

Redes que enredan

Giovanni Hernández*

Frente al dilema democrático-electoral que causa la pandemia del Covid-19, el Instituto Nacional Electoral (INE) tuvo el acierto de poner en la palestra el tema de los efectos del uso de las nuevas tecnologías y la democracia, particularmente de aspectos relacionados con las redes sociales y su uso en campañas políticas y procesos electorales.

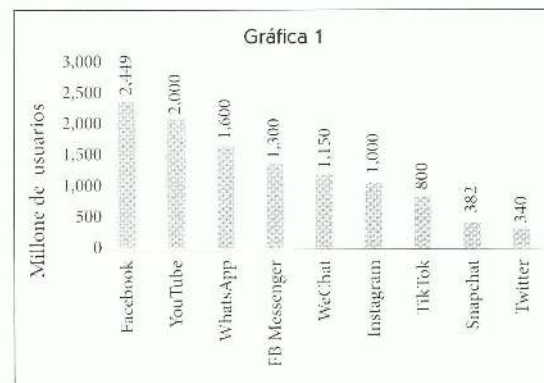
Lo hizo al presentar el Reporte «Protegiendo la integridad electoral en la era digital», donde diversos expertos señalaron que, si bien es cierto que Internet y, en particular las redes sociales, sirven para allegarse de información, también lo es que el mal uso de estas puede ocasionar mermas tanto en los sistemas democráticos como en el ejercicio pleno de derechos.

El tema no es menor. Bajo las condiciones actuales ocasionadas por la pandemia, las redes son la herramienta ideal para allegarse de información, así como para hacer campañas. La velocidad con que viaja la información es un elemento que las hace más atractivas.

De acuerdo con *wearesocial.com*¹ —y lo sostenido en su *Informe Digital 2020*—, hoy existen más de 4.5 billones de usuarios de Internet, mientras que los de redes sociales superan los 3.8 billones. El informe señala que, durante este año, la gente pasará más de 100 días conectado a internet y —en particular— a sus redes sociales ¡un tercio del año!²

Los datos mundiales son indicadores importantes para entender esta temática (Gráfica 1).

México sigue la tendencia mundial. El 69% de los usuarios de internet³ tiene por lo menos una cuenta en alguna red social. Predomina Facebook, el 84% usa



Fuente: Elaboración propia con datos de *wearesocial.com* y el informe Digital 2020.

dicha red. Se usa, después de entretenimiento, para enterarse de noticias y tendencias políticas (70%).⁴ Por sí fuera poco, el promedio diario de tiempo que pasa un mexicano en las redes es de 3 horas. Sin embargo, el 50% está relacionado con funciones laborales (WhatsApp).

* Licenciado en Derecho por la UNAM. Abogado en temas de comunicación política. Funcionario electoral.

¹ Empresa de marketing por internet que tiene clientes como Disney, Adidas, Samsung, Netflix, Lego y Google.

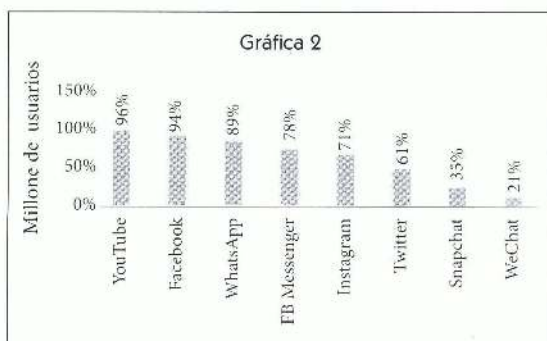
² Consultable en el siguiente link: <https://wearesocial.com/digital-2020>.

³ Según las cifras del Instituto Federal de Telecomunicaciones, en México existen 80 millones de personas que tienen acceso a internet.

⁴ Información consultable en el siguiente link: <https://wearesocial.com/digital-2020>.

Redes
que enredan





Fuente: Elaboración propia con datos de *wearesocial.com* y el Informe Digital 2020.

Los Enredos

No todo es positivo. Si bien es cierto que han servido para romper paradigmas y hacer campañas atractivas (como lo hizo Obama en 2008),⁵ también lo es que pueden llegar a tener efectos nocivos para el ejercicio de libertades y para la organización de procesos electorales.

