamente para dañar a una persona, un grupo social, una organización o un país, presentada en formatos de noticia, video, imagen, música, símbolos, o una combinación de ellos.

Pueden tener fin generar alarma social, obtener ganancias económicas o simplemente reafirmar unos ideales específicos.

Pueden constituir noticias totalmente falsas, una combinación de hechos reales y falsedad, distorsión de hechos, información deliberadamente incompleta, la práctica de sacar la información de contexto, la supresión de determinadas informaciones u opiniones, la manipulación de contenidos en plataformas digitales por medio de mecanismos de inteligencia artificial, el filtrado abusivo de información por medio de los términos y condiciones pare el uso de la plataformas y sistemas publicitarios, la creación de personalidades e identidades falsas, la organizaciones y medios de comunicación falsos o interpuestos.

b) Información errónea. Toda información que, aun siendo falsa, no ha sido creada y/o difundida con la intencionalidad de causar daño, presentada en forma de noticia, video, imagen, música, símbolos, o una combinación de ellos.

c) Información nociva. Toda información que es verdadera, pero que se ha usado intencionadamente para causar daño a una persona, grupo social, organización o país, entregada en forma oral o escrita y presentada en forma de noticia, video, imagen, música,

símbolos, o una combinación de ellos. Por ejemplo, información que fue creada para ser entregada en espacios íntimos y es publicada, o contenidos que pueden perjudicar el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes como la pornografía entre adultos, la violencia, el consumo de drogas, o contenidos que puedan contribuir a agravar trastornos alimentarios como la anorexia y la bulimia.

d) Información ilegal. Todo contenido que no está permitidos legalmente. Es ilegal su producción, difusión, almacenamiento y consumo, lo que, sin embargo, no lo hace inaccesibles. Entre ellos, la apología del terrorismo, la pornografía infantil, la provocación o incitación al odio, la difamación claramente maliciosa, el acoso, o las infracciones a los derechos de autor.

e) Discurso de odio: Es el uso de una o más formas de expresión específicas de *f*omento, promoción o instigación del odio, la humillación o el menosprecio de una persona o grupo de personas, así como el acoso, descrédito, difusión de estereotipos negativos, estigmatización o amenaza con respecto a dicha persona o grupo de personas y la justificación de esas manifestaciones por razones de raza , color, ascendencia, origen nacional o étnico, condición de migrante o desplazado, edad, discapacidad, lengua, religión o creencias, sexo, género, identidad de género, orientación sexual , y otras características o condición personales, realizadas y/o difundidas públicamente y que puede incitar actos de violencia, intimidación, hostilidad o discriminación en contra de esas o grupos de personas.

El término “expresión” se refiere a los discursos orales y publicaciones en cualquiera de sus formas, incluyendo el uso de los medios electrónicos y su difusión y almacenamiento y presentada en forma de noticia, imagen, música, símbolos, o una combinación de ellos, o el uso de conductas específicas como gestos para comunicar una idea, mensaje u opinión. Incluye la negación, trivialización, justificación o la excusa o trivialización pública de delitos de genocidio, delitos de lesa humanidad o delitos en caso de conflicto armado cuya comisión haya sido comprobada tras recaer sentencia los tribunales o el enaltecimiento de las personas condenadas por haberlos cometido.

Utilizar estereotipos negativos se refiere a aplicar a un miembro o miembros de un grupo de personas una creencia generalizada sobre las características de los que pertenecen a dichos grupos considerándolos a todos ellos de forma negativa sin tener en cuenta las características particulares de un miembro o miembros afectados directamente.

Se excluye del concepto de discurso de odio, cualquier forma de expresión, informes o análisis realizados de forma objetiva, fundado en datos y evidencias y con una narrativa coherente, que simplemente ofenden, dañan o molestan.

ARTÍCULO 3°. OBLIGACIONES DEL ESTADO. Los órganos del Estado velarán por

el respeto a los derechos humanos y la protección de la democracia en la creación, alojamiento transmisión y difusión en las plataformas digitales con el fin de disminuir el impacto de la desinformación, la información errónea o nociva, y los discursos de odio en la sociedad, atendiendo a los estándares establecidos por los órganos especializados del sistema internacional de derechos humanos en lo que respecta a la identificación de los diferentes trastornos de la información, estrategias de afrontamiento, estándares de transparencia, rendición de cuentas, garantías mínimas de un debido proceso, e información al usuario por parte de los gobiernos y las empresas.

