

INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS CAMPAÑAS POLÍTICAS:
¿ATENTADO CONTRA LA DEMOCRACIA? LIMITACIONES
POR PRIMERA ENMIENDA A REGULACIONES
DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

ARTÍCULO

LUIS J. MARÍN MARTÍNEZ*

El contexto político es uno de esos
escenarios en los que sería especial-
mente “peligroso” que el gobierno
fuera árbitro de la verdad.¹

INTRODUCCIÓN..... 465

I. CAMPAÑAS POLÍTICAS COMO MECANISMO PARA ACCEDER AL PODER..... 467

 A. *Profesionalización de campañas políticas* 468

 B. *Ética en campañas políticas* 469

II. USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL..... 470

III. INTERSECCIÓN ENTRE LA PRIMERA ENMIENDA Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL 476

 A. *La Constitución de Estados Unidos y la primera enmienda* 476

 B. *La primera enmienda y los deepfakes*..... 478

 C. *El derecho al voto, derechos del elector y los deepfakes* 479

IV. REGULACIONES ANTE INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA PROTEGER
 LA DEMOCRACIA..... 481

V. RETOS Y LIMITACIONES DE LAS REGULACIONES A LA EXPRESIÓN ANTE IA..... 484

CONCLUSIÓN..... 486

INTRODUCCIÓN

La democracia, que en su definición más básica se describe como el poder del pueblo, por el pueblo y para el pueblo, ha enfrentado diversos retos a lo largo de la historia política contemporánea. Cada país tiene su sistema de gobierno, que puede tener varia-

* Estudiante de cuarto año de la Escuela de Derecho de la Universidad de Puerto Rico. Además, posee una maestría en Comunicación Política y Gobernanza Estratégica de *The George Washington University*.

¹ *Kohls v. Bonta*, No. 2:24-cv-02527 JAM-CKD, 2024 U.S. Dist. LEXIS 179933, en la pág. *15 (E.D.Cal. 2 de octubre de 2024).

ciones prácticas dependiendo de sus costumbres particulares. Por ejemplo, la democracia puede tener sus variaciones plasmadas en el ordenamiento jurídico. En el caso de Puerto Rico, al igual que en Estados Unidos, el sistema de gobierno se presume democrático toda vez que existe un derecho al voto consagrado en nuestra Constitución y existen distintas libertades y protecciones frente al Estado. Las bases de nuestro sistema democrático se fundamentan en que la voluntad del pueblo es la fuente del poder público, donde el orden político está subordinado a los derechos del hombre y donde se asegura la libre participación del ciudadano en las decisiones colectivas.² Aunque se reconoce que la democracia va mucho más allá de una elección, el hecho de que se someta el proceso a elecciones abiertas enmarca una oportunidad para que el elector pueda ejercer su derecho. El que en nuestro sistema jurídico exista una democracia representativa requiere que cada cuatro años, por disposición constitucional, se acuda a las urnas a elegir quien definirá el rumbo a seguir del país.³ Esto, de entrada, requiere que los candidatos se postulen y realicen su oferta al país. De esta manera, se acude a un área de la ciencia política combinada con estrategias de mercadeo conocido como el *marketing político*. El *marketing político* es una disciplina que ha sido ampliamente analizada en las últimas décadas.⁴ Incluso, al día de hoy puede ser vista como una profesión.⁵ Este concepto establece como base una estructura organizacional para poder identificar intereses del elector y así ajustar los planteamientos de los candidatos a esos intereses. Esto resulta conflictivo debido a que se entiende que se disfraza una realidad para proyectar una percepción. Como si fuera poco, en la actualidad se han estado desarrollando tecnologías que mal utilizadas pueden facilitar el disfrazar o generar la “realidad”.

Por esto, es imperativo reflexionar cómo la inteligencia artificial (en adelante, “IA”) afecta todas las facetas de la vida diaria. La IA representa un reto, no tan solo para el área de las comunicaciones, del derecho o la salud, sino también para el sistema democrático. Es decir, la democracia en este momento enfrenta un reto enorme ante la tecnología. Esto se debe a que utilizando plataformas de IA se puede recurrir a la práctica peligrosa de intimidar o engañar a un elector y, por consiguiente, generar desinformación. La desinformación en un sistema político es un mal que genera desconfianza, y por tanto, atenta directamente contra la legitimidad de los procesos políticos. Por esto, a continuación discutiremos cómo el uso indebido de la IA en las campañas políticas representa un peligro para *We the People* y puede impactar positiva o negativamente, como mismo lo reconoce la propia IA. Veamos. Le preguntamos a *ChatGPT* si: “¿La inteligencia artificial puede afectar la democracia?”. A continuación, su respuesta:

La inteligencia artificial (en adelante, “IA”) puede afectar la democracia de diversas maneras, tanto positivas como negativas:

2 CONST. PR pream.

3 CONST. PR art. VI, §4.

4 Ester Guijarro Tarradellas, *El Marketing Político*, UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA (6 de febrero de 2025), <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/53303/Marketing%20pol%C3%ADtico.pdf>.

5 Mauricio de Vengoechea, *La consultoría política como profesión*, COMPOLITICA, (6 de febrero de 2025), <https://compolitica.com/la-consultoria-politica-como-profesion/>.

1. *Desinformación*: La IA puede ser utilizada para crear y difundir noticias falsas o contenido engañoso, lo que puede influir en la opinión pública y afectar procesos electorales.
2. *Manipulación de datos*: Algoritmos avanzados pueden analizar grandes volúmenes de datos para segmentar y manipular audiencias específicas, lo que podría llevar a una polarización política.
3. *Acceso a la información*: La IA puede mejorar el acceso a la información, permitiendo a los ciudadanos estar más informados y participar activamente en el proceso democrático.
4. *Transparencia y rendición de cuentas*: Herramientas de IA pueden ayudar a monitorear la actividad gubernamental y la financiación de campañas, promoviendo la transparencia.
5. *Participación ciudadana*: La IA puede facilitar plataformas de participación ciudadana, donde los ciudadanos pueden expresar sus opiniones y participar en decisiones políticas.
6. *Desigualdades*: Si la IA se utiliza de manera desigual, podría acentuar las desigualdades existentes en la sociedad, afectando la equidad en la representación y la participación.

En resumen, la IA tiene el potencial de transformar la democracia, pero también presenta retos significativos que deben ser abordados para asegurar que su impacto sea positivo”.⁶

No se ha estudiado ampliamente el impacto del uso de la IA en las campañas políticas y cómo esto puede afectar la democracia. Por esa razón, en el presente artículo se abordarán nociones básicas sobre las campañas políticas, la IA, ejemplos de mal uso de la IA, cómo su uso indebido puede afectar la democracia, posibles consecuencias, reacciones en cuanto a legislación y las limitaciones legales que enfrentan a la luz de las protecciones de la primera enmienda. La IA puede provocar desinformación en todos los ámbitos, particularmente en el contexto político, por eso, es sumamente importante realizar un análisis interdisciplinario. Con esto, se intenta elaborar un artículo que arroje luz, pues “la democracia muere en la oscuridad”.⁷

I. CAMPAÑAS POLÍTICAS COMO MECANISMO PARA ACCEDER AL PODER

Las campañas políticas son ejercicios llevados a cabo por los partidos con el fin de promocionar su filosofía de gobierno, promover a su candidato y acceder al poder. La comunicación política utiliza como herramienta el *marketing político*.⁸ Este se define como

6 Open AI, Respuesta a “¿La inteligencia artificial puede afectar la democracia?”, CHATGPT (2024) <https://chat.openai.com/>.

7 *Democracy Dies in Darkness*, THE WASHINGTON POST, <https://www.washingtonpost.com/graphics/2019/national/democracy-dies-in-darkness/> (última visita 27 de marzo de 2025).

8 CALDERÓN SÁNCHEZ ET AL., MANUAL DE MARKETING POLÍTICO: ESTRATEGIAS PARA UNA CAMPAÑA EXITOSA 13-14 (2017).

un intento de “persuadir a los ciudadanos para que acudan a las urnas y voten por un candidato o partido concreto”.⁹ Para lograr esto, las campañas políticas establecen objetivos, los cuales pueden ser logrados estableciendo estrategias que le brinden concreción a los objetivos.¹⁰ Es decir, las estrategias otorgan la ruta a seguir para cumplir con los objetivos. La estrategia requiere de creatividad y permite diferenciación frente a la competencia.¹¹ La estrategia requiere de una investigación previa para que de esta manera se sustente, y se pueda llegar al elector.¹² De modo que toda campaña política debe estar sustentada en un proceso de investigación que proporcione información acerca de las características y situación actual de los principales actores y que refleje los intereses de los electores.¹³ De acuerdo con la investigación se desarrolla un mensaje, el cual constituye el eje central del plan de comunicación.

