

Grupo de expertas, expertos y autoridades electorales

de AMÉRICA LATINA

LIBERTAD DE EXPRESIÓN, REGULACIÓN Y MANEJO DE LAS REDES SOCIALES:

“Fake news, desinformación y posverdad: el papel de los organismos electorales”



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

Durante la pandemia por covid-19, en América Latina se han celebrado 35 elecciones (al 29 de noviembre 2021), tanto subnacionales como nacionales, que han conllevado distintos retos. En relación con las redes sociales, los organismos electorales se han visto obligados a digitalizarse de manera expedita y acercarse a estas plataformas para poder comunicarse con la nueva ciudadanía digital. Por ello, los medios de comunicación han adquirido más relevancia.



CAMPAÑAS ELECTORALES

Sin duda las redes sociales se han convertido en un componente crítico del proceso electoral. Anteriormente, las campañas electorales se acotaban a los medios de comunicación audiovisual —radio y televisión—, sin embargo, conforme aparecieron las redes sociales, se fueron trasladando a los medios digitales. Esto obliga a los órganos electorales a poner atención en las nuevas plataformas, pues su mal uso puede incidir en los procesos electorales, socavando la libertad de información para la formación de las opiniones del electorado o dañando la imagen de los y las candidatas en un proceso electoral.



LIBERTAD DE EXPRESIÓN

Las redes sociales no solo son un medio de comunicación, también son un espacio dedicado a la libertad de expresión. En este sentido, las acciones que tomen los órganos electorales respecto a las campañas en redes sociales deben ir acompañadas de un análisis combinado de las leyes locales y los estándares internacionales de libertad de expresión. El propósito de legislar sobre las campañas en redes sociales no tiene que ser la censura, sino la regulación de las acciones a través de las plataformas, respetando siempre la libertad de expresión, para evitar que éstas funjan como canales de desinformación.



NOTICIAS FALSAS

La proliferación de medios digitales en América Latina ha significado una magnificación de las fuentes noticiosas, pero también ha sido el caldo de cultivo para la divulgación de las noticias falsas. Algunos actores políticos han aprovechado el alcance y la ubicuidad de las plataformas para difundir desinformación y/o desinformar al votante, suprimir la participación política y socavar a los partidos de oposición. Las herramientas y estrategias utilizadas para dichos fines se han multiplicado y hoy existen diversas modalidades, como el uso de cuentas automatizadas, cuentas hackeadas y cuentas que suplantan la identidad de otras. Además, de acuerdo con un análisis de datos de Marvelous AI, las candidatas mujeres reciben más ataques negativos, los cuales suelen estar sistematizados por medio de bots y trolls, lo que dificulta responsabilizar a los culpables.

¿QUÉ ESTÁN HACIENDO LAS PLATAFORMAS DIGITALES PARA COMBATIR LAS NOTICIAS FALSAS DURANTE CAMPAÑAS ELECTORALES?



INTEGRIDAD CÍVICA EN REDES SOCIALES

Con la relevancia que han adquirido las redes sociales dentro de la conversación pública en los procesos electorales, se ha vuelto indispensable su regulación. Así pues, las plataformas se han dedicado a mitigar cualquier intento de utilizar sus servicios como medio de manipulación o interferencia. Para asegurarse de que la ciudadanía sea escuchada, manteniendo la integridad de los procesos electorales, las plataformas digitales concentran sus esfuerzos en los siguientes puntos:

Evitar la manipulación de la plataforma

Se trabaja con equipos de ciberseguridad que verifican que los usuarios no violen las normas de la plataforma

Reducir la distribución de desinformación

A través de terceros verificados se determina la información falsa y se elimina

Vigilar el uso de publicidad política

Se trabaja por transparentar la información y, en algunos casos, se prohíbe la propaganda pagada

Combatir la actividad de actores nocivos

Se cuenta con equipos de verificación que eliminan las cuentas falsas y el spam

Disminuir el potencial de daño y los sesgos perjudiciales

Garantizar la expresión y participación de forma libre y segura

Incrementar la diversidad de perspectivas

Mediante la participación de más personas en las conversaciones públicas

Incrementar la responsabilidad pública de los líderes de opinión

Para evitar su interferencia o manipulación en las elecciones

Disminuir la dependencia de la eliminación de contenido

Para evitar limitar los discursos y mantener la conversación fluida

Estas medidas tienen el objetivo de ayudar al electorado durante los procesos democráticos. Por ello, buscan trabajar de la mano con las autoridades electorales y personas expertas en la materia, siempre tomando en cuenta el debido proceso y la normatividad de cada jurisdicción.





