



¿Cómo fue la experiencia en la región?



Analizamos la normativa electoral en los diferentes países.

¿Cómo contemplan la publicidad electoral en redes sociales?



Chile

Los informes de campaña son presentados a través de un formulario específico para RRSS pero no todos los partidos lo hacen. La declaración de gastos es global bajo el título “gastos en redes sociales”, sin especificar cuál.

Argentina

Los informes de campaña incluyen un ítem específico para RRSS. Hay partidos que declaran \$0 de gasto en ese ítem aunque existen anuncios en sus páginas.



México

Hay múltiples elementos para fiscalizar los gastos, sin embargo, hay distancias entre lo presentado ante el INE y los gastos de la biblioteca.

Puntos de coincidencia



Hay disparidad entre lo declarado ante las autoridades electorales y lo que aparece en la biblioteca de anuncios.

Lo mismo sucede en las formas de rendición de los gastos. Los partidos presentan facturas de empresas de marketing o de las plataformas, y no hay un criterio unificado.



Las normativas contemplan los gastos de campaña online pero de modo genérico como “propaganda en internet” o “publicidad en redes sociales”. No diferencia costos de producción de redes sociales.

Veda electoral

La extensión de la veda a las redes sociales no está incluida formalmente en ninguna legislación.



México: Hubo candidatos y candidatas que usaron páginas de otras personas para hacer publicaciones durante la veda.

Chile / Argentina: La cantidad de publicaciones electorales es menor durante los días de veda, pero nunca es nula.










Biblioteca de anuncios

¿Cómo se detecta el descargo de responsabilidad?

Aparece bajo una etiqueta de “pagado por”.

Puntos destacados

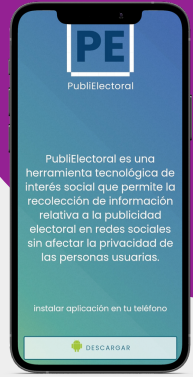
-  En **México, Argentina y Chile** existe la categoría “anuncios de contenido social, electoral o político” en la biblioteca de anuncios.
- En **Argentina y Chile** es obligatorio declarar el descargo de responsabilidad pero en México es opcional (87 páginas no lo hicieron). 
-  La biblioteca de anuncios es una herramienta útil pero se encontraron problemas para sistematizar la información. En el caso de **Chile** los montos se presentan en diferentes monedas y eso complejiza la comparación de datos (pesos chilenos/dólares).
- El descargo de responsabilidad no indica en todos los casos quién paga esos anuncios: aparecen descargos a nombres de partidos, personas individuales y empresas de comunicación. 
-  En **Argentina** se crearon cuentas para poner anuncios pagos en favor de un candidato/partido y luego no se usaron más.

Cuentas satelites

Son páginas que no son las cuentas oficiales de partidos o candidatos pero se relacionan con éstos, difundiendo contenido y publicidad electoral. Se incluyeron como cuentas relevantes a analizar ya que ayudan a comprender el ecosistema electoral en redes en su totalidad.

¿Cuántas cuentas analizadas formaron parte de esta categoría?





Facebook

La plataforma es una red social relevante para el contenido político ya que en todas las elecciones hubo un porcentaje importante de publicaciones electorales.



36% en primera vuelta y 59% en segunda vuelta



89% en la elección general



61,5% durante las PASO y 48,2% en las generales

Recomendaciones

- 1

Implementar las siguientes mejoras a la biblioteca de anuncios para que sea más eficiente a fines la investigación:
- Filtros por fecha para poder analizar la información de los períodos electorales exclusivamente.
 - Unificación de criterios en América Latina en torno a la obligatoriedad del descargo de responsabilidad.
- 2

Mejorar los instrumentos de fiscalización de acuerdo a la especificidad de su normativa local.

Autoridades electorales

[Chile](#)

[Argentina](#)

[México](#)

Informes Publielectoral

[Chile](#)



[Argentina](#)



[México](#)