El mensaje en las campañas políticas tiene como elemento fundamental motivar al elector. Principalmente se recurre a exaltar los atributos positivos de un candidato; sin embargo, en ocasiones se emplean campañas negativas. Según Héctor Unzueta, “las campañas negativas se caracterizan por buscar el desprestigio del oponente con base en descalificaciones; el propósito es motivar a tomar una elección, cambiar la preferencia electoral o, en el extremo, que no se vote”.¹⁴ Este tipo de campaña es utilizado con frecuencia, pues “algunos consultores políticos coinciden en que la construcción de mensajes de ataque del candidato sobre su adversario puede llevarlo al triunfo electoral”.¹⁵ En su libro, Unzueta menciona que “[d]ependiendo los objetivos de la campaña, la coyuntura electoral a favor o en contra, entre otros elementos, los partidos políticos suelen recurrir a estas estrategias por medio de un discurso retórico-argumentativo que provoque la reacción de los electores”.¹⁶

A. Profesionalización de campañas políticas

“[L]a consultoría política es una profesión multidisciplinaria que procur[a] brindar herramientas de análisis para objetivizar al máximo el trabajo de un dirigente político, un partido, un gobierno o una asociación”.¹⁷ Al haberse identificado y desarrollado la consultoría política, las campañas políticas han evolucionado al punto de profesionalizarse.¹⁸ La profesionalización de las campañas políticas ha surgido en gran parte por integrar diversas materias, tales como: las comunicaciones (mercadeo y publicidad) y el derecho. Existen

9 *Id.* en la pág. 13 (citando a LOURDES MARTÍN SALGADO, *MARKETING POLÍTICO: ARTE Y CIENCIA DE LA PERSUASIÓN EN DEMOCRACIA* 22 (2002)).

10 *Id.* en la pág. 20.

11 *Id.*

12 *Id.* en la pág. 22.

13 *Id.* en la pág. 23.

14 HÉCTOR UNZUETA, *PRECEDENTES ELECTORALES DE 2018: UN ANÁLISIS DEL ADVERSARIO POLÍTICO EN LAS CAMPAÑAS NEGATIVAS* 51 (2021).

15 *Id.*

16 *Id.* en la pág. 53.

17 AUGUSTO REINA & MÁXIMO REINA, *EL ROL DEL CONSULTOR POLÍTICO EN CAMPAÑAS ELECTORALES* 6 (2015), <https://cdsa.aacademica.org/000-061/137.pdf>.

18 *Id.* en la pág. 2.

diversas leyes que regulan las campañas políticas, por lo que se requiere que quien asuma un rol de consultor este al tanto del derecho aplicable.

Por ejemplo, tanto en Estados Unidos como en Puerto Rico existe legislación que regula distintas áreas de las campañas políticas. En el caso de Estados Unidos, existe la *Federal Election Commission*.¹⁹ Esta comisión tiene poderes enumerados, tales como: requerir reportes escritos, poder de investigar, ordenar testimonios, entre otros.²⁰ Estos poderes se le han delegado a esta comisión con el propósito de hacer cumplir los derechos del elector. Entre los derechos del elector a nivel federal se encuentran: (1) no poder coartar el derecho al voto a ningún ciudadano que este calificado por ley; (2) no poder denegar el derecho al voto por un error u omisión, y (3) tampoco poder intimidar o coaccionar a un elector para interferir con su derecho.²¹

En el caso de Puerto Rico, se adoptó la *Ley para la fiscalización del financiamiento de campañas políticas en Puerto Rico*.²² Esta ley establece “como política pública [garantizar] a los ciudadanos un proceso electoral fundamentado en procedimientos que permitan el flujo de información a los electores y su ejercicio del derecho al voto en todo proceso electoral, de forma igual, directa, secreta, informada y libre de coacción”.²³ Esta ley tiene como enfoque central el financiamiento. Por otra parte, el *Código Electoral de Puerto Rico* es el estatuto que establece todo lo concerniente al proceso electoral, y a su vez, las prohibiciones y delitos electorales.²⁴ A modo de ejemplo, esta ley establece que “toda persona que obstruy[a], intimid[e], interrump[a] o ilegalmente intervenga con las actividades electorales de la Comisión, un partido político o comité de acción política, comité de campaña o agrupación de [candidatos] . . . incurrirá en delito grave”.²⁵

Estas disposiciones legales enmarcan un grado de control y regulación, que van acompañadas de que el consultor político tiene que conocer de comunicaciones para poder establecer objetivos, delinear estrategias, definir un mensaje y buscar ganar una elección, sin sucumbir a la coacción del elector. Es por esto que a medida que el elector se torna más atento y genera opinión pública se entiende necesario profesionalizar las campañas políticas de modo que puedan ser enfocadas y pensadas. Ante esto, como sociedad debemos aspirar a convertirnos en electores centrados en la búsqueda de la información y el análisis crítico. Esto, ante el reto de sobreabundancia de la información, que aunque no es del todo negativa, requiere mayor grado de discernimiento.

B. Ética en campañas políticas

¿El fin justifica los medios? Esta pregunta retórica es fundamental en todo momento, pero más aún a la hora de buscar influenciar políticamente. ¿Por qué? Porque influen-

¹⁹ 52 U.S.C. § 30106 (2018).

²⁰ *Id.* § 30107.

²¹ *Id.* § 10101.

²² Ley para la fiscalización del financiamiento de campañas políticas en Puerto Rico, Ley Núm. 222-2011, 16 LPRA §§ 621-634 (2021 & Supl. 2024).

²³ *Id.* § 621 nota.

²⁴ Código Electoral de Puerto Rico de 2020, Ley Núm. 58-2020, 16 LPRA §§ 4501-4863 (2021 & Supl. 2024).

²⁵ *Id.* § 4803.

ciando políticamente se puede fortalecer o debilitar la democracia. Si se debilita mediante desinformación y generación de una percepción que parece realidad se puede generar desconfianza y con esto, apatía. Estos problemas en la democracia generan disloques sociales.

El propósito de las campañas políticas es influenciar y conseguir apoyo, por tal razón es importante tener como punto de partida la ética en la comunicación política. Al menos esa es la aspiración: que quien busque influenciar lo haga sin intimidación y sin valerse de mecanismos tecnológicos que atenten contra la credibilidad de los procesos. En las campañas políticas, como mencionamos anteriormente, se desarrollan campañas negativas con el propósito de afectar al adversario. Esto puede ser identificando áreas de debilidad y resaltarlas, pero en ocasiones, hay quienes recurren a la difamación y como veremos más adelante, en valerse del uso de tecnologías para engañar.

A diferencia de la profesión legal en Puerto Rico, que cuenta con el *Código de Ética Profesional*,²⁶ no existe un equivalente para quienes se dedican a dirigir campañas políticas. Por tal razón, tampoco existe un mínimo de estándar de ética que rija las campañas políticas, si no que pende de la conciencia del individuo que dirige o maneja una campaña. Claro está, pueden existir algunas penalidades para quienes realicen determinados actos, como se discutirá más adelante.

Las campañas políticas requieren estar revestidas de ética, puesto que, como mencionamos anteriormente, deben tener el propósito de demostrar atributos, establecer una agenda colectiva, persuadir al elector para la consecución y el establecimiento del gobierno. En los sistemas democráticos, el gobierno requiere personas dispuestas a actuar con rectitud desde el inicio, y ese inicio es la campaña. Por esta razón, se deben establecer garantías democráticas en el contexto del uso de la IA en las campañas políticas y en el uso de estas tecnologías por individuos.

II. USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Ahora bien, estableciendo el propósito de las campañas políticas, de su profesionalización y de la necesidad de revestirlas de principios éticos podemos identificar un instrumento que cobra mayor importancia y relevancia en nuestra sociedad: la IA. Esto porque se ha realizado una integración de esta herramienta a todas las disciplinas de nuestra vida diaria.

En esta sección del artículo se hace una integración entre la disciplina de las campañas políticas y cómo el uso de la IA puede representar un reto enorme en la democracia. Esto, toda vez que se utilizan mecanismos tecnológicos para influenciar la población y, por consiguiente, trastocar la democracia.

Es importante reconocer que la IA resulta invaluable en determinados contextos, aunque presenta limitaciones en cuanto a precisión de resultados, capacidad de pensamiento crítico y creatividad.²⁷ Esta realidad, sin duda alguna, provocará legislaciones que regulen de cierta manera el uso en determinadas circunstancias.

²⁶ Cód. Étic. Prof. 4 LPRA Ap. IX (2022 & Supl. 2024).

²⁷ Carol M. Bast, *Artificial Intelligence and Ethics*, 50 RUTGERS COMPUTER & TECH L.J. 283 (2024).

