



INTRODUCCIÓN

Nunca en la historia de la humanidad se ha producido una acumulación de tecnología como en la actualidad. Y a pocos meses de un importante suceso, como lo es el plebiscito para decidir si continuamos con la actual Constitución o la cambiamos por una nueva, esta explosión digital debe ir de la mano de una responsabilidad por parte del ciudadano de informarse a través de canales serios y formales. Una democracia sana es aquella en donde impera la tolerancia y las buenas prácticas de convivencia social. Esto incluye el uso responsable de internet y las redes sociales. Es por eso que hemos reunido a todos los partidos políticos, los centros de estudio y la socie-

dad civil en general que quiera unirse a este gran acuerdo de buenas prácticas, en donde se establezcan normas mínimas de proceder de cara a la campaña del plebiscito del próximo 25 octubre de 2020.

Este Pacto tienen por propósito construir criterios básicos en el proceder de los diversos actores que colaboran del entorno electoral de Chile, con la finalidad que el próximo 25 de octubre el ciudadano haga valer su derecho al voto de manera libre, informado, consciente y responsable.

Queremos que las nuevas tecnologías y en especial las redes sociales sean un aliado que respeten nuestras libertades y no la contaminen, no le ganen a

nuestro espíritu y desafío de tener más y mejor democracia y nos enseñe a protegerla de estos nuevos espacios digitales, en un ambiente de pleno respeto y protección de los derechos de las personas.

Queremos, a través de este documento, que se comprometan como usuarios de las redes sociales de no utilizar campañas sucias como elementos de falso debate; no utilizar bots automatizados para manipular al electorado; y denunciar las noticias falsas para evitar el daño que generan.

Queremos que este Pacto Digital sea el nuevo camino para un plebiscito seguro e informado.

OBJETO Y ALCANCE

Este Pacto tienen por objeto establecer normas mínimas para el comportamiento de los diferentes actores que participan del ecosistema electoral de nuestro país, con miras a tener procesos electorales en que se promueva y proteja el derecho al voto libre, informado, consciente y responsable de la ciudadanía. Esto, con la finalidad que las nuevas tecnologías y en especial las redes sociales no contaminen nuestras libertades, no le ganen a nuestro espíritu y desafío de tener más y mejor democracia y sirva para protegerla de estos nuevos espacios digitales, en un ambiente de pleno respeto y protección de los derechos de las personas.

El advenimiento de las redes sociales y el uso de internet como un medio de comunicación mediante el cual se puede llegar miles de personas con extrema facilidad, ha propiciado que durante las campañas electorales su utilización haya ido en crecimiento de forma exponencial.

Dado el carácter virtual de la experiencia en el ciberespacio, el anonimato de los usuarios es una tónica que ha permitido la evolución del uso de las redes sociales en la política, campo

de batalla en que predomina la falta de tolerancia, el abuso y las descalificaciones que tanto daño le hacen a nuestra democracia.

La implementación de nuevas tecnologías para maximizar los efectos de la difusión de mensajes tales como los “bots” o algoritmos de respuesta automática, las cuentas falsas y los “call centers”, son una realidad de la cual no escapan los procesos electorales.

Se suma a esto, la aparición de los llamados “fake news” o noticias falsas que se propagan en internet con el objeto de desinformar al electorado o inclusive servir de plataforma de ataque en contra de aspirantes, candidatos, partidos políticos e inclusive la autoridad.

Una democracia sana es aquella en donde impera la tolerancia y las buenas prácticas de convivencia social. Esto incluye el uso responsable de internet y las redes sociales.

Las disposiciones de este Pacto jamás podrán ser interpretadas en ningún sentido que disminuya el nivel de protección que la normativa que regula el sistema electoral o el ordenamiento jurídico reconoce a las personas.

Suscriben este Pacto los siguientes Partidos Políticos:

Partido Nacional Ciudadano
Partido Igualdad
Partido Humanista
Partido Unión Patriótica
Nuevo Tiempo
Partido Ecologista Verde
Unión Demócrata Independiente
Convergencia Social
Partido Radical de Chile
Partido Por la Democracia Comunes
Ciudadanos
Partido Liberal de Chile
Federación Regionalista Verde Social
Partido Renovación Nacional
Izquierda Anticapitalista de los Trabajadores
Partido Republicano de Chile
Revolución Democrática
Nueva Clase Media
Partido Regionalista Independiente Demócrata
Evolución Política
Partido Progresista de Chile
Partido Demócrata Cristiano
Partido Socialista de Chile
Partido Comunista de Chile

A partir de la fecha de entrada en vigencia de este Pacto, quedará disponible para que cualquier institución pueda voluntariamente adherirse, momento desde el cual su aplicación y cumplimiento pasará a ser obligatorio.

ÁMBITO DE APLICACIÓN

Estas Buenas Prácticas serán de aplicación a las acciones publicitarias que realizan los partidos políticos en el marco de los procesos electorales, sean estos consultas o plebiscitos electorales, a través del envío de avisos o mensajes publicitarios utilizando el canal telefónico, correo electrónico, SMS, redes sociales, medios de comunicación social y, en general, en cualquier plataforma digital.

