

FLIP y MOE advierten sobre manipulación de la conversación pública en elecciones

Bogotá, 27 de mayo de 2022. La Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) y la Misión de Observación Electoral (MOE) **expresan su preocupación por el alto nivel de violencia y desinformación en la conversación sobre elecciones presidenciales en redes sociales y medios de comunicación.**

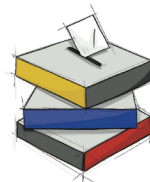
Esta se ha caracterizado por una hostilidad general hacia la prensa y a las personas que participan de la discusión. También por la presencia de cuentas que actúan de manera organizada para difundir desinformación sobre candidatos a la Presidencia. De igual forma a lo largo de la campaña se publicaron numerosas expresiones de incitación a la violencia y al odio racial.

Esto añade obstáculos para que la ciudadanía reciba información veraz y equilibrada, más si se tiene en cuenta el aumento de nuevos usuarios en redes y el incremento de conversaciones sobre elecciones en estas plataformas. **Es necesario esclarecer el papel de las campañas en la difusión de desinformación y su responsabilidad en la instigación a la violencia.** De otra parte, y con el objetivo de avanzar en una campaña electoral responsable y mejor informada, la FLIP y la MOE invitan a Twitter y Facebook a realizar mesas técnicas con el objetivo de reforzar los mecanismos para prevenir la difusión de contenidos falsos y la presencia de amenazas y contenidos racistas en sus plataformas.

Estigmatización y efecto cascada

La FLIP y la MOE observan con preocupación el impacto de las estigmatizaciones que han enfrentado periodistas por parte de políticos y funcionarios públicos durante el periodo electoral. Estas han generado un efecto cascada que ha afectado al gremio periodístico en general y a la ciudadanía cuando se informa y opina a través de espacios digitales.

Una de estas agresiones sucedió el pasado 11 de abril cuando el candidato a la presidencia Enrique Gómez afirmó que “varios medios han asumido las banderas del narcotráfico en demérito de las poblaciones más vulnerables del país”. Esto refiriéndose a los reportajes publicados por Vorágine, Cambio y El Espectador en los que se denunciaban graves agresiones cometidas por el Ejército en contra de civiles en medio de un operativo militar en Puerto Leguizamó, Putumayo. **Posteriormente, los periodistas reportaron haber recibido insultos e intimidaciones a través de redes sociales. Algunos de estos mensajes incluso venían de otros colegas.**





De manera similar el pasado 28 de marzo el candidato del Pacto Histórico, Gustavo Petro, publicó en su cuenta de Twitter el mensaje “Neonazis en RCN”, citando una columna de opinión publicada en Noticias RCN que criticaba la propuesta del candidato de modificar el sistema de pensiones en el país. **Además de señalar al columnista de pertenecer a un grupo neonazi, el mensaje asociaba al medio, en el cual trabajan cientos de personas en todo el país, con esa ideología extremista. Después de estas afirmaciones aparecieron numerosas publicaciones intimidantes en Twitter en contra de RCN, sus directivas y trabajadores.**

Una situación similar se presentó cuando Noticias Caracol publicó una investigación en la que revelaba que el hermano de Gustavo Petro se reunió con políticos condenados por corrupción en la cárcel La Picota. **Con posterioridad a esa publicación, seguidores de Petro publicaron numerosos mensajes violentos en Twitter contra el medio de comunicación y contra Ricardo Calderón, quien lideró el trabajo investigativo.**

Estas agresiones siguen un patrón en donde los comentarios de líderes políticos estimulan el descrédito y la hostilidad hacia el periodismo. De esta forma se genera un entorno permisivo en donde simpatizantes de estos líderes se sienten autorizados para intimidar a periodistas.

Las declaraciones de los candidatos Gómez y Petro incumplieron con el deber que tienen como figuras públicas de mantener un discurso favorable a la libertad de expresión. Sus declaraciones fueron interpretadas por los seguidores de cada candidato como una invitación para agredir digitalmente a los y las periodistas que estaban siendo señalados. **Si bien estos ataques no se trasladaron al terreno de lo físico, deben tomarse con seriedad en un país en donde se han asesinado 162 periodistas por razones de su oficio.**

Esto sucede en un contexto en donde entre el 1 de enero y el 20 de mayo del 2022, la FLIP

registró que 97 medios y periodistas fueron amenazados. En este mismo periodo en 2018, durante las últimas elecciones presidenciales, la FLIP registró 61 víctimas de amenazas. **El 2022 es el periodo electoral más violento para la prensa en la última década.**

Además, la FLIP documentó veintidós agresiones a periodistas que cubrían la campaña al congreso y otras cuatro durante la campaña presidencial. **De ese total de veintiséis agresiones, once fueron estigmatizaciones realizadas por candidatos o funcionarios que estuvieron acompañadas por un efecto cascada en donde simpatizantes de estos políticos atacaron en línea a los y las periodistas, en ocasiones de maneras evidentemente coordinadas.**

Ejps: <https://twitter.com/piedadcordoba/status/1515440633909071878>

Instigación al odio racial

Otro hecho de preocupación fue la difusión de contenidos racistas como parte de la discusión pública en torno a la carrera presidencial. Estos contenidos se hicieron cada vez más prevalentes luego de la designación de Francia Márquez como fórmula vicepresidencial de Gustavo Petro.

