



En la Cámara de Diputados se realizó el sexto Foro del Parlamento Abierto para la Reforma Electoral



Boletín No. 2273

En la Cámara de Diputados se realizó el sexto Foro del Parlamento Abierto para la Reforma Electoral

- Especialistas hablan sobre comunicación, medios digitales y redes sociales

Este jueves se realizó el Foro 6: Comunicación, Medios Digitales y Redes Sociales, del Parlamento Abierto para la Reforma Electoral, organizado por la Junta de Coordinación Política (Jucopo), en el que especialistas analizaron el tema "Sistema de Partidos".

Redes sociales deben mostrar propuestas e información verídica

En la modalidad Debate Canal del Congreso, Roberto Ruz Sahrur, fundador de la organización educativa Responsabilidad Digital y consejero electoral para el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Yucatán, dijo que en la reforma propuesta no están contemplados el uso de internet y las redes sociales. "En el modelo de comunicación política sí hay algunos temas que se están tocando, pero en cuestión de redes y nuevas tecnologías no hay ni una sola mención y sería muy interesante que existiera".



Señaló que durante la veda electoral ganan mucho protagonismo las noticias falsas. “Nosotros, en el Instituto de Yucatán, sacamos una campaña contra la desinformación y lo que le pedíamos a la ciudadanía es informarse, explicamos cómo las redes sociales y la desinformación te puede llevar a no votar o votar por un candidato o candidata que no deseas”.

Consideró que el INE, además de campañas de educación digital, tiene que sentarse a la mesa con empresas que manejan redes como Facebook, WhatsApp, Twitter, TikTok, entre otras, para ver el tema de la polarización. “El algoritmo te da lo que te gusta y si ya detectó que te gusta lo que hace cierto personaje te llenará de información y si no te gusta, te va a esconder todas las noticias sobre ello”.

Por ello, manifestó que debe haber negociaciones para que al menos durante periodos de campañas políticas, se garantice que las redes sociales muestren propuestas e información de todas las candidatas y candidatos; de lo contrario, no va a poder contrarrestar el sesgo que generan los algoritmos.

Los spots de partidos políticos no deben violentar derechos humanos

Gabriel Sosa Plata, defensor de las Audiencias de Canal 22, expuso que anteriormente se ponía atención hacia el candidato oficial, por lo que había una inequidad en el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación. “Todo eso se demostró a partir de los monitoreos, dado que la mayor parte de las estaciones de radio y televisión se volcaban hacia el candidato del PRI”.

Comentó que debería existir una especie de Ombudsman en el INE para que estuviese al tanto de que los spots de los partidos políticos no violenten derechos humanos, porque en ellos se ha visto sexismo, discriminación e inequidad. “Una figura autorregulatoria de los mismos partidos no sonaría tan mal, por qué no considerar un elemento adicional que podría ser un factor importante para contribuir a la transparencia”.

“Había una práctica que todos sabemos y que sigue existiendo, donde había dinero en la industria, medios de comunicación, periodistas, entrevistas pagadas, hechos que ha sido muy difícil para la autoridad electoral resolver; por eso, ellos emiten un proyecto de multa, sanción y se va a los tribunales, y ahí desgasta a las instituciones; eso sí hace falta aterrizar”, agregó.

Manifestó que los spots que realizan la mayoría de los partidos políticos son muy poco creativos y en lugar de incentivar al electorado a involucrarse en la política, lo que hacen es desincentivar. Planteó que se debe continuar trabajando con los noticieros de la radio y la televisión, así como fijar un tope en los gastos en las redes sociales y que se realicen observatorios ciudadanos.



Reforma de fondo en materia de comunicación política

José Antonio García Herrera, presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión, consideró que “debe haber una reforma de fondo en materia de comunicación política, por lo que sí tiene que haber una reforma electoral”. Confió en que los partidos concilien.

Lo positivo, dijo, es la propuesta para bajar los costos de las jornadas electorales. “No se pueden sacrificar facultades del Instituto Nacional Electoral, las cuales deben prevalecer por sobre todos los partidos políticos y candidatos para que pueda controlarlos; saber de dónde viene y asignar el gasto”.

En materia de comunicación política-electoral, pidió eliminar la veda, al estimar que no tiene razón de ser y atenta contra las actividades de los funcionarios públicos, cuya obligación es informar a los ciudadanos sobre lo que hacen o dejan de realizar.

Sobre el voto electrónico, expresó su total acuerdo con una adecuada instrumentación. Respecto al número de más o menos diputados, comentó que es un tema político que tiene que dialogarse.

Espacios de democracia en los medios de comunicación

Poncho Gutiérrez, director de en ElDeforma y SDPitorreo, sostuvo que es un área de oportunidad no sólo la reforma electoral, sino los espacios de democracia en los medios de comunicación, principalmente en las redes sociales, al cuestionar la falta de regulación en los mensajes difundidos y compartidos a través de éstas.

En la reforma electoral se tendrá que discutir el gasto de los partidos políticos, porque nadie está conforme en cómo se gastan los impuestos en vacaciones de candidatos y cómo gozan de ese dinero. Propuso que un organismo o comisión regule el presupuesto mínimo a los partidos, para no caer en el “austericidio”, pero que tampoco gasten en bienes innecesarios.

Planteó la necesidad de incluir el aviso de que alguna información esté pagada en los medios de información y se exijan contenidos de calidad; “es ahí donde los partidos políticos tienen la obligación de hacer spots de calidad, dejar de comunicar estupideces y usar espacios importantes para atacar al otro, en vez de presentar propuestas”.

Destacó la falta de calidad en los anuncios políticos que difunden pleitos y ataques, porque hacen una “guerra sucia falsa” para que parezca que está jugando mal el otro, y eso además de no informar alienta el desinterés de la gente. Advirtió, que este tipo de propaganda ya no funciona.