Los órganos del Estado, dentro de sus competencias, velarán por el estricto cumplimiento de las obligaciones que establece esta ley, y promoverán:

1. La información clara y sencilla a las personas sobre el fenómeno de los trastornos de información y los discursos de odio en las plataformas digitales, sus diferentes formas y el perjuicio que causan.

2. El uso de estándares de conducta y buenas prácticas por parte de los prestadores de servicios digitales con el fin de prevenir la ocurrencia y reducir los impactos de los trastornos de la información.

3. La existencia de mecanismos de prevención y canales públicos y expeditos de denuncias para la denuncia ciudadanía de conductas y prácticas de desinformación en el ámbito público y privado.

4. Una mejor coordinación entre los organismos gubernamentales responsables de la educación, las telecomunicaciones, la transparencia, los procesos eleccionarios, la seguridad interior y exterior, para identificar amenazas, tácticas y vulnerabilidades de desinformación, manipulación de la información, y discursos de odio, e implementar alertas y respuestas oportunas y eficaces.

5. La alfabetización digital, entendida como la habilidad para localizar, analizar, organizar, entender y evaluar información utilizando tecnología digital, principalmente en las escuelas, organizaciones de la sociedad civil y funcionarios públicos, tendiendo a especialmente dirigida a la formación de hiperlectores.

6. La existencia de alianzas y mecanismos de colaboración con organismos no gubernamentales especializados en verificación de contenidos y con comunidades confiables de verificadores, tendiendo a la educación, detección y denuncia de la presencia de trastornos

de la información que puedan afectar la convivencia social, la veracidad de los discursos públicos, la integridad de los procesos democráticos.

ARTICULO 4°. PRESTADORES DE SERVICIOS SUJETOS A ESTA LEY. Prestador de servicio significa a efectos de lo dispuesto en esta ley, una empresa proveedora de transmisión, enrutamiento o conexiones para comunicaciones digitales en línea, sin modificación de su contenido, entre puntos especificados por el usuario del material que selecciona, o una empresa proveedora u operadora de instalaciones de servicios en línea o de acceso a redes.[30]

Quedan obligadas por esta ley los prestadores de servicios en las plataformas digitales que ofrecen servicios en Chile y tengan una conexión sustancial con el país, entendiéndose que la tiene cuando el prestador tenga un establecimiento en Chile o en ausencia de dicho establecimiento, cuando tenga un número significativo de usuarios. [31]

Los prestadores de servicios que tengan una conexión sustancial con el país, pero no tengan un establecimiento en Chile, designarán, por escrito, a una persona física o jurídica como su representante legal, y establecerán un punto único de contacto que permita la comunicación directa, por vía electrónica y en español, con las autoridades del Estado.

Los prestadores de servicios digitales mandatarán a sus representantes legales en el país como destinatarios de las comunicaciones enviadas por las autoridades del Estado y el cumplimiento y la ejecución de las decisiones que éstas adopten en relación con la presente ley. Y otorgarán a su representante legal las facultades y los recursos necesarios para cooperar con las autoridades del Estado, entre ellas, la de ser emplazado en juicio.

Se podrán exigir responsabilidades al representante legal designado por el incumplimiento de las obligaciones estipuladas en la presente ley, sin perjuicio de la responsabilidad del prestador de servicios y de las acciones legales que puedan iniciarse contra este.

ARTÍCULO 5°. PRINCIPIO DE NEUTRALIDAD EN LA RED Y CONTENIDOS ILICITOS. La ley reconoce y protege la neutralidad en la red prohibiendo el bloqueo, la interferencia, la discriminación, el entorpecimiento y la restricción del derecho de cualquier usuario para utilizar, enviar, recibir u ofrecer cualquier contenido, aplicación o servicio legal a través de Internet, así como cualquier otro tipo de actividad o uso legal realizado a través de la red.

---

[30] Artículo 5°, letra y), **ley 17.336 sobre propiedad intelectual**

[31] Articulo 2 letra d) REGLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO relativo a un mercado único de servicios digitales. Bruselas, 2020. IMMC.COM%282020%29825%20final.SPA.xhtml.1_ES_ACT_part1_v2.docx (europa.eu)

Son contenidos y usos ilícitos no amparados por el principio de neutralidad, la desinformación, la información errónea, la información ilegal y los discursos de odio en los términos definidos en el artículo 2° de esta ley.

Son admisibles el filtrado y el bloqueo de contenidos específicos de esa naturaleza, así como la suspensión o la cancelación de cuentas de usuarios determinados si la actividad ilícita fuere repetitiva.

ARTÍCULO 6º. MEDIDAS DE RESTRICCIÓN DE CONTENIDOS ILÍCITOS.