La IA se define como cualquier tecnología capaz de permitir que una máquina realice tareas comúnmente vinculadas a procesos cognitivos humanos avanzados, como el aprendizaje a partir de la experiencia y la comprensión del lenguaje.²⁸ Estos programas han requerido inicialmente intervención humana, usando diseñadores de sistemas.²⁹ La IA incorpora el *machine learning*, un proceso en el que un algoritmo ajusta y mejora sus respuestas a partir de la experiencia obtenida mediante el análisis de grandes volúmenes de datos, con una interferencia humana mínima o inexistente.³⁰ Por otra parte, cabe añadir que al fin y al cabo, los programas de IA son desarrollados por humanos, lo que implica que reflejan inevitablemente sus idiosincrasias y sesgos.³¹ Es aquí donde surge la necesidad de vincular el tema de la ética con la IA.

A. Ética en el uso de la inteligencia artificial

La ética en su concepto de lo moralmente correcto entrelaza toda área de la vida humana, pues se basa en lo que se espera del ser humano. Por esto, autores han abogado por la incorporación de la ética en la IA. “[L]a ética en la IA debe incorporarse en todo el ciclo de vida del sistema de IA, empezando por su concepción y continuando por su desarrollo, y todo el tiempo que esté en uso”.³² La necesidad de incorporar la ética en esta industria surge a raíz del crecimiento de la tecnología y cómo continuará generando diversas reacciones. No tan solo reacciones positivas o negativas, sino reacciones de legislación porque a medida que siga creciendo, planteará diversos retos. En la actualidad vemos como se han planteado diversos retos en el campo educativo, en el ámbito legal, en las dinámicas sociales y en la democracia. Ante esto han surgido respuestas legislativas para atender este problema de raíz.

Actualmente existen diversas herramientas y modalidades de IA. En este artículo nos centraremos en los llamados *deepfakes*. La razón de enfocarnos en estos estriba porque, conforme a mi conocimiento, es la forma que más se puede afectar a otros con el uso de esta tecnología.

i. *Deepfakes* y su capacidad de desinformación

Los *deepfakes* pueden tomar la imagen, voz o apariencia de una persona y manipularla. Las tecnologías para alterar imágenes, videos o audios de forma realista y difícil de detectar están madurando rápidamente.³³ El resultado final es un video o audio que se ve real haciendo que parezca que alguien dijo o hizo algo. Aunque los *deepfakes* pueden ser creados con el consentimiento de alguien, la mayoría de las ocasiones se hace sin el

²⁸ Erica Friesen, *The Artificial Researcher: Information Literacy and AI in the Legal Research Classroom*, 26 LEGAL WRITING 241, 285-86 (2022).

²⁹ Bast, *supra* nota 27, en la pág. 286.

³⁰ *Id.* en las págs. 286-87 (citando a Philip Sales, *Algorithms, Artificial Intelligence and the Law*, 105 JUDICATURE 22, 24 (2021)).

³¹ Bast, *supra* nota 27, en la pág. 285.

³² *Id.* en la pág. 289 (traducción suplida) (citando a LANCE B. ELIOT, *ADVANCES IN GENERATIVE AI CHATGPT GPT-4 AND AI ETHICS* 5 (2023)).

³³ Bobby Chesney & Danielle Cintrón, *Deepfakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy and National Security*, CAL. L. REV. 1753, 1757 (2019) (traducción suplida).

consentimiento.³⁴ Esto de entrada genera un problema, ya que se utiliza la imagen o voz de una persona para alterar la realidad. Al hacer que parezca que alguien dijo o hizo algo en particular, puede afectar negativamente a las personas y comprometer su reputación.

“La capacidad de generar *deepfakes* persuasivos no se quedará en las manos de actores tecnológicamente sofisticados ni actores responsables”.³⁵ Las plataformas de IA para realizar *deepfakes* se seguirán democratizando y por consiguiente, popularizando. Con el crecimiento del volumen y la sofisticación de las investigación junto con el aumento en la accesibilidad de los servicios de *deepfakes*, surgirán herramientas que permitirán su difusión más allá de los expertos.³⁶

Es entonces donde se genera un dilema social en el cual se tiene que sopesar el acceso a la información y a plataformas tecnológicas debido que estas plataformas no tienen un control. El efecto de esto es que se genera un exceso de información, que por consiguiente puede generar desinformación, ya que no hay un filtro. A medida que se sigue profundizando, popularizando y perfeccionando estas tecnologías, es más difícil para la sociedad tener un crisol de discernimiento para determinar si lo que se tiene ante sí es real o no.

En el artículo *Deepfakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy and National Security*, los autores abordan fenómenos que ayudan a explicar por qué los *deepfakes* se tornan virales.³⁷ En primer lugar, se considera la dinámica “cascada de información”.³⁸ La cascada de información ocurre cuando las personas dejan de confiar en sus propios datos, y en su lugar, siguen lo que creen que otros han concluido de manera confiable, compartiendo esa información como si fuera propia.³⁹ Cuando esto sucede se genera una bola de nieve, y a medida que el ciclo se repite, se fortalece.⁴⁰

La segunda dinámica que atienden los autores es la tendencia natural de la propagación de información negativa y novel.⁴¹ Esto promueve circulación vital de *deepfakes*. Explican los autores que los rumores falsos alcanzan a las personas diez veces más rápido que las historias reales.⁴² Asimismo, el artículo establece que Facebook estima que sesenta millones de *bots* infestan su plataforma.⁴³ Añaden que los *bots* fueron los responsables de una porción sustancial de contenido político en las elecciones de Estados Unidos de 2016 y que pueden manipular los algoritmos.⁴⁴

34 *Id.* en la pág. 1758.

35 *Id.* en la pág. 1762.

36 *Id.* en la pág. 1763.

37 *Id.* en las págs. 1753-1819.

38 *Id.* en la pág. 1765.

39 *Id.*

40 *Id.* en las págs. 1765-66.

41 *Id.* en la pág. 1766.

42 *Id.* en la pág. 1767 (citando a Soroush Vosoughi et al., *The Spread of True and False News Online*, 359 SCIENCE 1146, 1148 (2018)).

43 Chesney & Cintrón, *supra* nota 33, en la pág. 1767 (traducción suplida) (citando a Nicholas Confessore et al., *The Follower Factory*, NY TIMES (27 de enero de 2018) <https://www.nytimes.com/interactive/2018/01/27/technology/social-media-bots.html>).

44 Chesney & Cintrón, *supra* nota 33, en la pág. 1767.

El tercer fenómeno que abordan los autores son las burbujas de filtro.⁴⁵ Estas se basan en que naturalmente nos rodeamos de información que confirman nuestras creencias.⁴⁶ Añaden que las burbujas de filtro pueden ser poderosas aislantes contra la información contraria.⁴⁷ Esto puede crear sesgos cognitivos comunes que pueden movernos a propagar falsedades lo que provoca la decadencia de la verdad.⁴⁸

Los *deepfakes* pueden utilizarse de diversas maneras para provocar daños nocivos a nuestra sociedad. Sin lugar a dudas tienen la capacidad de afectar a la sociedad en diversas vías, por ejemplo: audios falsos que *revelan* algún acto criminal por parte de un candidato a un puesto político, un video falso de autoridades anunciando misiles o contenido falso que podría involucrar material dañino a la campaña de un candidato.⁴⁹ Tal como estos, pueden existir otros ejemplos de *deepfakes* que afectan a la sociedad y pueden generar histeria colectiva. Como mencionamos anteriormente, la continua evolución de estas tecnologías ha permitido mayor acceso y se han ido perfeccionando, lo que poco a poco puede provocar que no se pueda discernir entre lo que es real o no. El incremento en uso de estas tecnologías es lo que provoca que surjan distintas voces abogando por regulaciones y por generar una nueva disciplina de estudio como lo es la *AI Ethics*.

ii. Ejemplos de *Deepfakes* para desinformar

La falta de ética en una campaña política junto a la falta de ética en el uso de IA conjuga uno de los retos recientes para la democracia. Es entonces cuando empieza a chocar el derecho a la libertad de expresión mediante la tecnología y el valor de tener una sociedad realmente informada. El uso de los *deepfakes* irá incrementando y será utilizada por quienes menos esperamos o por quienes deberían tener un estándar más alto de discernimiento al utilizarla. Incluso, los *deepfakes* podrán engañar a quienes menos esperamos en la medida en que se perfeccionan. A modo de ejemplo, en el caso de Estados Unidos, los *deepfakes* han representado un reto en el ámbito democrático de manera en que se han utilizado para generar endosos falsos y coaccionar mediante llamadas. Veamos.

a. Trump/Taylor Swift

Actualmente, Taylor Swift se considera una de las artistas más populares provocando una de las giras más exitosas de todos los tiempos con impactos de sobre 5,000 millones de dólares en las ciudades anfitrionas.⁵⁰ Por su parte, el presidente Donald Trump, en su búsqueda de la reelección, compartió imágenes de Taylor Swift que parecían ser un endo-

⁴⁵ *Id.* en la pág. 1768.