Hoy debemos pensar en una nueva fase del modelo de comunicación política, «Internet y redes sociales». Esto implica romper paradigmas y adentrarnos a fijar reglas para reducir los impactos negativos en la organización y desarrollo de los procesos electorales. Claro, con la encrucijada de nunca vulnerar derechos fundamentales como la libertad de expresión.

La regulación del ciberespacio es algo muy delicado. «Existen muchos beneficios a partir de internet pero también muchos riesgos».⁶ Además, está el dilema de caer en dos extremos: la sobrerregulación o la desregulación.

En ese sentido es que Internet no debe ser un espacio en el que no existan límites. Siempre deben privilegiarse los derechos de los cibernautas hasta que no atenten contra algún derecho de otro. Y bajo ese razonamiento, la materia electoral no debe ser la excepción.

Las cuerdas que enredan

Como parte de estos problemas, se han identificado las siguientes malas prácticas mundiales:

- Ataques directos contra la democracia y, en particular, contra sus instituciones y quienes las integran.
- Aumento de regímenes totalitarios y autoritarios (líderes con estas características posicionándose en redes).
- Ataques directos contra la prensa y a medios en específico.
- Movimiento mundial de la pos verdad (*fake news*).

Estas prácticas encuentran resonancia cuando se generan tres condicionantes: 1) la polarización, 2) las cámaras de eco y 3) burbujas de filtro, situaciones que dañan al debate público y la construcción de ciudadanía responsable.⁷

Un efecto pernicioso del debate en redes sociales (en México ocurre más en Twitter) es la polarización que genera. Existe una división entre los que apoyan al gobierno y los que no (*chairs vs. fifis*). Esto perjudica más de lo que ayuda. Lejos de fomentar la ansiada tolerancia empobrece el debate e, incluso, fomenta la violencia, ataques y difamaciones.

Las cámaras de eco y burbujas de filtro trabajan de manera conjunta y silenciosa. Permean a todo usuario sin que este sea capaz de identificar sus efectos.

La explicación es sencilla. Las cámaras de eco son todas aquellas duplicaciones que se vuelven una cotidianidad, es decir, la repetición de la información o desinformación hace que se convierta en realidad, sin verificar su veracidad. Lo malo es que –si se construyen a partir de premisas falsas– generan una avalancha de desinformación que puede perjudicar tanto a los procesos electorales como al propio desempeño de la democracia.

Por otra parte, están las burbujas de filtro. Estas son las esferas de información en las que te envuelven. Hacen un filtro de información que te llegan sin que las busques. Te rodean de tal manera que sólo tienes aquella información parcial, sin ver todo el panorama completo. La información buscada genera un alud que irremediablemente rebasará al usuario.

Por ejemplo, una *fake news* sobre los sistemas de cómputo y el PREP generaría tal repercusión que aumentaría la desconfianza en los resultados a tal grado que habrá quién los desconozca por esta causa. Si las notas de prensa son utilizadas como pruebas ante el Tribunal Electoral, que no lo sean las publicaciones en redes.

Frente a este estudio, se pueden identificar dos tipos de enredos: 1) los originados entre candidatos/partidos con el electorado y 2) los que se presentan para las propias autoridades electorales. Ellos convergen en un punto: «la falta de regulación». Menudo dilema.

Enredos partidistas

El modelo de comunicación política ahora tiene una ventana de oportunidad para adecuarse a la realidad.

⁵ Quien fue catalogado en su momento como «Barak Obama, el presidente multimedia» debido a la creación de su propia página de internet y, sobre todo, a la utilización de sus cuentas oficiales de redes sociales.

⁶ Coronado, L. (2017). *La regulación global del ciberespacio* (p. 26). Porrúa.

⁷ Así lo señala el reporte «Protegiendo la integridad electoral en la era digital», de próxima publicación por parte de la Fundación Kofi Annan.



Cuando se pensó en las reglas actuales no se consideró regular las campañas por internet y, mucho menos, por redes sociales. Hoy es una necesidad.

El uso de estas plataformas es la nueva forma de hacer campañas. Sin embargo, la interacción de este tipo es una espada de doble filo para candidaturas y partidos. Les sirve para acercarse a la gente, pero, a su vez, les proporciona una falsa apreciación de la realidad. Deben tener presente que «un like no es un voto».⁸ Es innegable el alcance que tienen, no obstante, el reto está en llevar a ese ciudadano que da un like a la urna. Convencerlo de que debe sufragar.