Las medidas de filtrado o bloqueo de contenidos y las de suspensión o cancelación de servicios deben ser cuidadosamente diseñada y claramente limitada, de modo tal que impacten exclusivamente el contenido reputado ilícito, sin afectar otros contenidos o usuarios que merecen la protección que otorga la libertad de expresión. Las personas o grupos de personas que enfrentan discriminación se considerarán en riesgo de que sus contenidos sean restringidos o eliminados debido a campañas discriminatorias o procesos de moderación sesgados, y, por lo tanto, deben estar especialmente protegidas.

En ningún caso se pueden imponer medidas ex-ante que impidan la circulación de cualquier contenido que tenga presunción de cobertura.

Los sistemas de filtrado de contenidos impuestos por los proveedores de servicios comerciales que no sean controlados por el usuario final constituyen una forma de censura previa y no representan una restricción justificada a la libertad de expresión e información.

ARTÍCULO 7º - RECEPCIÓN DE QUEJAS Y PROCEDIMIENTO. Los prestadores de servicios sujetos a esta ley deberán:

1. Disponer de una política y un procedimiento transparente de reclamación y bloqueo eliminación de contenidos y suspensión o eliminación de servicios para todas las personas, sean o no usuarias de los servicios, publicadas de manera permanente y destacada en sus plataformas.

2. Proporcionar en sus plataformas digitales una herramienta de fácil acceso que permita realizar la queja correspondiente por la existencia y difusión de uno o varios contenidos ilícitos específicos. La queja podrá ser presentada por el afectado, sea usuaria o no del servicio, o por cualquier persona interesada en la veracidad y no manipulación de la información en el espacio público.

3. La herramienta de denuncia debe permitir contacto directo entre el denunciante y el proveedor de servicios, y facilitar la entrega de toda la información requerida para acreditar la ilicitud del contenido.

4. Bloquear de manera inmediata la publicación cuestionada una vez recibida la queja y, en el mismo acto, superponer con un fondo negro la expresión: "publicación observada".

5. Dentro de un plazo de 48 horas contados a partir de la recepción de la queja, determinar si la publicación observada es de contenido ilícito conforme a lo establecido en el artículo 2º de la presente ley, los antecedentes entregados por el denunciante y la indagación que el prestador de servicios realice.

6. Recibida la queja se avisará al denunciado, quién a través de la misma herramienta, podrá presentar las pruebas correspondientes que acrediten la licitud de su publicación.

7. Establecido la ilicitud del contenido, la expresión "publicación observada" deberá ser reemplazada, de manera permanente por la alerta "noticia falsa", debiendo a la vez, notificarse al denunciante y al usuario denunciado la decisión debidamente fundada.

8. Tratándose de publicación considerada discurso de odio, se reemplazará de manera permanente dicha publicación con la expresión "discurso de odio".

9. En el supuesto de determinarse la licitud del contenido, se procederá a retirar la expresión referida en el numeral 2 y a desbloquear la publicación.

10. En caso de que la decisión del prestador de servicio no se encuentre debidamente fundada o el denunciante o denunciado no estime objetivos los criterios utilizados para la calificación del contenido, podrá recurrir de ante la Corte de Apelaciones competente, la que resolverá conforme al procedimiento establecido en el auto acordado de la Corte Suprema para la tramitación del recurso de protección. Pudiendo la Corte mantener la calificación de "publicación observada" o adoptar otra medida cautelar que estime procedente.

ARTÍCULO 8º. INFORME ANUAL. Los proveedores de servicios que reciban más de cincuenta quejas por año deberán elaborar un informe en idioma español y publicarlo en su plataforma, dentro de un plazo de treinta días corridos de finalizado el año calendario. El informe será de libre acceso y estará disponible de forma permanente. Deberá contener información, al menos de:

1. El número de quejas recibidas en el período y los denunciantes distinguiendo entre las efectuadas por personas naturales o jurídicas.
2. Los contenidos observados y el porcentaje de quejas acogidas y desestimadas y sus autores.
3. Los contenidos observados bloqueadas o eliminados, distinguiendo el tipo de contenido.
4. Las cifras de reclamaciones manifiestamente infundados, y sus autores.
5. Las variaciones e incrementos de contenidos ilícitos y reclamaciones manifiestamente infundadas con relación al año anterior.
6. La gravedad de los usos indebidos y sus consecuencias.

ARTÍCULO 9°. TRANSPARENCIA EN EL USO DE INSTRUMENTOS AUTOMATIZADOS. Los prestadores de servicios deben transparentar a los usuarios, de forma sencilla y visible, el uso de instrumentos automatizados y la adopción de decisiones en las siguientes esferas:

1. Moderación del contenido o uso de inteligencia artificial para examinar el contenido y las cuentas y determinar si deben eliminarse; cuales son los procesos utilizados para realizar revisiones cuando el contenido es marcado por los usuarios u otros sujetos.