⁴⁶ *Id.*

⁴⁷ *Id.*

⁴⁸ *Id.*

⁴⁹ *Id.* en la pág. 1776.

⁵⁰ Christina Pazzanese, *So what exactly makes Taylor Swift so great?*, THE HARVARD GAZETTE (2 de agosto de 2023) (traducción suplida) <https://news.harvard.edu/gazette/story/2023/08/so-what-exactly-makes-taylor-swift-so-great/>.

so, manifestando “*I accept*”.⁵¹ Evidentemente no se trataba de un endoso real, sin embargo, para personas que no pueden discernir puede parecer serlo. En una entrevista, Trump expresó que no fue él quien creó las imágenes y que la IA puede ser muy peligrosa.⁵²

b. Consultor político de New Hampshire

Durante el 2024, residentes de New Hampshire recibieron una aparente llamada del Presidente de Estados Unidos, Joe Biden, en la cual se les aconsejaba a que no votaran en las primarias presidenciales y que guardaran su voto para la elección general de noviembre.⁵³ En la llamada utilizaron IA para simular la voz del presidente Biden con el propósito de variar la intención de voto de los electores.⁵⁴ Este *deepfake* se generó con el propósito de suprimir el voto y afectar la democracia. Además, se utilizó el número de teléfono de una figura prominente de New Hampshire.⁵⁵ Es decir, que se emplearon mecanismos para darle confiabilidad a la información que resultó ser falsa. Esto provocó que se refiriera el asunto al Secretario de Justicia de New Hampshire.⁵⁶ Además, las llamadas motivaron una demanda de parte de la Liga de Mujeres Votantes de los Estados Unidos contra Steve Kramer, quien fue el consultor político que orquestó el esquema de robollamadas con la voz simulada del presidente Biden.⁵⁷

iii. League of Women Voters of New Hampshire v. Steve Kramer

Según se alegó en la demanda, el 21 de enero de 2024, dos días antes de la primaria presidencial de New Hampshire, Steve Kramer envió miles de llamadas robotizadas a personas que pensaban que eran demócratas, entre ellas, las demandantes.⁵⁸ En la llamada se escuchaba una simulación de la voz del presidente Biden que urgía a los electores a no participar del proceso electoral.⁵⁹ Para hacer la llamada más creíble aparentaba provenir del número de una figura prominente asociada al partido demócrata en New Hampshire.⁶⁰

La acción presentada reclamaba violaciones a múltiples estatutos, entre ellos, la *Voting Rights Act*, la *Telephone Consumer Protection Act* y las leyes electorales de New Hampshire.⁶¹

⁵¹ Nicole Chávez, *Taylor Swift fake posted by Trump highlights challenges in AI misuse regulation*, CNN (24 de agosto de 2024) <https://www.cnn.com/2024/08/24/us/ai-content-laws-taylor-swift-trump>.

⁵² *Id.*

⁵³ Em Steck & Andrew Kaczynski, *Fake Joe Biden robocall urges New Hampshire voters not to vote in Tuesday's Democratic primary*, CNN (22 de enero de 2024) <https://edition.cnn.com/2024/01/22/politics/fake-joe-biden-robocall>.

⁵⁴ *Id.* (En el artículo se encuentra una grabación de las llamadas robotizadas en las que se simula la voz del presidente Joe Biden).

⁵⁵ *Id.*

⁵⁶ *Id.*

⁵⁷ *Demanda*, League of Women Voters of New Hampshire v. Steve Kramer, 2024 D.N.H. 092 (Núm. 1:24 Civ. 73).

⁵⁸ *Id.* en la pág. 1.

⁵⁹ *Id.* en las págs. 1-2.

⁶⁰ *Id.* en la pág. 2.

⁶¹ *Id.*

Los reclamos específicos fueron los siguientes: intimidación, amenaza y coerción de los votantes al amparo de la sección 11(b) de la *Voting Rights Act*,⁶² y difusión de llamadas telefónicas artificiales o pregrabadas ilegales según dispone la sección 272 de la *Telephone Consumer Protection Act*.⁶³ La parte demandada está compuesta por Life Corporation and Voice Broadcasting Corporation y Steve Kramer.⁶⁴ En la contestación a la demanda por una de las partes demandadas, se hace constar que Kramer admitió ser el único responsable y que Life Corporation and Voice Broadcasting Corporation no tenía conocimiento del contenido de la llamada previo al envío.⁶⁵ La parte demandante solicitó un interdicto para un cese a la distribución de robollamadas generadas con IA.⁶⁶ Plantean los demandados que los demandantes no reconocen las implicaciones de la primera enmienda al solicitar el interdicto. Entre las defensas de la parte demandada, se señala que las comunicaciones telefónicas son una vía fundamental para la libertad de expresión, y que la medida cautelar propuesta utilizaría un hacha para trazar la línea entre el discurso lícito y el ilícito sin paralizar el ejercicio de los derechos protegidos por los clientes telefónicos.⁶⁷

Posteriormente, el 25 de julio de 2024, el Departamento de Justicia Federal sometió una declaración de interés, ya que la controversia presenta preguntas importantes con respecto a la interpretación de la sección 11(b) de la *Voting Rights Act*.⁶⁸ El Departamento de Justicia analizó los reclamos de la parte demandante y concluyó, entre otras cosas, que los demandantes en su capacidad privada tienen una causa de acción legítima para realizar un reclamo al amparo de la *Voting Rights Act* y que las llamadas pueden constituir intimidación y coacción.⁶⁹ En una nota al calce de la declaración, se aseveró que el argumento de los demandados respecto a que la precitada sección 11(b) violenta la primera enmienda por regular de manera inadmisible la libertad de expresión es incorrecto.⁷⁰ El Departamento de Justicia estableció que la sección 11(b) está enfocada en la conducta mas no en el alcance de la expresión. Además, se señaló que, aun si la conducta prohibida por el estatuto estuviera comprendida por la primera enmienda, esta sobreviviría cualquier nivel de escrutinio porque está diseñada para promover un interés imperioso: el derecho fundamental al voto.⁷¹

Este caso, que aún está en etapas iniciales, podría ser una punta de lanza para abordar el tema de la IA y cómo esta influye en la democracia. Hasta el momento, Kramer no ha respondido a la demanda y la Corte denegó la moción de interdicto en el cual la parte demandante solicitaba el cese de la distribución de robollamadas con IA.

62 *Voting Rights Act*, 52 U.S.C. § 10307(b) (2018).

63 *Telephone Consumer Protection Act*, 47 U.S.C. §§ 227-272 (2018).

64 *Demanda*, *supra* nota 57, en la pág. 1.

65 *Moción de desestimación*, en la pág. 6, *League of Women Voters of New Hampshire v. Steve Kramer*, 2024 D.N.H. 092 (Núm. 1:24 Civ. 73) (Entrada núm. 76).

66 *Moción de interdicto preliminar*, *League of Women Voters of New Hampshire v. Steve Kramer*, 2024 D.N.H. 092 (Núm. 1:24 Civ. 73).

67 *Memorando en oposición a la moción enmendada de los demandantes solicitando interdicto*, en la pág. 29, *League of Women Voters of New Hampshire v. Steve Kramer*, 2024 D.N.H. 092 (Núm. 1:24 Civ. 73) (Entrada núm. 81).

68 *Declaración de interés de los Estados Unidos*, en la pág. 10, *League of Women Voters of New Hampshire v. Steve Kramer*, 2024 D.N.H. 092 (Núm. 1:24 Civ. 73) (Entrada núm. 86).

69 *Id.* en la pag. 11.

70 *Id.* en la pág. 15 n. 6.

71 *Id.* en la pág. 15.

Esta información es con respecto al caso de New Hampshire, no obstante, la controversia también fue investigada por la Comisión Federal de Comunicaciones (en adelante, “FCC”), la cual impuso una penalidad de seis millones de dólares a Kramer por perpetrar una campaña ilegal de llamadas automáticas dirigidas a potenciales votantes en aparente violación a la *Truth in Caller Id Act of 2009*.⁷² Para esto, la FCC emitió un comunicado en el cual hace constar que el esquema para enviar llamadas con un *deepfake* se hizo con un *software* público y 150 dólares.⁷³ Con esto, se refuerza que las plataformas de IA usadas sin ética pueden tener consecuencias negativas en la democracia. Por fortuna, actualmente existen algunos mecanismos para atender esta situación, los cuales se abordarán más adelante. Claro está, los esfuerzos de las legislaturas y de las agencias gubernamentales tienen un reto por delante: sobrepasar el crisol de la libertad de expresión en el contexto de las protecciones de la primera enmienda de la Constitución de Estados Unidos.

