

Presentation by the President Councilor and the Communication Director of the National Electoral Institute of Mexico (INE) es (Spanish)

[00:00:18] Hola a todos. Cada vez más, en todo el mundo, los organismos de gestión electoral se enfrentan a desafíos que traspasan el límite de la organización de las elecciones. Además de la complejidad de garantizar el derecho al voto libre e informado, y de hacerlo en muchos casos en condiciones de polarización, intolerancia y ataques por parte de los gobiernos, los organismos electorales ahora se enfrentan al problema de la desinformación, las noticias falsas y el discurso de odio. El ecosistema de la información en el que se celebran las elecciones actualmente es radicalmente diferente al de hace apenas una década. El contexto actual se caracteriza por el uso generalizado de internet, la prevalencia de las redes sociales e incluso una capacidad creciente para generar y difundir información en prácticamente todos los lugares y en todo momento. En este nuevo ecosistema hay una fuerte competencia por la atención pública y por obtener el voto de los ciudadanos. Esto afecta a las capacidades institucionales y a las herramientas que los organismos de gestión electoral deben diseñar para detener la desinformación, para posibilitar la votación informada y crear condiciones de integridad electoral. Para hacer frente a estos desafíos, en el Instituto Nacional Electoral de México hemos diseñado una estrategia que busca reducir sustancialmente los efectos dañinos de la desinformación y las noticias falsas en contextos de elecciones. Es una estrategia que hemos estado implementando desde las elecciones generales de 2018. El primer paso para el INE fue reconocer que la organización de las elecciones se ha vuelto cada vez más compleja, en muchos casos debido a la desconfianza entre los actores políticos. Por lo tanto, necesitábamos diseñar una estrategia que nos permitiera explicar al público de manera clara y sencilla cómo se llevan a cabo las elecciones, cuáles son sus actividades clave, a qué decisiones y con qué partes interesadas nos enfrentamos. Todo ello para explicar aquello que en el INE llamamos la cadena de confianza, que es la serie de etapas y decisiones que ofrecen condiciones para la integridad electoral. Este énfasis en el razonamiento público, una forma de pedagogía, ha implicado que el Instituto Nacional Electoral de México se comunique de manera efectiva, aumentando así la confianza de la gente en las elecciones. Además, las estrategias del INE buscan contribuir al desarrollo de un ecosistema de comunicación que permita una mayor calidad de la información y aumente los costos sociales de desinformar deliberadamente al público. Para que esta tarea pedagógica institucional funcione, la cuestión del tiempo es esencialmente importante, porque un suceso que se explica después de que haya ocurrido se convierte en realidad en un control de daños más que en un esfuerzo explicativo genuino. Al mismo tiempo, en el INE, decidimos alejarnos de los enfoques regulatorios y punitivos de la libertad de expresión en las redes sociales. Para hacer frente a la desinformación, nuestro enfoque ha sido desde el principio favorecer la explicación oportuna, veraz y clara del proceso electoral, especialmente de las decisiones tomadas por la INE de conformidad con la ley. Nuestro enfoque consiste en enfrentar la desinformación con información, y en hacerlo de forma asertiva en vez de reactiva. La estrategia del INE para enfrentar la desinformación se ha basado en tres componentes. En primer lugar, establecer alianzas con las plataformas de redes sociales. En una medida sin precedentes a nivel internacional, el INE firmó en 2018 acuerdos institucionales con Facebook, Twitter y Google. Estos acuerdos contribuyeron a expandir el alcance de la información producida por el INE, incluyendo el gran número de actividades que lleva a cabo y las decisiones institucionales que se toman en cada elección. Esos acuerdos se han mantenido vigentes desde entonces. Una segunda línea de acción, que fue estratégica para las elecciones de 2018, fue la estrecha relación con los medios de comunicación y las organizaciones cívicas para promover y mejorar la tarea de verificar la información que se difunde en los medios tradicionales y en las redes sociales. Reconociendo su independencia, el INE

trabaja con los medios de comunicación y las organizaciones ciudadanas para promover información verificada, la cual en muchos casos está basada en evidencias proporcionadas por el propio INE. El tercer componente de la estrategia del INE ha sido el desarrollo de un sistema para identificar estrategias de desinformación y actuar en consecuencia. A este sistema desarrollado por el INE lo llamamos certeza, en referencia al esfuerzo por afrontar la incertidumbre que generan las noticias falsas con información veraz, clara y oportuna. Este sistema, que funciona especialmente en el día de las elecciones y en los días previos al mismo, se basa en un modelo de escucha social, gestión de la información y generación de pruebas. Los organismos electorales deben estar preparados para confrontar las prácticas de desinformación e información errónea, porque afectan al entorno social y político del que se nutren las elecciones. Es decir, deterioran la confianza en las instituciones e influyen negativamente en aspectos centrales de las elecciones. Los desafíos que el entorno digital impone sobre la articulación de la democracia son múltiples y transversales. El reto no es adaptar la democracia a la era digital subordinándose a sus dinámicas –que, dicho sea de paso, no siempre son democráticas–. El reto es continuar haciendo de la democracia un proyecto esencialmente cívico en el entorno digital, haciendo posible la libertad de expresión con la responsabilidad compartida de la sociedad, los medios tradicionales, las plataformas de redes sociales y, por supuesto, los organismos de gestión electoral de todo el mundo. Muchísimas gracias. Y buena suerte.