



PROPUESTAS PARA UN NUEVO PACTO DIGITAL EN MATERIA DE FISCALIZACIÓN DEL USO DE REDES SOCIALES EN CAMPAÑAS DIGITALES

Las nuevas plataformas digitales siguen en un acelerado desarrollo, involucrando a cada vez más ciudadanos y ciudadanas por el mundo. Las tendencias en el uso de redes sociales hacen que los usuarios y usuarias vayan optando por diversificar sus fuentes de información y entretenimiento, y con ello, las distintas empresas y grupos de interés se hacen partícipes de una nueva forma de influenciar decisiones, algunas tan importantes como las políticas y electorales de un país.

Es en resguardo del bien común que algunos Estados del mundo han venido trabajando distintas fórmulas para regular la industria de marketing político y electoral en redes sociales, y plataformas digitales, en general. Si bien es cierto que los espacios de internet están fuertemente protegidos por derechos de libertad y la posibilidad de expresarse sin censura previa, eso no exime de que se haga un análisis de contenido, donde se generen incentivos virtuosos para una buena convivencia social digital y que las autoridades correspondientes fiscalicen aquello que perjudique el bien común.

En la experiencia del trabajo realizado por Fundación Multitudes, así como el análisis obtenido por la academia y las organizaciones de la sociedad civil, es de público conocimiento que Latinoamérica enfrenta importantes desafíos en materia de desinformación, violencia de género y actos de odio en contra de las diversidades sexuales y culturales a través de plataformas digitales. Lo preocupante no es sólo la manifestación cultural de dichas expresiones negativas, sino además de que ellas conforman una parte importante de recursos en la industria del marketing digital. Lo anterior debe ser regulado y fiscalizado.



Es debido a lo antes mencionado que Fundación Multitudes ha trabajado en una propuesta concreta que ayude a avanzar a un **NUEVO PACTO DIGITAL EN MATERIA DE FISCALIZACIÓN DEL USO DE REDES SOCIALES EN CAMPAÑAS DIGITALES.**

A continuación, se desglosan las propuestas según área de trabajo:

RESPONSABILIDAD DEL ESTADO:

En su rol de garante y promotor del bien común, el Estado, a través de todas sus instituciones, debe combatir la desinformación mediante las herramientas de la educación y aquellas que generen cambios culturales virtuosos.

1.- Se propone que se incorpore la convivencia en la esfera digital, así como las herramientas para combatir la desinformación, en el currículum de la asignatura de Educación Cívica, la que ha tenido una lenta y dispar implementación en los establecimientos educacionales del país en los últimos años.

2.- Para lograr un cambio cultural que asuma de forma efectiva los desafíos que nos plantean las nuevas plataformas digitales, es necesaria la unión de fuerzas. Se propone la creación de una alianza público-privada que trabaje de forma permanente en una mesa donde se encuentren instituciones públicas, organizaciones de la sociedad civil y representantes de la industria de las tecnologías de la información y la comunicación.

REGULACIÓN EN MATERIA ELECTORAL:



El voto informado es uno de los derechos fundamentales más ampliamente consagrado en Cartas Fundamentales y Tratados Internacionales. Por ello, es una obligación para los órganos electorales asumir con total responsabilidad que su función no es sólo la de levantar una campaña informativa, sino hacer todos los esfuerzos para que la información clave llegue a la ciudadanía y no se generen barreras o “anti-campañas” en su función.

3.- Incorporar al artículo 31 de la Ley N°18.700, Orgánica Constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios, una alusión expresa a la regulación de la propaganda en plataformas digitales de redes sociales. En dicho inciso se deberá establecer que toda la propaganda que se contrate directamente a las empresas proveedoras, o a través de terceros, deberá informarse al Servicio Electoral de Chile indicando el nombre de la empresa, la plataforma digital o red social donde se difundirá la pieza de propaganda, características de la pieza de propaganda, tiempo de la contratación y características generales de segmentación, precio pagado, así como el nombre del tercero si que es hubiere. Las empresas no podrán discriminar en el cobro de las tarifas entre las distintas candidaturas o proposiciones, según se trate de elecciones o plebiscitos. Finalmente, las contrataciones, que incluyan bases de datos personales, deberán transparentarse, en cuanto a su origen, tipo de tratamiento para la que fue creada, responsable de ella y precio pagado.

4.- Entregar nuevas facultades al Servicio Electoral de Chile para fiscalizar de forma proactiva y denunciar aquella campaña de carácter electoral que no sea contratada por un actor válidamente registrado en una elección o plebiscito. Dicha propaganda debe ser pagada o incurrir en una notoria inversión monetaria para su elaboración y buscar inducir en la intención de voto ya sea apoyando a una candidatura o descalificándola.