III. INTERSECCIÓN ENTRE LA PRIMERA ENMIENDA Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

El argumento de los demandados contra la solicitud de interdicto de cese de llamadas telefónicas automáticas plantea que la sección 11(b) va en contra de la primera enmienda, y del señalamiento en la intervención del Departamento de Justicia de que la precitada sección supera cualquier escrutinio, haciendo imperativo un análisis más profundo. Por tal razón, es necesario sentar las bases sobre el derecho al voto, la sección 11(b) y la primera enmienda de la Constitución de Estados Unidos, para analizar la inserción de los *deepfakes* en las campañas políticas y cómo afectan la democracia al incidir en los derechos del elector.

A. La Constitución de Estados Unidos y la primera enmienda

La primera enmienda de la Constitución de Estados Unidos, ratificada el quince de diciembre de 1791, protege la libertad de expresión.⁷⁴ Particularmente establece que: “[e]l Congreso no hará ley alguna por la que adopte una religión como oficial del Estado o se prohíba practicarla libremente, o que coarte la libertad de palabra o imprenta, o el derecho del pueblo para reunirse pacíficamente y para pedir al Gobierno la reparación de agravios”.⁷⁵ “[S]in embargo, el gobierno sí puede imponer regulaciones neutrales en tiempo, lugar y manera de expresión, siempre y cuando esa regulación sea la menos onerosa y no sea una regulación vaga”.⁷⁶ Los derechos contenidos en esta enmienda son altamente citados por los ciudadanos para vindicar derechos. Esto se debe a que contiene valores esenciales los cuales “pueden circunscribirse a cinco: la verdad, la democracia, la autorrealización o autonomía, la valentía cívica, y la desconfianza en el gobierno”.⁷⁷

⁷² FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION, FORFEITURE ORDER: IN THE MATTER OF STEVE KRAMER 1 (2024).

⁷³ *Id.* en la pág. 5.

⁷⁴ CONST. EE. UU. enm. I.

⁷⁵ *Id.* (énfasis suplido).

⁷⁶ Henry Damián Rodríguez Gracia, *Las redes sociales y la primera enmienda: censura gubernamental en la era digital*, 91 REV. JUR. UPR 119, 122 (2022).

⁷⁷ *Id.* en la pág. 123 (citando a PAUL HORWITZ, FIRST AMENDMENT INSTITUTIONS 27 (2013)).

Por tal razón, el Estado puede regular el contenido de la expresión, pero debe responder a un interés apremiante. Para poder vindicar derechos constitucionales es necesario que el Estado sea quien realiza una acción contra un individuo. Es decir, los derechos constitucionales se vindican y se exigen frente al Estado. En determinadas circunstancias, el Estado ha ampliado el alcance para que ciertos derechos sean exigidos entre ciudadanos. En cuanto a la expresión, este derecho es uno constitucional por virtud de la primera enmienda, por lo que es imperativo establecer los alcances de las expresiones y las excepciones a esa libertad de expresión.

En el contexto tecnológico, esto tiene una gran relevancia, ya que sus avances han puesto en manifiesto ciertas realidades que merecen análisis. Esto se debe a que, en esencia, toda actividad digital puede considerarse una forma de expresión.⁷⁸ La tecnología ha tenido la capacidad de evolucionar rápidamente al punto de hacer que se planteen distintas y novedosas controversias de derecho, como:

La tecnología informática digital interconectada ha sido elogiada por generar y difundir conocimiento, estimular la innovación, la competencia, el crecimiento económico impulsado por la eficiencia y la elección del consumidor, y se le atribuye el impulso de movimientos que buscan democracia, paz, justicia y equidad. También ha sido condenada por proliferar contenido objetable y peligroso de muchos tipos, generar enormes y poderosos monopolios, eliminar la privacidad, facilitar el fraude y la publicidad engañosa, brindar a los criminales nuevas herramientas y extender su alcance global y formas de evadir la aplicación de la ley, equipar a los terroristas y a las organizaciones antiestatales para reclutar nuevos adherentes a sus causas y expandir su poder para perturbar y dañar a aquellos cuyo estilo de vida desprecian.

....

Por ejemplo, la magia digital, a pesar de sus usos positivos casi mágicos, puede crear videos *deepfake* muy realistas que son intencionalmente, pero casi imperceptiblemente falsos. . . . Los aspectos de estos avances tienen implicaciones para la primera enmienda.⁷⁹

El caso de *Gertz v. Robert Welch*, resuelto en 1974, establece la distinción entre una figura pública y una figura privada para propósitos de difamación y libelo.⁸⁰ En estos tipos de acción, las figuras públicas tienen un estándar de probar malicia real, mientras que, para las figuras privadas el estándar es probar negligencia.⁸¹ Es entonces donde se puede empezar a enmarcar la discusión sobre si un *deepfake* podría facilitar la difamación. En el caso *Reno v. American Civil Liberties Union*, la Corte Suprema resuelve que la expresión en medios digitales tiene el mismo grado de protección bajo la primera enmienda que tie-

⁷⁸ Nicholas W. Allard, *Mad About the First Amendment, Our Beacon for Liberty, Equality and Democracy*, 61 WASH. L. J. 45, 55 (2021).

⁷⁹ *Id.* en las págs. 55-56 (traducción suplida).

⁸⁰ *Gertz v. Robert Welch*, 418 U.S. 323 (1974).

⁸¹ *Id.* en las págs. 334, 350.

nen los medios impresos.⁸² Con esto, podemos ver que los casos relacionados a la primera enmienda establecen estándares sumamente altos, en los cuales la Corte Suprema ha buscado preservar los valores anteriormente mencionados.⁸³ Las expresiones están y deben estar protegidas, pero esto nos debe llevar a reflexionar ¿hasta qué punto se permite que se utilicen las expresiones para difamar y causar daño a otra persona? Peor aún, utilizar la libertad de expresión para generar una “realidad alterna” y coaccionar electores. Esta actuación de utilizar tecnologías para difamar o alterar la realidad, desde mi punto de vista, podría constituir malicia real.

B. La primera enmienda y los deepfakes

Los *deepfakes* ponen en manifiesto un reto para la primera enmienda y, por consiguiente, para la democracia, debido a que generan expresiones que alteran realidades. Cabe destacar que, al principio de este artículo se expuso intencionalmente el rol del consultor político y la ética sobre cómo conducir una campaña para acceder al poder. Se estableció entonces que alguna estrategia puede estar revestida de campaña negativa para influenciar el voto, pero es muy distinto utilizar la voz o la imagen de una persona con cierta credibilidad para alterar un resultado. Esto, no tan solo afecta al elector o al ciudadano, sino también la voz o la imagen de la persona que se utiliza porque puede desinformar y afectar negativamente a quien se le produce un *deepfake* sin su consentimiento.

Para abordar el tema de la primera enmienda y los *deepfakes*, se establece un breve contexto de la primera enmienda cuando no existe una decisión de la Corte Suprema con respecto al uso de *deepfakes*. Por lo que se intenta manifestar una anticipación a qué haría la Corte Suprema si le llegara un caso que pone en manifiesto las controversias que pueden generar los *deepfakes*. Claro está, el caso de *League of Women Voters of New Hampshire* aborda de cierta manera la controversia del uso de *deepfakes* y la libertad expresión.⁸⁴ Sin embargo, todavía este caso no está resuelto. No obstante, este hecho no le resta a la necesidad de analizar lo que podría ser y lo que pudiera pasar ante la realidad de que las tecnologías transformativas siguen aumentando y popularizándose.

Entonces, abordemos sobre la expresión desde el contexto de los *deepfakes*. En el caso *United States v. Álvarez*, se establece que los individuos están protegidos por la primera enmienda cuando engañan a otras personas realizando expresiones falsas.⁸⁵ En dicho caso, Xavier Álvarez estableció que había ganado una medalla de honor congresional por su valentía en el campo de batalla, cuando en realidad no había servido en la milicia.⁸⁶ Se utilizó como base legal la ley conocida como *Stolen Valor Act*, la cual establecía que una persona que falsamente represente que ha ganado una medalla congresional incurría en un delito.⁸⁷ Esta ley fue declarada inconstitucional.⁸⁸ El juez Kennedy estableció que las mentiras de esta naturaleza están protegidas por la primera enmienda a menos que el go-

82 Reno v. American Civil Liberties Union, 521 U.S. 844 (1997).

83 Rodríguez Gracia, *supra* nota 76, en la pág. 123.

84 League of Women Voters of New Hampshire v. Steve Kramer, 2024 D.N.H. 092.

85 U.S. v. Álvarez, 567 U.S. 709 (2012).

86 *Id.* en la pág. 713.

87 *Id.* en las págs. 715-16.

88 *Id.* en las págs. 729-30.

bierno pueda demostrar que no son únicamente falsas, sino que también dañinas.⁸⁹ Ahora, imaginemos si Álvarez hubiese querido que la gente viera un video de la ceremonia en la que presuntamente el presidente Reagan le entregaba su medalla.⁹⁰ Para esto, bastaba con utilizar un sistema de *deepfake* para crear ese video y así poder desinformar *con evidencia*. Este ejemplo es una muestra de que una expresión legítima desde el punto de vista legal, acompañada de un *deepfake*, pueden ser dañinos y por consiguiente representar un reto para la democracia.