Los enredos partidistas que están vigentes. Por ejemplo, los «tuits verdes».

En 2015, el PVEM utilizó una estrategia en la que pagó importantes sumas de dinero a famosos por lanzar tuits de apoyo en épocas prohibidas (veda electoral y jornada electoral). Incluso, se han ofrecido 2 millones de pesos por tres tuits y una cantidad más por hacerlo el día de la jornada.

Las impugnaciones y denuncias evidenciaron la falta de regulación en temas como la calificación de la infracción y la individualización de la sanción. Veamos.

En acatamiento al SUP-REP-545/2015 de la Sala Superior, la Sala Especializada determinó –SRE-PSC-250/2015 Incidente 1– imponer por *culpa in vigilando*⁹ una sanción de 56 mil pesos, mientras que en el incidente de cumplimiento –SRE-PSC-251/2015– se impuso una reducción de ministraciones por 7 millones. Menudo enredo.

Además, se encuentra el riesgo que implica gastar en redes. Si los promocionales no se pautan bien, estos no tendrán el alcance deseado y terminarán llegando a un usuario que no podrá votar por el candidato que contrate esos espacios. Un gasto infructuoso.

Algunas disyuntivas más: ¿Cómo garantizar la equidad en su uso? ¿Cómo saber cuáles son las cuentas oficiales? ¿Cómo fiscalizar gastos no reportados nacionales o internacionales?

Y un tema de la mayor relevancia mundial: ¿Cómo sancionar cuentas o injerencias extranjeras? No olvidemos lo acontecido con *Facebook* y *Cambridge Analítica*, donde se evidenció que se puede utilizar la información que se genera en las redes con fines políticos y electorales. ¿Cuánto pagarían por esa información?

Además, ¿puede sancionarse a las redes por la difusión de contenidos negativos? O peor aún, ¿pueden vender la base de datos que se genera a partidos, candidatos o gobiernos?

¿Falta una declaración de principios cibernauta que se comprometa con la democracia!

Desenredos Institucionales

En cambio, las autoridades electorales han puesto el ejemplo de buenas prácticas para combatir los malos usos. Lo han hecho a través de esfuerzos institucionales y con la colaboración de las empresas dueñas de las plataformas, así como con la propia ciudadanía.

Aquí algunos ejemplos:

- *Instituto Nacional Electoral (INE)*: Para las elecciones de 2018 firmó un acuerdo de cooperación con *Facebook* para hacer que sus productos de participación ciudadana estén disponibles en la plataforma de México. Además, el INE compartiría sus resultados en vivo (PREP y cómputos) y *Facebook* estaría publicando en vivo esta actividad; asimismo, se transmitirían en vivo las actividades del día de la jornada electoral, entre otras.
- *Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF)*: En abono de las nuevas tecnologías, el Tribunal Electoral aprobó los lineamientos para la implementación y el desarrollo del juicio en línea en materia electoral, específicamente en lo que se refiere a los recursos de Reconsideración y de Revisión del Procedimiento Especial Sancionador.¹⁰
- *Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM)*: La autoridad electoral de la Ciudad de México ha emprendido una campaña de vinculación en redes sociales con los chilangos en el exterior que ha sido galardonada internacionalmente por (Reed Latino Awards 2018) para fomentar el voto desde el exterior y aumentar la participación ciudadana.¹¹

Hay enredos dignos de desenredos legislativos. Otros que con compromisos y actividades institucionales se pueden solucionar. La voluntad y compromiso serán aliados indispensables en la actualización de la democracia.

⁸ Pacheco G., C. (09 de marzo de 2020). *Un like no es un voto: cómo ganar una campaña política*.

⁹ Conforme a Jurisprudencia XXXIV/2004.

¹⁰ El TEPJF hace público su aviso de sesión a través de las cuentas oficiales, particularmente de Twitter, donde la mayoría podemos ver los asuntos que se resolverán, muchas veces como medio oficial de las sesiones.

¹¹ El IECM obtuvo el primer lugar en las categorías «Mejor Campaña de Fomento al Voto» con la acción Pasión por las Elecciones y «Mejor Campaña de Correo Directo» con Corazón Chilango.