COMPROMISO BÁSICO

En el ámbito indicado, cada uno de los partidos políticos, debidamente representados, vienen en suscribir y aceptar el presente documento y declaran que se comprometen como usuarios de las redes sociales de no utilizar campañas sucias como elementos de falso debate; no utilizar bots automatizados para manipular al electorado; y denunciar las noticias falsas para evitar el daño que generan.

OBLIGACIONES ESPECÍFICAS DE LOS SUSCRIPTORES Y ADHIRIENTES

1. Implementar políticas y procesos que permitan terminar con los incentivos de publicidad y monetización que contribuyen a la difusión de la desinformación.

2. Prohibir contenido sensacional, de baja calidad, engañoso o falso, entre otros.

3. Prohibir a los anunciantes a proporcionar información falsa sobre ellos mismos o su contenido, y de servir publicidad o contenido que es, entre otros, de baja calidad, insuficientemente original, copiado y / o cargado de publicidad adicional.

4. Etiquetar la publicidad con un aviso que permita al destinatario saber que se trata de un contenido patrocinado, donde se incluya un descargo de responsabilidad "pagado por" que identifique al candidato, partido político u organización que paga el anuncio.

5. Trabajar en colaboración para identificar acciones que protegerán mejor a los ciudadanos en línea, trabajando hacia un entorno de medios donde el odio, el habla, el bullying y la desinformación sean colectivamente proscritos.

6. Reunir a participantes de toda la cadena de valor, incluidos anunciantes, agencias de publicidad, agencias

de comunicación, plataformas, medios de comunicación y asociaciones industriales para cumplir los compromisos señalados precedentemente.

7. Al realizar el uso de las redes sociales, evitar las campañas sucias en las que se ofenda la dignidad humana con la utilización de insultos, incursiones en la vida privada, discriminación y aseveraciones de conductas ilegales que no se hayan dictaminado por los tribunales competentes, se promueva la violencia y la falta de tolerancia.

8. No hacer uso de cuentas falsas y "bots" para desinformar o guiar maliciosamente al electorado hacia conclusiones o para promover propaganda electoral a favor o en contra de aspirantes, precandidatos, candidatos y partidos políticos.

9. Promover el buen uso de las redes sociales y estar vigilantes ante la aparición de "fake news" o noticias falsas que puedan poner en peligro el proceso electoral. Ante la duda, buscar fuentes confiables de información previo de difundir mensajes falsos.

10. Adoptar acciones concretas y efectivas contra las cuentas falsas, sea evitando su creación o eliminando

cuentas que muestran signos de comportamiento malicioso. Las cuentas falsas se identifican por sistemas automatizados de detección y, en el caso de cuentas ya activas, por informes de usuario.

TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

Los partidos políticos que suscriben este Acuerdo no podrán, directamente o a través de terceros, recolectar datos personales por medios fraudulentos, desleales o ilícitos, debiendo informar, en sus Políticas de Tratamiento de Datos, de manera precisa e inequívoca, la forma en que los datos personales recolectados serán utilizados. Cuando se vayan a enriquecer bases de datos ya disponibles, deberán velar por el respeto del principio de finalidad de la base de datos que utilizarán para efectuar el enriquecimiento.

Además, deberán informar el derecho que tiene el titular de los datos personales de oponerse a que sus datos personales sean tratados para hacerle publicidad electoral, como asimismo, a revocar, en cualquier momento y sin expresión de causa, el consentimiento otorgado anteriormente, debiendo permitirlo a través de un mecanismo equivalente a aquel a través del cual se recolectaron los datos personales.

Los partidos políticos podrán tratar datos que sean aptos para establecer perfiles determinados con fines de publicidad electoral, siempre que éstos provengan

de fuentes accesibles al público o hayan sido facilitados por los propios titulares de datos personales u obtenidos con su consentimiento.

En lo referido al envío de publicidad electoral por medios electrónicos, los partidos políticos que suscriben este Pacto deberán contar con políticas de tratamiento de datos personales que proporcionen al menos la siguiente información respecto a la forma en que tratan los datos personales:

- a. La fecha de la política de tratamiento de datos.
- b. La identidad del responsable de la base de datos.
- c. Los datos de contacto del responsable de la base de datos.
- d. Explicitar que la finalidad del tratamiento de datos que se pretende realizar es el desarrollo de acciones promocionales y/o publicitarias.
- e. Los criterios adoptados por la empresa para la cancelación de los datos personales tratados.
- f. La forma en que los titulares de datos personales pueden ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición relacionados al envío de promociones y publicidad por

medios electrónicos.

Las Políticas de Tratamiento de Datos deberán mantenerse permanentemente disponibles y accesibles para el público y los consumidores en el sitio Web institucional.

LLAMADOS DE PUBLICIDAD ELECTORAL

Los partidos políticos que suscriben este Acuerdo no acuerdan que las llamadas realizadas con fines de publicidad electoral sólo podrán realizarse entre las 09:00 y las 19:00 horas de lunes a viernes y de 10:00 a 14:00 horas los días sábado. El Pacto establece, explícitamente, que durante días Domingo o Festivos, no se realizarán llamadas para los fines antes mencionados.