2. Clasificación de contenidos en listas de relevancia y descenso de posiciones, o uso de inteligencia artificial para promover ciertos contenidos por encima de otros, como en las clasificaciones de los resultados de las búsquedas, y para bajar la clasificación de ciertos contenidos, como la información errónea o el *clickbait*, técnica que incita visitas a la web para aumentar ingresos publicitarios.

3. Selección y distribución de anuncios: el uso de inteligencia artificial para segmentar y seleccionar grupos específicos de usuarios y distribuirles anuncios.

4. Recomendaciones de contenido y sugerencias de autocompletar, o uso de inteligencia artificial para recomendar contenido como videos, publicaciones y palabras clave a los usuarios en base a sus perfiles de usuario y su comportamiento pasado.

ARTÍCULO 10°. TRANSPARENCIA SOBRE LA PUBLICIDAD EN LÍNEA. La publicidad en línea puede contribuir a generar riesgos significativos si los anuncios publicitarios son en sí mismos contenidos ilícitos, si incentivan económicamente la publicación o amplificación de contenidos y actividades ilícitos, o por la presentación

discriminatoria de publicidad que afecte a la igualdad de trato y oportunidades de las personas.

Los prestadores de servicios que presenten publicidad en sus interfaces en línea indicarán a los destinatarios del servicio, por cada anuncio publicitario concreto presentado a cada destinatario específico, de manera clara e inequívoca y en tiempo real:
a) Que la información presentada es un anuncio publicitario;
b) La persona física o jurídica en cuyo nombre se presenta el anuncio publicitario;
c) Información significativa acerca de los principales parámetros utilizados para determinar el destinatario a quién se presenta el anuncio publicitario.

ARTÍCULO 11º. CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo anterior, las personas naturales o jurídicas que proceden los datos o informaciones a los que hace referencia la presente ley, deberán elaborar un Código de Buenas Prácticas sobre la Desinformación, para eliminar los riesgos de creación y difusión de contenidos falsos o discursos de odio.
Deberá considerar en su elaboración, al menos los siguiente indicadores:

a) **Transparencia y Responsabilidad**: sus esfuerzos para combatir la desinformación y a informar a los usuarios sobre cómo abordan el problema; y procesos claros para abordar la desinformación en sus plataformas.
b) **Visibilidad y Calidad del Contenido**: medidas técnicas para mejorar la visibilidad del contenido confiable y reducir la visibilidad de la desinformación; para intercambiar información y cooperar en la lucha contra la desinformación.
c) **Educación de Usuarios y Empoderamiento**: para la educación mediática y digital para ayudar a los usuarios a identificar y evitar la desinformación; proporcionarles información y herramientas para tomar decisiones informadas sobre la información que consumen.
d) **Monitoreo y Medición**: para implementar un marco de monitoreo sólido para evaluar la implementación del código y su impacto en la reducción de la desinformación; y proporcionar acceso a datos y herramientas para medir la calidad de la información en sus plataformas.
e) **Cooperación y Colaboración**: colaborar con otros actores y partes interesadas en la lucha contra la desinformación, intercambiando información y buenas prácticas.
f) **Auditorías Independientes**: considerar mecanismos para verificar su cumplimiento con las medidas del código.

Los sujetos obligados al cumplimiento de artículo informarán anualmente al Ministerio de Ciencia y Tecnología, y a las Comisiones de Desafíos del Futuro de ambas Cámaras del Congreso Nacional, sobre la implementación del referido Código de Buenas Prácticas, las

incidencias que de su aplicación se produjeren, incluyendo si procediere, las sugerencias sobre adecuación legal o reglamentaria sobre la materia.

ARTÍCULO 12º. SANCIONES. El incumplimiento de las obligaciones establecidas en esta ley por parte de los prestadores de servicio podrá ser reclamado ante la Corte de Apelaciones competente, la que resolverá conforme al procedimiento establecido en el auto acordado de la Corte Suprema para la tramitación del recurso de protección, y será sancionado con una multa de 100 a 1000 Unidades Tributarias Mensuales de acuerdo con la naturaleza de la infracción.

En caso de reincidencia, las multas se duplicarán. Sin perjuicio de ello, en caso de grave reiteración, la Corte podrá suspender o cancelar el servicio.