C. El derecho al voto, derechos del elector y los *deepfakes*

El derecho al voto es un derecho fundamental en nuestra sociedad dado que brinda legitimación y sentido al sistema democrático. No obstante, “nuestra democracia está en problemas, inundada con una cantidad de mentiras sin precedentes, algunas de ellas arrojadas por enemigos extranjeros que atacan nuestros procesos electorales, otras promocionadas por nuestros líderes, y millones difundidas por fuentes oscuras en el internet, especialmente, a través de las redes sociales”.⁹¹ Según palabras del presidente de la Corte Suprema, John Roberts, “[e]n nuestra época . . . las redes sociales pueden difundir rumores instantáneamente e información falsa a gran escala”.⁹² Esto es alarmante, ya que el voto en teoría y a modo aspiracional, debe ser informado. Aunque las expresiones estén protegidas, el problema está en que a medida en que evoluciona la tecnología, pueden ser acompañadas de *deepfakes* para hacer parecer que alguien dijo o hizo algo que en realidad no hizo. En el artículo *Rescuing Our Democracy by Rethinking New York Times Co. V. Sullivan*, se expone que:

A diferencia de las mentiras y la propaganda ordinaria, los *deepfakes* erosionan la creencia en cualquier cosa. Tal vez lo más preocupante sea el impacto que puede tener en la voluntad de los ciudadanos de confiar en lo que ven o escuchan, creando un electorado nihilista y desconectado que es incapaz de apreciar la información precisa cuando se le presenta.⁹³

Según menciona el Tribunal de Distrito Sur de Nueva York en *National Coalition on Black Civic Participation v. Wohl*: “El derecho al voto encarna la esencia misma de la democracia. Sin elecciones libres y justas, sin la influencia del miedo, los cimientos del gobierno democrático se desmoronarían”.⁹⁴ En dicho caso, se enfrentó a una controversia en la cual se tuvo que realizar un balance entre la protección de libertad de expresión de la primera enmienda y el derecho al voto.⁹⁵ Este caso también tiene una controversia parecida a *Lea-*

⁸⁹ *Id.* en las págs. 719, 729-30.

⁹⁰ Marc Jonathan Blitz, *Deepfakes and Other Non-Testimonial Falsehoods: When is Belief Manipulation (not) First Amendment Speech?*, 23 YALE J. L. & TECH., 161, 163 (2020).

⁹¹ David A. Logan, *Rescuing Our Democracy by Rethinking New York Times Co. v. Sullivan*, 81:5 OHIO ST. L. J. 759, 760 (2020) (traducción suplida) (citando omitidas).

⁹² *Id.* (traducción suplida) (citando a JOHN G. ROBERTS, JR., 2019 YEAR-END REPORT ON THE FEDERAL JUDICIARY 2 (2019), <https://www.supremecourt.gov/publicinfo/year-end/2019year-endreport.pdf>).

⁹³ Logan, *supra* nota 91, en la pág. 805 (traducción suplida)

⁹⁴ *National Coalition on Black Civic Participation v. Wohl*, 498 F. Supp. 3d 457, 464 (2020) (traducción suplida).

⁹⁵ *Id.*

que of Women Voters of New Hampshire, donde se utilizaron llamadas automáticas para influenciar a los votantes.⁹⁶ La diferencia de este caso es que el audio no fue un *deepfake* con la voz clonada de un tercero.⁹⁷

En *National Coalition on Black Civic Participation v. Wohl*, una organización de derechos civiles y votantes individuales registrados demandaron a Wohl por realizar llamadas automáticas que, según las conclusiones de derecho, tenían varias declaraciones falsas.⁹⁸ Las llamadas tenían el propósito de desalentar el voto por correo, generando una preocupación entre los electores.⁹⁹ Los demandados alegaron que la expresión comunicada por sus llamadas automáticas constituye un discurso protegido por la primera enmienda.¹⁰⁰ El Juez establece en la opinión mayoritaria “que las declaraciones falsas que desalientan a las personas a ejercer el derecho a votar podrían concebirse como exentas de la protección de la primera enmienda en su totalidad, pero la Corte Suprema no ha creado tal excepción”.¹⁰¹

La Corte hace un análisis de los derechos del elector contenidos en la sección 11(b) de la *Voting Rights Act*.¹⁰² Esta sección de la ley establece que ninguna persona intimidará, amenazará o coaccionará a ninguna persona en el ejercicio de su derecho al voto.¹⁰³ En la sentencia del Tribunal, se hace constar que las llamadas automáticas violaron la sección 11(b) por constituir una amenaza o intimidación.¹⁰⁴ Sobre el balance con la primera enmienda, se hace un análisis de escrutinio estricto debido a que la restricción es sobre el contenido.¹⁰⁵ Cuando se regula el contenido, el Tribunal debe considerar si una regulación de la libertad de expresión en sí misma establece distinciones basadas en el mensaje que transmite.¹⁰⁶ “El escrutinio estricto es el estándar de prueba más riguroso y menos utilizado por las cortes”.¹⁰⁷

Siendo así, la Corte hizo un balance entre los derechos de expresión protegidos por la primera enmienda y los derechos del elector bajo la *Voting Rights Act*.¹⁰⁸ Hasta el momento no hay una decisión de la Corte Suprema en la cual invalide esa sección de la Ley, sin embargo, sí se ha interpretado que una amenaza no constituye una expresión protegida. Por eso, este caso se centra en la amenaza en particular.¹⁰⁹ En el caso de *League of Women Voters of New Hampshire*, aún no se ha tomado una determinación para concluir que la llamada producida por los *deepfakes* constituye una amenaza o intimidación contra

96 *Id.*; *League of Women Voters of New Hampshire v. Steve Kramer*, 2024 D.N.H. 092.

97 *National Coalition on Black Civic Participation*, 498 F. Supp. 3d., en la pág. 464.

98 *Id.* en las págs. 464-65 (Wohl y Burkman cofundaron la organización política Project 1599. En la sentencia se establece a su vez que, según un artículo del veintiséis de febrero de 2019 en *USA Today*, Wohl había afirmado que estaban planificando formas de desacreditar a los demócratas en las elecciones de 2020 con mentiras y desinformación). *Id.* en la pág. 465.

99 *Id.* en la pág. 467.

100 *Id.* en la pág. 464.

101 *Id.* en la pág. 478.

102 *Id.* en las págs. 475-78; *Voting Rights Act*, 52 U.S.C. § 10307(b) (2018).

103 52 U.S.C. § 10307(b).

104 *National Coalition on Black Civic Participation*, 498 F. Supp. 3d., en la pág. 482.

105 *Id.* en la pág. 478.

106 *Id.*

107 Freddy Antonio Hernández Martínez, *La clasificación sospechosa y la amplitud constitucional en los Estados Unidos: Un análisis a las constituciones de los 50 estados*, 84 REV. JUR. UPR 295, 303 (2015).

108 *National Coalition on Black Civic Participation*, 498 F. Supp. 3d., en la pág. 478.

109 *Id.*

el elector, como alega la parte demandante, aunque esta es la posición y sugerencia del Departamento de Justicia Federal.¹¹⁰ Las expresiones están protegidas por la primera enmienda de la Constitución de Estados Unidos, sin embargo, existen ciertos límites a estas expresiones que se han establecido jurisprudencialmente por la Corte Suprema.

IV. REGULACIONES ANTE INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA PROTEGER LA DEMOCRACIA

Con la democracia en riesgo por las expresiones de desinformación que van acompañadas con tecnologías de IA, se han realizado varios esfuerzos legislativos a nivel estatal y federal para regular su uso. Entre los esfuerzos realizados a nivel estatal, se encuentran las siguientes medidas:

TABLA 1: LEYES ESTATALES REGULANDO EL USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Estado	Disposiciones
Alabama HB 161	Promulgó un proyecto de ley que establece que una persona comete el delito de crear una imagen privada, si a sabiendas crea, graba o altera una imagen privada cuando la persona representada no ha dado su consentimiento para la creación, grabación o alteración, y la persona representada tenía una expectativa razonable de privacidad. ¹¹¹
Alabama HB 172 (Act 2024-349)	Establece que “la distribución de medios materialmente engañosos para influir en una elección próxima es un delito; autoriza a ciertas partes a solicitar una medida cautelar permanente contra cualquiera que distribuya medios materialmente engañosos para influir en una elección próxima, y proporciona definiciones”. ¹¹²
Arizona HB 2394	Dispone que un candidato a un cargo público que aparecerá en la papeleta electoral del Estado, o cualquier ciudadano del Estado, puede presentar una acción por suplantación digital dentro de un número específico de años, a partir de la fecha en que la persona sabe, o en el ejercicio de una diligencia razonable debería saber, que se publicó una suplantación digital de esa persona. Dispone también que el único recurso sobre esta causa de acción es un recurso declaratorio preliminar y permanente, con ciertas excepciones. ¹¹³ Además, establece que dentro de los 90 días antes de una elección en la que un candidato a un cargo electo aparecerá en la boleta electoral, una persona que actúe como creador de contenido no deberá crear ni distribuir un mensaje de medios sintéticos con conocimiento que es una falsificación profundamente engañosa y fraudulenta de ese candidato, a menos que el mensaje de medios sintéticos incluya una divulgación clara y visible de que los medios incluyen contenido generado por IA. ¹¹⁴

110 League of Women Voters of New Hampshire v. Steve Kramer, 2024 D.N.H. 092.

111 Ala. Code § 13A-6-240 (2024).

112 2024 Ala. Laws 349 (traducción suplida).