DESINFORMACIÓN EN MEDIOS DIGITALES

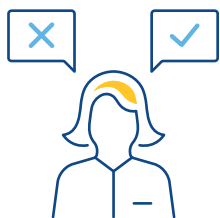
La desinformación no es un elemento nuevo ni aislado, sin embargo, su aparente novedad se debe al surgimiento masivo de la información manipulada en redes sociales e internet. Fenómenos como las noticias falsas o fake news se han actualizado con el advenimiento de las redes sociales y la era digital. Las noticias falsas son predominantes en plataformas de redes sociales en donde, por su alcance, su difusión se puede volver viral y difícil de contrarrestar. La rapidez e inmediatez complican la tarea de las autoridades electorales. Si bien las noticias falsas surgen con el propósito de engañar, la desinformación toma en cuenta diferentes tipos de fenómenos no necesariamente relacionados a la manipulación per se, por ello, es importante diferenciar entre dos tipos de desinformación:

INFORMACIÓN FALSA RESULTADO DE UN ERROR HONESTO O NEGLIGENCIA

- No tienen la intención de engañar o manipular
- Se presenta cuando información inexacta o falsa es diseminada sin haber asegurado su veracidad

INFORMACIÓN FALSA PROMOVIDA PARA CAUSAR DAÑOS PÚBLICOS O CON FINES DE LUCRO

- Este tipo de desinformación es la más dañina
- Se comparte información falsa, inexacta o errónea de manera deliberada diseñada y promovida con la intención de manipular o engañar
- Al tener fines políticos, incluye aquella propaganda política que, si bien no ignora la verdad, usa elementos para moldear las percepciones del electorado
- Busca polarizar y distorsionar los debates públicos
- Su eliminación es importante pues pueden causar daños a la legitimidad electoral



DESINFORMACIÓN EN RAZÓN DE GÉNERO

La desinformación política en razón de género es una problemática presente en distintos países. **En las conversaciones políticas en redes sociales se puede observar un sesgo claro en contra de las mujeres, a través de una narrativa misógina y violenta en razón de género.** Las candidatas tienden a ser violentadas no solo por medio de noticias falsas, sino también por abuso cibernético con connotaciones sexuales. En este sentido, las plataformas digitales junto con los órganos electorales deben trabajar más arduamente para que haya responsabilidad en la materia y evitar que se vulneren los derechos de las mujeres políticas en los medios digitales. Por ejemplo, México y Brasil han trabajado de la mano con las plataformas digitales, con la retroalimentación de grupos dedicados al trabajo en la materia, para difundir información por medio de guías en contra de la violencia política de género en redes sociales.

“A LA DESINFORMACIÓN ES NECESARIO COMBATIRLA CON INFORMACIÓN”

– Lorenzo Córdova

“LA RESPONSABILIDAD DE LA INFORMACIÓN DEBE PROVENIR TANTO DE LAS REDES SOCIALES COMO DE LOS ÓRGANOS ELECTORALES”

– Salvador Romero

“PARA COMBATIR LAS NOTICIAS FALSAS ES FUNDAMENTAL QUE LAS AUTORIDADES ELECTORALES SE CONVIERTAN EN UNA FUENTE LEGÍTIMA DE INFORMACIÓN”

– Francisco Yépez



DATOS



En 2021 el **59.5%** de la población mundial **tiene acceso a internet**.

Desde **2010** se tiene registro de **estrategias organizadas de manipulación con fines electorales en redes sociales**.

En 2020 se reportó **manipulación por parte de actores políticos** en redes sociales en **81 países**.

Fuente: Observatorio de Igualdad de Género de América Latina (CEPAL)

NÚMERO DE USUARIOS (millones)



Facebook: 2,895 usuarios activos al mes

YouTube: 2,291 alcance potencial de publicidad

WhatsApp: 2,000 usuarios activos al mes

Instagram: 1,393 alcance potencial de publicidad

Tik Tok: 1,000 usuarios activos al mes

Telegram: 550 usuarios activos al mes

Twitter: 436 alcance potencial de publicidad

Estas cifras demuestran el alcance de las redes sociales en el mundo

Fuente: KEPIOS ANALYSIS (octubre 2021).