Deberá además pedir disculpas públicas y realizar, a su costa, la publicación de un extracto del fallo, en el mismo medio y con las mismas características en las que publicó o difundió el contenido ilícito, en un plazo no mayor a 5 días hábiles de la certificación de la ejecutoriedad del fallo.

Estas sanciones se aplicarán con prescindencia de la responsabilidad civil o penal que pudiere imputarse a los infractores.

ARTÍCULO 13º. RESPONSABILIDAD DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS ANTE LOS TRASTORNOS DE INFORMACIÓN. Los prestadores de servicios de internet no serán responsable ni obligados a indemnizar el daño causado, en la medida que cumplan con las condiciones previstas en los artículos 85 L a 85 U de la Ley N ° 20.435 que establecen obligaciones para limitar tal responsabilidad, conforme a la naturaleza del servicio prestado. En estos casos, los prestadores de servicio sólo podrán ser objeto de las medidas prejudiciales y judiciales a que se refiere el artículo 85 R.

ARTÍCULO 14º. MODIFICASE EL CÓDIGO PENAL EN EL SIGUIENTE SENTIDO:

1) **Agréguese nuevo Artículo 193 bis del siguiente tenor:**

"Comete delito de difusión de contenidos falsos o discursos de odio el que maliciosamente elabore, difunda, promocione, financie o utilice en plataformas digitales contenidos ilícitos definidos en los términos establecidos en las letras a), c) y d) del artículo 2 de la ley que protege a las personas y a las instituciones de la desinformación y los discursos de odio, que cause o pueda causar alarma pública o daño a personas o grupos determinados, y será sancionado con la pena de presidio menor en su grado mínimo a medio y multa de cinco a

diez unidades tributarias mensuales”.

Constituye una agravante la comisión del delito mediante la creación de perfiles, cuentas o sitios falsos.

Deberá pedir disculpas públicas y realizar, a su costa, la publicación de un extracto de la sentencia judicial condenatoria, en el mismo medio y con las mismas características en las que publicó o difundió el contenido ilícito, en un plazo no mayor a 5 días hábiles contados desde la certificación de la ejecutoriedad del fallo.

2) **Agréguese nuevo Artículo 193 ter del siguiente tenor:**

El candidato o candidata a un cargo de elección popular que incurra en la conducta descrita en el artículo 193 bis, quedará además inhabilitado para el proceso electoral en curso y no podrá postular a cargos de elección popular durante cinco años”.

3) **Agréguese nuevo Artículo 193 quáter del siguiente tenor:**

“El que ejerciendo una función pública o un cargo de elección popular incurra en la conducta descrita en el artículo 193 bis, será sancionado con la pena de presidio menor en su grado medio, multa de 10 a 100 Unidades Tributarias Mensuales, suspensión del cargo por el periodo que dure la condena y privación del cincuenta por ciento de su remuneración.

Deberá pedir disculpas públicas y realizar la publicación a las que se refiere el inciso final del artículo 193 bis.

ARTÍCULO 15º. MODIFICASE LA LEY N º 18.700 ORGÁNICA CONSTITUCIONAL SOBRE VOTACIONES POPULARES Y ESCRUTINIOS EN EL SIGUIENTE SENTIDO:

Agregase los siguientes incisos tercero y cuarto nuevos al artículo 31:

En ningún caso se considerará como propaganda electoral aquellos contenidos ilícitos definidos en los términos establecidos en las letras a), c) y d) del artículo 2 de la ley que protege a las personas y a las instituciones de la desinformación y los discursos de odio, creados, difundidos, promocionados o financiados a través de plataformas digitales, que causen o pueda causar daño a personas o grupos determinados o a afectar la sinceridad de la próxima votación.

Se prohíbe la realización de propaganda electoral vía telemarketing en cualquier horario, así como la mensajería instantánea masiva, sin el consentimiento expreso del destinatario.

ARTÍCULO 16º. MODIFICASE LA LEY N º 19.884 SOBRE TRANSPARENCIA, LÍMITE Y CONTROL DEL GASTO ELECTORAL EN EL SIGUIENTE SENTIDO:

Agregase el siguiente artículo 29 bis nuevo del tenor que sigue:

"El que, durante el período legal de campaña electoral, a sabiendas, cree, difunda, promocione o financie contenidos ilícitos definidos en los términos establecidos en las letras a), c) y d) del artículo 2 de la ley que protege a las personas y a la democracia de la desinformación y los discursos de odio, a través de plataformas digitales, será sancionado con la pena de presidio menor en su grado mínimo a medio y multa de 10 a 100 UTM.

Deberá pedir disculpas públicas y realizar la publicación a las que se refiere el inciso final del artículo 193 bis.