113 Ariz. Rev. Stat. Ann. § 16-1023 (2024).

114 *Id.*

California AB 2355	Se relaciona con el uso de IA en anuncios políticos. Requiere que cualquier imagen, audio, video u otro medio que se genere o se altere mediante IA, en su totalidad o en gran parte, incluya una divulgación clara. Además establece requisitos de formato según el medio que se utilice. ¹¹⁵
California AB 2655	Establece la <i>Ley de defensa de la democracia frente a los engaños deepfake</i> , con el fin de prevenir la difusión en línea de medios manipulados y desinformación destinada a engañar a los votantes e impedir la votación. Requiere una gran plataforma en línea para bloquear la publicación o el envío de contenido electoral que sea materialmente engañoso y modificado o creado digitalmente, durante ciertos períodos antes y después de una elección. También requiere la plataforma en línea para desarrollar los procedimientos con el fin de que los residentes del Estado puedan denunciar el contenido. ¹¹⁶
California AB 2839	Prohíbe que una persona, comité u otra entidad distribuya, a sabiendas, un anuncio o comunicación electoral que contenga ciertas imágenes o archivos de audio o video materialmente engañosos y alterados, o creados digitalmente, con la intención de influir una elección o solicitar fondos para un candidato o una campaña. Autoriza, en caso de infracción, a ciertas personas a presentar una acción civil para prohibir la distribución de los medios y reclamar daños y perjuicios. ¹¹⁷
Colorado HB 1147	Se refiere al uso de un <i>deepfake</i> en una comunicación relacionada con un candidato a un cargo electivo y, en relación con ello, exige la divulgación, dispone su cumplimiento, y crea una causa de acción privada para los candidatos. ¹¹⁸
Delaware HB 316	Se relaciona con los <i>deepfakes</i> en las elecciones; establece que, con ciertas excepciones, es ilegal que una persona distribuya un <i>deepfake</i> o celebre un contrato u otro acuerdo para distribuir un <i>deepfake</i> si la persona sabe o debería saber razonablemente que el elemento que se distribuye es un <i>deepfake</i> y están presentes elementos específicos, incluyendo, entre otros, cuando la distribución se lleva a cabo dentro de un número específico de días antes de una elección. ¹¹⁹
Florida HB 919	Requiere que ciertos anuncios políticos, comunicaciones electorales, u otros anuncios diversos, incluyan una divulgación que haga que es en todo o parte generado por IA. ¹²⁰

¹¹⁵ Cal. Gov. Code §§ 84504-84514 (WEST 2024).

¹¹⁶ Cal. Elec. Code §§ 20510-20520 (WEST 2024).

¹¹⁷ *Id.* § 20012.

¹¹⁸ Colo. Rev. Stat. Ann. § 1-46-101 (WEST 2024).

¹¹⁹ Del. Code. Ann. tit. 15, § 5145 (WEST 2024).

¹²⁰ *Id.* tit. 15, § 5145 (WEST 2024).

Hawaii SB 2687	Dispone que ninguna persona, con ciertas excepciones, distribuirá imprudentemente, o celebrará un acuerdo con otra persona para distribuir, entre el primer día hábil de febrero de cada año hasta la siguiente elección general, medios de comunicación materialmente engañosos, haciendo caso omiso y temerario del riesgo de dañar la reputación o las perspectivas electorales de un candidato en una elección, o de cambiar el comportamiento electoral de los votantes en una elección. Además establece sanciones penales y recursos para las partes lesionadas. ¹²¹
Idaho Ho664	Dispone que un candidato cuya acción o discurso esté representado engañosamente a través del uso de medios sintéticos en una comunicación electoral, puede solicitar una medida cautelar u otra reparación equitativa que prohíba la publicación de dichos medios sintéticos; dispone que un candidato cuya acción o discurso esté representado engañosamente a través del uso de medios sintéticos en una comunicación electoral puede presentar una acción por daños y perjuicios, y proporciona una defensa afirmativa si la comunicación incluye una divulgación específica. ¹²²
Minnesota HF 4772	Establece cambios técnicos y de políticas para las elecciones y disposiciones sobre el financiamiento de campañas, incluyendo la administración de elecciones, las donaciones a campañas, el cabildeo, el censo y la redistribución de distritos. Establece también la <i>Ley de derechos electorales de Minnesota</i> y modifica el delito de usar <i>deepfakes</i> para influir en las elecciones. ¹²³
New Hampshire HB 1432	Tipifica el uso fraudulento de <i>deepfakes</i> como delito y fija sanciones para el mismo; prohíbe el registro de cabilderos que hayan usado <i>deepfakes</i> de manera fraudulenta en ciertos casos; establece que una persona es culpable de un delito grave de Clase B si a sabiendas crea, distribuye o presenta cualquier imagen en video, audio o cualquier otro medio de un individuo identificable que constituya un <i>deepfake</i> para ciertos fines. ¹²⁴
New Hampshire HB 1596	Exige la divulgación del uso engañoso y fraudulento de IA, de medios sintéticos y de <i>deepfakes</i> en la publicidad política. ¹²⁵
New Mexico HB 182	Dispone que si una persona crea, produce o compra un anuncio que contiene medios materialmente engañosos, que incluyen, entre otros, IA, el anuncio deberá incluir una exención de responsabilidad; crea el delito de distribuir o celebrar un acuerdo con otra persona para distribuir medios materialmente engañosos para, entre otras cosas, engañar a los electores; prevé sanciones civiles y penales. ¹²⁶

¹²⁰ Fla. Stat. Ann. § 106.145 (WEST 2023).

¹²¹ Haw. Rev. Stat. Ann. § 11-304 (WEST 2024).

¹²² Idaho Code Ann. § 67-6628A (WEST 2024).

¹²³ Minn. Stat. Ann. § 609.771 (WEST 2023).

¹²⁴ N.H. Rev Stat. Ann. § 638:26-A (WEST 2024).

¹²⁵ *Id.* § 664:14-c.

¹²⁶ N.M. Stat. Ann. §§ 1-19-26.4, 1.19.26.8 (WEST 2024).

Oregon SB 1571	Se relaciona con el uso de IA en las comunicaciones de campañas electorales; establece que una comunicación de campaña que incluya cualquier forma de medios sintéticos debe incluir una divulgación que indique que la imagen, grabación de audio o grabación de video ha sido manipulada; establece que el secretario de estado puede iniciar procedimientos para prohibir cualquier violación de este requisito; establece que el tribunal impondrá una sanción civil. ¹²⁷
Utah SB 131	Se relaciona con una comunicación de audio o visual que, entre otras cosas, tiene como objetivo influir en la votación a favor o en contra de un candidato o propuesta electoral en una elección o primaria en el estado; establece que si una comunicación de audio contiene medios de audio sintéticos debe incluir palabras específicas de forma audible al principio y al final de la comunicación; establece que una comunicación visual que contiene medios sintéticos debe mostrar palabras específicas durante cada porción que contenga medios sintéticos. ¹²⁸

V. RETOS Y LIMITACIONES DE LAS REGULACIONES A LA EXPRESIÓN ANTE IA

La legislación en California ya ha tenido su día en corte por el caso *Kohls v. Bonta*.¹²⁹ En este caso, el demandante, Christopher Kohls, es un creador de contenido digital sobre figuras políticas, cuyos videos contienen información falsa que incluye sonidos y visuales que son editados significativamente o generados con IA, los cuales él considera como parodia o sátira.¹³⁰ En respuesta al contenido compartido por éste, la legislatura de California aprobó el AB 2839.¹³¹ Según el demandante, este proyecto de ley permitiría que cualquier candidato político, oficial de elección, el secretario de Estado, o cualquier persona que observe videos generados con IA, pueda demandar al creador de dicho contenido por daños y perjuicios.¹³²

Según los hechos del caso, el diecisiete de septiembre de 2024, el proyecto AB 2839 se convirtió en ley, lo que provocó que el demandante presentara una demanda alegando violaciones a la primera enmienda y la vigésima-cuarta enmienda de la Constitución de Estados Unidos, toda vez que el estatuto infringe sobre su derecho a la libertad de expresión.¹³³ Por otra parte, los demandados sostienen que la ley es constitucional bajo la primera enmienda como una restricción al derecho debido a que ocasiona un daño tangible.¹³⁴ Argumentan, además, que el estatuto reúne los requisitos para cumplir con el estándar del escrutinio estricto, y que provee una protección constitucional para la sátira y parodia.¹³⁵

¹²⁷ Or. Rev. Stat. Ann. § 260.345 (WEST 2024).