5.- Vistos los avances de la Inteligencia Artificial y cómo ella podría llegar a afectar un proceso electoral, plebiscitario o consultivo, a través de la divulgación de información maliciosamente errónea o intencionalmente sesgada, se hace necesario que el Servicio Electoral desarrolle



metodologías de fiscalización para prevenir que las herramientas dotadas de Inteligencia Artificial influyan masivamente en la toma de decisiones del electorado.

6.- En vista de los últimos plebiscitos que han incentivado la participación de organizaciones de la sociedad civil, se propone que, en virtud de la facultad regulatoria que se entrega al Consejo Directivo del Servicio Electoral de Chile, se elabore un sistema de regulación efectivo y transparente para grupos de organizaciones u organizaciones de la sociedad civil que actúen por sí mismas en actos electorales o plebiscitarios. Dicha propuesta se plantea dada la necesidad de contar con reglas claras para la participación de actores distintos a partidos políticos o candidaturas independientes. En el caso de plebiscitos, donde se definen temas de gran importancia para los países, la experiencia demuestra que se deben extremar los controles, mediante información certera y mecanismos preestablecidos que permitan una identificación de actores de la sociedad civil, control de aportes y gastos, control de propaganda y la debida aprobación de cuentas en un plazo preestablecido.

PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES:

Los datos personales han adquirido especial relevancia con el avance de las redes sociales, y en especial al momento de segmentar a los usuarios y usuarias, con la finalidad de presentarles una idea. Es por lo anterior, y como ha sido objeto de debates por años en Chile, que urge una regulación apropiada, acorde a estándares internacionales y moderna en la materia.

7.- El Congreso Nacional ha tramitado por años iniciativas relativas a la protección y el tratamiento de los datos personales y la creación de una Agencia de Protección de Datos Personales, así como también sobre ciberseguridad, sin que aún se puedan cristalizar en una norma jurídica. Fundación Multitudes se suma a las voces que reiteradamente han apuntado a la urgente necesidad de



legislar y otorgar protección efectiva a todas y todos, mediante la aprobación de los proyectos de ley refundidos, boletines 11.144-07 y 11.092-07, y del proyecto boletín 14847-06.

La urgencia de esta legislación se debe a la necesidad de que Chile alcance estándares internacionales básicos; sin embargo, se deberá considerar una actualización periódica para ajustarlo a nuevos desafíos que se vinculan íntimamente con los derechos de las personas, como es el caso de la Inteligencia Artificial, consultas o elecciones a través de plataformas digitales, y acuerdos multilaterales entre países.

Toda información que no se custodia apropiadamente, y con una ciudadanía sin herramientas legales para ejercer su protección, es vulnerable de ser utilizada para fines de desinformación o manipulación, pudiendo incluso afectar al Estado y la democracia.

PACTO ÉTICO DIGITAL:

Las plataformas digitales son en esencia herramientas que evolucionan para hacer nuevas contribuciones a la vida de las personas. Por tanto, es importante que no sólo las regulaciones jurídicas, la fiscalización y las autoridades estén pendientes de ella, sino que es necesario un compromiso transversal de ética y corregulación.

8.- Conforme a la experiencia internacional, proponemos que se conforme anualmente un plan de acción entre instituciones públicas, partidos políticos, entes privados y organizaciones de la sociedad civil, con la finalidad de generar un Pacto Ético Digital en materia de desinformación sobre asuntos de democracia y procesos electorales.



Dicho Pacto Ético Digital tendrá como objetivo asumir compromisos concretos para luchar contra la desinformación en las actividades que cada integrante lleva a cabo, y desde este punto de partida garantizar a la ciudadanía canales de comunicación confiables en redes sociales y otras plataformas de internet.

CONSIDERACIONES FINALES:

Fundación Multitudes ha trabajado desde hace más de 5 años en combatir la desinformación en los espacios de plataformas digitales, colaborando con instituciones públicas, privadas y organizaciones de la sociedad civil. Sabemos que es una tarea vigente y de suma importancia, donde el tiempo representa un desafío en la evolución de las plataformas y la consolidación de verdades erróneas.

Por tanto, asumimos como nuestra responsabilidad generar propuestas contra la desinformación y con miras al fortalecimiento del debate público que repercute en la calidad de la democracia. Nuestro llamado es a impulsar una agenda común de colaboración y cambio cultural entre la ciudadanía, para adaptar a las nuevas plataformas digitales las medidas de cuidado y validación de aquello que nos influencia a tomar decisiones, tan importantes, como las que se manifiestan con el voto.

Puedes adherir a este documento llenando el siguiente documento en Google Forms

<https://forms.gle/G7aP4V7Wbr43Mnhq7>