

## Nueva Ley para pautar contenidos político-electoral en Facebook

En nuestro país, la elección del 2021 será un acontecimiento social, político y de comunicación sin precedentes. Las estrategias de difusión y consumo de contenidos en la audiencia deberá tener un expertiz en el manejo adecuado de los medios, los canales y la composición del mensaje, ya que el consumo por parte del público o electorado, deberá distinguir entre miles de mensajes que bombardearán el ambiente de comunicación.

Es importante la profesionalización del diseño de los mensajes y la selección adecuada del canal para la difusión de las propuestas de los partidos políticos, candidatos, autoridades y demás involucrados en esta contienda, en donde las redes y/o plataformas digitales de alto consumo en la actualidad serán uno de los principales medios a utilizar y deben ser atendidos por especialistas de la comunicación.

Facebook es la compañía digital con mayor alcance, el 71% de los adultos la utiliza (de 18 a más de 65 años), teniendo 2.41 mil millones de usuarios activos mensuales es la red social más utilizada en el mundo.

El tener presencia en las redes sociales se ha vuelto una obligación y una necesidad. En el ámbito político, las redes sociales crean presencia, comunicación, publicidad y mayor alcance de masas que cualquier meeting presencial. Al ser tan concurrido, efectivo y utilizado, a partir del 5 de agosto, la compañía de Facebook presentó una nueva ley sobre anuncios de temas sociales, elecciones o política, en la cual promueven la autenticidad y legitimidad de cualquier persona que desee publicar anuncios sobre dichos temas (está ley se ejerce tanto en Facebook como en Instagram, por ser de la misma compañía).

Los anuncios sobre temas sociales, elecciones o política son aquellos que cumplen con alguna de las siguientes condiciones:

- Fueron creados por una persona que es, fue o será candidato(a) a un cargo público, una figura política, un partido político o personas que hacen campaña a favor de un candidato en una elección, o se crearon en nombre de una de esas partes o en relación con ella.
- Se relacionan con elecciones, referendos o votaciones, incluidos los anuncios destinados a fomentar la participación o las campañas electorales.
- Se relacionan con temas sociales pertinentes en el lugar en el que se muestren.
- Están regulados como publicidad política.

Los anunciantes interesados en publicar este tipo de mensajes deben superar el proceso de autorización de anuncios. Estos deben incluir un descargo de responsabilidad con el nombre de la persona, la entidad que pagaron los anuncios, dirección de correo electrónico y sitio web personalizado. Si un anuncio se publica sin descargo de responsabilidad, será pausado, rechazado y se le agregará a la biblioteca de anuncios hasta que el anunciante supere el proceso de autorización.

Una vez autorizado, la publicación pautaada saldrá con la leyenda “pagado por” seguido del nombre de quien lo haya pagado. Además, dicho anuncio se reflejará en la biblioteca de anuncios, que será la página de transparencia del anunciante, donde cualquier persona podrá ver cuanto dinero han invertido y por cuanto tiempo, la segmentación dirigida y el alcance obtenido. Dada esta información y con la ley de presupuesto que marca el INE, una buena estrategia de posicionamiento será clave para mantenerte dentro del presupuesto, lograr engagement, viralización y obtener un mejor alcance de usuarios.

Este nuevo proceso indispensable para pautar contenidos político-electorales, tarda de 8 a 14 días hábiles para su autorización y lleva al menos tres etapas:

- 1.- Autenticación en plataforma del responsable operativo de generar contenido y pautas, que debe cumplir con los requisitos solicitados.
- 2.- Registro, acreditación, cumplimiento de lineamientos y autenticación del candidato(a) de forma individual.
- 3.- Correcta operación de pauta, seguimiento y retroalimentación para cumplir con los criterios fiscales y de transparencia.

Ponemos a su disposición nuestra experiencia en este tema que reconocemos de gran importancia para el máximo aprovechamiento de los tiempos y espacios destinados a la difusión de la información política electoral, de candidatos y propuestas, ya que somos una empresa especializada y actualizada en esta temática de la comunicación digital, estamos seguros que juntos podremos alcanzar los objetivos de su interés en cuanto al impacto que tiene el correcto mensaje, a través del medio adecuado, en el momento oportuno, en un proceso electoral diferente, basado principalmente, en el buen manejo de la comunicación.

**Agencia Efecto-C**  
Especialistas en Comunicación