¹²⁸ Utah Code Ann. § 20A-11-1104 (WEST 2024).

¹²⁹ *Kohls v. Bonta*, No. 2:24-cv-02527 JAM-CKD, 2024 U.S. Dist. LEXIS 179933 (E.D. Cal. 2 de octubre de 2024)

¹³⁰ *Id.* en la pág. *1.

¹³¹ *Id.*

¹³² *Id.* en la pág. *2.

¹³³ *Id.*

¹³⁴ *Id.*

¹³⁵ *Id.* en las págs. *2-3

Por su parte, la Corte de Distrito de California establece que el demandante tiene legitimación para desafiar la ley.¹³⁶ Por otro lado, los demandados plantean que la ley es una restricción a las falsedades que quedan fuera de la categoría de expresión falsa protegida por la primera enmienda según decidido en *United States v. Álvarez*.¹³⁷ La Corte razona que los demandados hacen una analogía de que la ley es una restricción a expresiones difamatorias, pero que esta no expresa la palabra difamación y que se extiende más allá del estándar legal para incluir cualquier contenido falso o materialmente engañoso que sea razonablemente probable de dañar la reputación.¹³⁸ Por tanto, entienden que la definición es demasiado amplia al sostener que la ley hace mucho más que castigar las posibles declaraciones difamatorias, ya que no requiere un daño real y sanciona cualquier contenido digital que sea razonablemente probable de dañar perspectivas electorales.¹³⁹

En el análisis de la ley, la Corte entiende que el contenido manipulado artificialmente que no implica un daño a la reputación, pero que podría afectar las perspectivas electorales de un candidato, está incluido y sujeto a la responsabilidad civil.¹⁴⁰ Al hacer un análisis sobre el alcance de *United States v. Álvarez*, en las cuales se implica algún daño reconocido, sostiene que los daños reconocidos en *Álvarez* no incluyen daños tangibles a la integridad electoral que los demandados alegan que el estatuto penaliza.¹⁴¹ Además, establecen firmemente que en el caso de *Álvarez* la pena fue por engañar sobre causas de acción existentes.¹⁴² Por tanto, concluyen que el AB 2839 suprime inconstitucionalmente áreas más amplias de la expresión falsa que están protegidas.¹⁴³ Añaden además que, si el AB 2839 solo estuviera dirigido a falsedades deliberadas que causan daño tangible, estas falsedades, así como otras declaraciones falsas, son precisamente las expresiones protegidas por la primera enmienda.¹⁴⁴

En su análisis, establecen que el AB 2839 no pasa un escrutinio estricto porque apunta específicamente al discurso dentro del contenido político o electoral relacionado con candidatos, funcionarios electorales, y otras comunicaciones electorales, que lo convierte en una regulación basada en el contenido que busca limitar el discurso público.¹⁴⁵ Asimismo, reiteran que “bajo el escrutinio estricto, un Estado debe utilizar los medios menos restrictivos disponibles para promover sus intereses”.¹⁴⁶ En su opinión, la Corte contundentemente esboza que:

El precedente de la Corte Suprema ilustra que, si bien puede estar justificado un temor fundado a un panorama mediático manipulado digitalmente, este temor

¹³⁶ *Id.* en las págs. *6-7.

¹³⁷ *Id.* en la pág. *8.

¹³⁸ *Id.* en las págs. *8-9.

¹³⁹ *Id.* en la pág. *9.

¹⁴⁰ *Id.*

¹⁴¹ *Id.* en las págs. *10-11.

¹⁴² *Id.* en la pág. *11.

¹⁴³ *Id.*

¹⁴⁴ *Id.*

¹⁴⁵ *Id.* en la pág. *12.

¹⁴⁶ *Id.* en la pág. *13 (traducción suplida) (citadas omitidas).

no da a los legisladores una licencia desenfrenada para arrasar con la larga tradición de crítica, parodia y sátira protegida por la primera enmienda. Los videos en *Youtube*, las publicaciones en *Facebook* y los tuits en *X* son los anuncios de periódicos y las caricaturas políticas de hoy, y la primera enmienda protege el derecho de una persona a hablar independientemente del nuevo medio que puedan adoptar estas críticas. Otras causas de acción estatutarias, como los agravios a la privacidad, la violación de los derechos de autor o la difamación, ya brindan un recurso a figuras públicas o individuos privados cuya reputación pueda verse afectada por representaciones alteradas artificialmente difundidas por satíricos u oportunidades de internet.¹⁴⁷

En cuanto al requisito de incluir un mensaje en el video que divulgue el contenido generado por IA, la Corte sugiere en términos generales que se debe hilar fino.¹⁴⁸ En el caso del AB 2839, requiere que se incluya un texto en el video que notifique el uso de IA, causando que el video sea casi imposible de ver.¹⁴⁹ La Corte ante esto establece que la obstrucción es preocupante porque la parodia y la sátira han transmitido mensajes creativos e importantes en la política estadounidense.¹⁵⁰ Establecen que el tamaño del anuncio exigido en la ley es irrazonable, oneroso, no está específicamente diseñado, e igualmente inconstitucional.¹⁵¹ Ante esto, concluyen que:

La Corte reconoce que los riesgos que plantean la inteligencia artificial y los *deep-fakes* son significativos, especialmente a medida en que la participación cívica migra a Internet y la desinformación prolifera en las redes sociales. En este contexto, la Corte no prohíbe a la ligera la ley estatal en cuestión en esta moción, ni siquiera de manera preliminar. Sin embargo, la mayor parte del AB 2839 actúa como un martillo en lugar de un bisturí, sirviendo como una herramienta contundente que obstaculiza la expresión humorística y sofoca inconstitucionalmente el intercambio libre y sin restricciones de ideas, que es tan vital para el debate democrático estadounidense.¹⁵²

CONCLUSIÓN

La libertad de expresión goza de protecciones constitucionales y jurisprudenciales sumamente amplias. Tanto así que el reto mayor que enfrentan las democracias en el día de hoy es la desinformación. Además, estamos ante un reto social donde el exceso de información dificulta la habilidad de filtrar y discernir entre lo que es verdadero y lo que no es. Como si fuera poco, se han desarrollado tecnologías de IA que ponen cada día más en manifiesto la urgencia de tener una sociedad más informada que pueda promover electores

¹⁴⁷ *Id.* en la pág. *14 (traducción suplida).

¹⁴⁸ *Id.* en la pág. *16

¹⁴⁹ *Id.*

¹⁵⁰ *Id.* en la pág. *17.

¹⁵¹ *Id.* en la pág. *18.

¹⁵² *Id.* en la pág. *24.

motivados por la información y sociedades más sofisticadas por el discernimiento.

En el fino balance de proteger la democracia, han colisionado dos derechos fundamentales: la libre expresión y el derecho al voto sin coacción. En el cual al parecer solo se limita la expresión utilizada como tecnología en el contexto político cuando representa una coacción o intimidación del elector directamente. Estos dos derechos son importantes para promover una sociedad democrática. Se puede concluir que las Cortes han estado receptivas a elaborar protecciones a la expresión muy difíciles de superar. Siendo así, se deberá analizar la regulación, no sobre la expresión, sino sobre el medio empleado. Por otra parte, estará por verse si las declaraciones falsas que desalientan a las personas a ejercer el derecho a votar podrían concebirse como exentas de la protección de la primera enmienda en su totalidad.

Podemos entender que en la actualidad cualquier persona puede valerse de expresiones falsas y generadas por IA sin ninguna consecuencia aparente. La democracia se puede afectar por el uso malintencionado de videos generados con IA para alterar una realidad, pero también se puede afectar si se permite que solo el Estado sea el árbitro de la verdad. Ante esto, nuestro deber en la sociedad es informar a los electores y promover el discernimiento para que tengan la capacidad de filtrar la información y tener un análisis crítico para determinar que es cierto y que no lo es. Como ha esbozado la Corte, “si hay tiempo para exponer mediante el debate la falsedad y las falacias, para evitar el mal mediante los procesos de la educación, el remedio que debe aplicarse es más discurso, no silencio forzado”.¹⁵³

¹⁵³ Whitney v. California, 47 U.S. 641, 649 (1927) (traducción suplida).