

Redes sociales, una realidad que se suma a la campaña electoral

El Consejo Nacional Electoral (CNE) introdujo en su normativa de campaña a las redes sociales, lo que reavivó el temor a un posible intento de control, pero diversas ONG, con un mensaje tranquilizador, no consideran que represente, necesariamente, un riesgo para la libertad de expresión, coincidiendo así con la propia institución, que solo responde a un reconocimiento de la realidad.

«El CNE llevará un registro de las cuentas de redes sociales y sitios web, los cuales deberán ser suministrados por las candidatas, los candidatos, organizaciones con fines políticos y las alianzas, así como las organizaciones indígenas», según la normativa.

Esta información despertó los recelos y desconfianza, especialmente entre los afectados.

Pero el rector del CNE, Roberto Picón, explicó a EFE que la decisión de incluir a las redes sociales en la normativa de campaña y propaganda electoral para los comicios regionales y locales de noviembre responde, únicamente, al reconocimiento de la realidad.

«En Venezuela, hoy en día, prácticamente no hay medios impresos y la gente, un porcentaje importante, quizás no todos los días, pero con frecuencia, llegan a WhatsApp, Twitter, Instagram, Facebook y también se informan de los portales que hay en la web y lo que se está es reconociendo esa realidad», señaló.

Picón explicó que este es un reto interesante que servirá para hacer recomendaciones sobre un marco legal para un futuro donde haya otra campaña electoral que tenga todos los elementos de control.

Repitiendo experiencia

La abogada y miembro del equipo técnico que discutió la normativa de campaña, Ana Julia Niño, aclaró que ya para las elecciones legislativas de diciembre pasado se incluyeron las redes sociales en la regulación de propaganda electoral y que la opción de control estricto es ilusoria.

«Se reguló para la elección de parlamentarios de 2020, tanto (como) la contratación de propaganda en redes sociales, lo cual hace como ilusoria esa posibilidad de llevar ese control estricto de contratación y, en este caso, quisimos ensayar algo que apunte más bien a la moralidad de la campaña, el contenido», señaló a EFE.

Niño explicó que la normativa establece que la propaganda que se difunda a través de las plataformas tecnológicas debe atender a los principios que se disponen en la Ley Orgánica de Procesos Electorales, así como el reglamento general.

«En caso de incumplimiento, el CNE podría hacer un exhorto a que se retome a la vía de la legalidad, pero formalmente no podrían abrirse procedimientos. En este caso se quiso hablar de una normativa específica, más atendiendo a la caracterización de una norma de orden administrativo, que no puede ni crear nuevos delitos, ni mucho menos sanciones», apuntó.

Por eso la abogada calificó esta experiencia como un ensayo saludable.

«Hay discusiones que si se puede regular, por esta vía no (es), y hay experiencias internacionales que hablan incluso de acuerdos que firman los gobiernos y los administradores de estas plataformas en Latinoamérica», sostuvo Niño, quien agregó que ni siquiera se planteó esta posibilidad entre el equipo técnico.

En este sentido, Picón señaló que la dificultad para este tipo de acuerdos radica en que Venezuela no tiene relaciones diplomáticas con los países donde están instaladas las sedes de estas empresas.

Sin capacidad total

El entrenador de seguridad digital de la ONG venezolana Redes Ayuda, David Aragort, expresó que no necesariamente esta aplicación de la normativa a redes sociales representa un peligro a la libertad de expresión, pero recuerda que ya ha habido episodios de bloqueos de páginas web o, como en 2017, que se intentó censurar las imágenes de Twitter, algo que no descarta que se repita.

«Ahí tendría que, por lo menos, estar involucrado Conatel (Comisión Nacional de Telecomunicaciones de Venezuela), que es el órgano que se encarga de la censura en las plataformas digitales, aunque no públicamente, pero sabemos que en la práctica es así», apuntó.

Aragort considera que el CNE no tiene la capacidad para llevar

un control masivo de redes sociales durante la campaña electoral, por no contar con el recurso humano que pueda regular la precampaña.

«Si no puedes regular la precampaña, ni siquiera en el espacio físico, ¿cómo pretenden hacerlo en el espacio digital? Es complicado», aseveró.

Aragort recordó que, aunque estas plataformas no se rigen por la legislación nacional, cada vez forman más parte de la vida cotidiana, por lo que se debe apuntar en esa dirección.

Por eso el rector Picón expresó que el reto fundamental es entender cómo funcionan todos los mecanismos de publicidad y propaganda en la red y prepararse para, en un futuro, establecer los controles y el monitoreo adecuado.

Con información de EFE