El mal uso de las redes sociales se ha convertido en una estrategia para moldear la conversación pública y las audiencias. Por ello, es importante que los organismos electorales trabajen de la mano con las plataformas digitales para proteger la integridad de la conversación política en línea y mitigar el impacto de la desinformación sobre los procesos electorales. Una combinación de esfuerzos puede tener mejores resultados y llevar a soluciones a largo plazo.



RECOMENDACIONES

- Tomar en consideración los estándares de derechos humanos al momento de resolver casos en los que se ponga en cuestión la veracidad de la información
- Implementar acciones para la educación, capacitación y concientización sobre el fenómeno de la desinformación
- Proteger y considerar la neutralidad de la red como principio para el funcionamiento de un internet libre, equitativo y universal
- Generar, incentivar y promover el diálogo, la cooperación y el trabajo conjunto entre diferentes instancias de gobierno, el sector privado (intermediarios o plataformas), la sociedad civil, los medios de comunicación, los organismos internacionales, colectivos y expertos y expertas para disminuir el impacto de las noticias falsas
- Promover de manera efectiva y práctica el acceso universal al internet
- Promover la comunicación bilateral para que las plataformas estén al tanto de lo que está sucediendo judicialmente, y viceversa
- Empoderar a las instituciones para que sirvan como fuente legítima de información con la finalidad de fortalecer y cuidar la democracia



BUENAS PRÁCTICAS

GENERALES

- Curaduría del contenido informativo compartido por las autoridades electorales
- Avisos de búsqueda para redirigir a las personas a los recursos que la autoridad electoral considera apropiados en estos procesos
- Promoción de la educación digital a través de guías y cursos
- Diversificación de las fuentes de conocimiento de resultados electorales
- Uso de stickers, hashtags, íconos y emojis específicos para la época de elecciones con el propósito de acercarse al electorado más joven



ECUADOR

El Consejo Nacional Electoral del Ecuador implementó la campaña **“Yo me informo”** en colaboración con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) para combatir las noticias falsas y brindar a la ciudadanía información sencilla con un lenguaje cotidiano y coloquial. La campaña logró disminuir el impacto de la desinformación, obteniendo más de 30 millones de impresiones para las más de 370 publicaciones informativas.



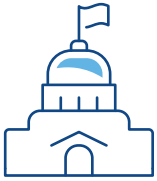
MÉXICO

“Biblioteca de anuncios” es un registro de las personas que hacen publicidad política por medio de Facebook. En México, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) determinó que dicha herramienta es prueba suficiente para comprobar gastos de fiscalización.

En el marco de las elecciones de 2021 y en colaboración con Facebook, el Instituto Nacional Electoral (INE) lanzó el chatbot en WhatsApp denominado **“INÉS”** por medio del cual las personas usuarias hacían preguntas sobre la actividad electoral con la finalidad de combatir la desinformación.

CENTRO DE SEGURIDAD PARA MUJERES

En 2021, Facebook lanzó el Centro de Seguridad para Mujeres y anunció la formación del grupo de asesoras expertas mundiales en seguridad para mujeres, el cual está conformado por un grupo de 12 lideresas sin fines de lucro, activistas y representantes de la academia para desarrollar nuevas políticas, productos y programas que apoyen a las mujeres usuarias de las aplicaciones.



ACUERDOS, NORMATIVA Y SENTENCIAS

- 1. SUP-REP-143/2018**, México. El TEPJF estableció que, si determinada información es tergiversada y publicada en internet u otro medio podría constituir una noticia falsa o “fake news” que, si se difunde con malicia efectiva y tiene impacto en el proceso electoral, podría constituir una calumnia electoral, al afectarse el derecho de la ciudadanía a acceder a información veraz a efecto de ejercer sus derechos de participación política.
- 2. Pacto Ético Digital**, Panamá. En el marco de las elecciones de 2018, el Tribunal de Panamá lanzó esta iniciativa como un compromiso que asumen las personas usuarias de las redes de no utilizar campañas sucias como elementos de falso debate; no utilizar bots automatizados para manipular al electorado; y denunciar las noticias falsas para evitar el daño que generan. La iniciativa se ha mantenido vigente para firma de representantes de partidos políticos y para la ciudadanía en general.
- 3. Compromiso Ético Digital**, Argentina. En el marco del proceso electoral del 27 de octubre de 2019, la Cámara Nacional Argentina (CNE) presentó una iniciativa para comprometer a los partidos políticos y a las empresas tecnológicas y de redes sociales a suscribir un Compromiso Ético Digital, con el fin de evitar la divulgación de noticias falsas (fake news) y otros mecanismos de desinformación, que pudieran afectar negativamente.