Luego del 23 de marzo, día en que Márquez fue anunciada como fórmula del pacto histórico, comenzaron a crearse tendencias en Twitter que posicionaron hashtags y palabras como “king kong”, “gorila”, “simio” y similares en un intento por denostar a la candidata. **El mensaje de algunas de estas expresiones fue amplificado por políticos y cuentas con alta incidencia en el debate en redes quienes dieron like o retwittearon esos mensajes.**



MARBELLE ✓
@Marbelle30

Cacas y king kong ! 😂🤔

[Traducir Tweet](#)



Putin Afro @Gm1Libar · 4h

En respuesta a @Marbelle30

El 29 de mayo vas a tener que cerrar esa pinche cuenta !!!



Estas expresiones constituyen una violación a las normas de Twitter que prohiben las expresiones que incitan al odio racial en estos terminos: “*consideramos imágenes de incitación al odio los logotipos, símbolos o imágenes cuyo propósito sea fomentar la hostilidad y la malicia contra otras personas por motivo de su raza, religión, discapacidad, orientación sexual, identidad de género, origen étnico u origen nacional*”. Esto incluye “*imágenes donde se representa a otras personas como algo inferior a un ser humano o que se modificaron con símbolos de incitación al odio, por ejemplo, alterar imágenes de individuos que incluyan características de animales*”.

Mientras se consolidaban estas tendencias que asociaban a la candidata con imágenes de simios, un grupo de políticos realizaron señalamientos engañosos con elementos de desinformación sobre Márquez.

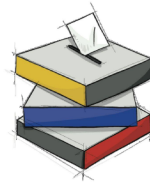


La FLIP y la MOE preguntaron a Twitter sobre estos hechos y mediante un correo electrónico respondió: “queremos que la experiencia de todos en Twitter sea libre de abusos, hostigamiento y otros comportamientos que puedan distraer o distorsionar la conversación pública”. También afirmó estar **“en contacto con los partidos nacionales y los dirigentes electorales, para asegurarnos de que saben cómo denunciar las actividades sospechosas, el abuso y el incumplimiento de las reglas. Los actores clave que participan en dichas elecciones también cuentan con canales para escalar directamente cualquier problema o inquietud”**.

Con relación al caso de Francia Márquez, Twitter manifestó: “tenemos cero tolerancia frente al [comportamiento abusivo](#) dirigido hacia las personas con base en las categorías protegidas. Esto incluye a mujeres, personas de color, miembros de la comunidad LGBTQ+ y comunidades marginadas e históricamente subrepresentadas”.

Twitter ya ha actuado contundentemente para impedir expresiones de odio racial publicadas por usuarios en Estados Unidos, por lo que **resulta necesario revisar cómo fortalecer la implementación de estas políticas en Colombia para garantizar que ese tipo de mensajes sean excluidos del debate**. La FLIP y la MOE invitan a Twitter y Facebook a la realización de una mesa técnica de trabajo previa a una posible segunda vuelta para poder dialogar sobre estas preocupaciones y buscar maneras de promover mayor salud en la conversación pública.

Para la FLIP y la MOE el acoso, las amenazas y el alto nivel de violencia presentes



durante la campaña han afectado gravemente la libre circulación de ideas. Con ello, se han creado obstáculos para que la ciudadanía pueda acceder a una amplia gama de opiniones y decidir —de manera informada— a qué candidatura entregar su voto.

El año pasado las Relatorías de Libertad de Expresión de las Naciones Unidas y de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos afirmaron que *“la creciente incidencia de la ‘incitación al odio’ en línea y fuera de ella, la desinformación y la peligrosa retórica contra los medios de comunicación, los defensores de los derechos humanos y los grupos en riesgo de discriminación, incluso por parte de liderazgos políticos y funcionarios públicos”* disuade el ejercicio de la libertad de expresión, reduce la diversidad de información en la sociedad y engaña a los ciudadanos.

La FLIP y la MOE hacen un llamado a que en la recta final de estas elecciones, las campañas y los liderazgos políticos se abstengan de promover la violencia en el lenguaje y mantengan un discurso público favorable a la protección de los derechos humanos y al libre flujo de información. Estos son requisitos indispensables para la celebración de unas elecciones libres y democráticas.

Con este fin, la MOE promovió la firma del Pacto para la no violencia política entre los candidatos en redes sociales. Este busca acabar con los mensajes que inciten el odio en las redes sociales y que la ciudadanía pueda encontrar en las cuentas de los candidatos ideas y propuestas de campaña.

Mayor información

Mónica Acosta López, coordinadora de comunicaciones. 312 320 37 79

Comunicaciones FLIP. 310 3419744

