

Desinformación campante en elecciones bolivianas

El Ciudadano · 22 de octubre de 2019



Redes sociales, drogas, grandes medios de comunicación, revueltas en Santa Cruz, ONG's fantasmas y mucho más en estos comicios electorales en el país andino

Democratización del internet

Las elecciones hoy en día tienen como novedad una mayor utilización del marketing político a través de redes sociales, que es un dato innovador en el escenario electoral.

En el caso de Bolivia esto viene motivado principalmente por un incremento en los últimos años del acceso al servicio de Internet. Según datos de la ATT, autoridad reguladora de las telecomunicaciones en Bolivia, de 2012 a 2017 la cobertura del servicio de internet mantuvo una tendencia creciente, superando desde hace unos años a otros servicios tradicionales como el móvil.

La Encuesta Nacional de Opinión sobre Tecnologías de la Información, realizada en 2016 por la ATT, reveló que el 62% de quienes acceden a Internet lo hacen para consultar redes sociales, siendo Facebook (94%) y WhatsApp (91%) las más utilizadas, seguidas de Youtube (40%) y Twitter (17%).

Esto deja bien claro dos cosas 1.- La política de promover la accesibilidad a Internet de Morales ha sido exitosa (aunque ahora le juegue en contra) 2.- Las redes sociales juegan un papel fundamental en la vida de los bolivianos con acceso a Internet.

Las maniobras digitales de la derecha

Una derecha preocupada por la posible victoria de Evo Morales busca desdibujar el pasado neoliberal del principal opositor, **Carlos Mesa** (como vicepresidente de Sanchez de Lozada acompañó la Ley de Privatizaciones y tuvo que renunciar a su presidencia en medio de las protestas sociales) y del santacruceño **Oscar Ortiz** (funcionario del dictador Hugo Banzer que, ¡Oh casualidad!, también proponía privatizaciones tan controvertidas como la del agua en el año 2000) y centra la campaña por redes en la desacreditación del actual presidente.

Uno de los ejes preferidos es la pretendida asociación de Morales al narcotráfico.

Algunas noticias que circularon por WhatsApp y Facebook pueden parecer ridículas para gran parte de la ciudadanía, pero para un sector resulta altamente creíbles. Por ejemplo, un posteo mostraba **una supuesta captura de pantalla con la cuenta de Twitter** de Evo Morales, donde había una foto en la que aparecía de joven, comiendo con Pablo Escobar y con el Chapo Guzmán a quienes alegóricamente saludaba por el “Día del Maestro” y hacía una referencia a la industrialización de la coca... Ese posteo, como los que circulan mostrando un Evo que dice que va a “legalizar la marihuana” está cruzando fronteras y viralizándose incluso entre lxs posibles votantes migrantes que sin una percepción directa de la realidad de su país de origen, se mantienen informadxs muchas veces sólo por estos medios o por sus contactos cercanos. Acá radican **dos de las claves de que estas noticias falsas funcionan**: por un lado, la red de confianza (familia, amigxs) es mucho más potente que otras fuentes de información; y por otro lado la velocidad y comodidad de las redes va dejando de lado el ejercicio de verificación de la información.

 2 h • 👤

Ala bierda 🤔



Efrain Quispe Quelali

oct. 9 a las 19:50 • 🌐



a caray no se diga mas...
vamos evo ...contigo somos mas XD
😄😄😄

👍 👍 👍

 Tú y 3 personas más

 Me divierte

 Comentar

 Compartir

La comunicación por WhatsApp y los posteos en Facebook parecen ser el el mejor campo para las *fake news* no sólo por la dificultad del chequeo de la información sino, sobre todo, por su recorte y descontextualización. Pareciera no haber hilos conductores entre los candidatos y una historia que despojó a Bolivia de sus recursos y que hundió al país en la pobreza, o entre el MAS y los números de crecimiento y estabilidad económica.

Mucho más fuerte que la veracidad de la información es la apelación a lo emocional (por ejemplo, cuando inventaron un supuesto hijo abandonado por Evo), a lo escandaloso (Evo llamando “maestros” a Escobar y al Chapo Guzmán) y al miedo (“los masistas están infiltrando 500 personas entre civiles y policías para provocar un enfrentamiento y declarar estado de sitio”, dice un posteo atribuido a la Unión Juvenil Cruceñista).

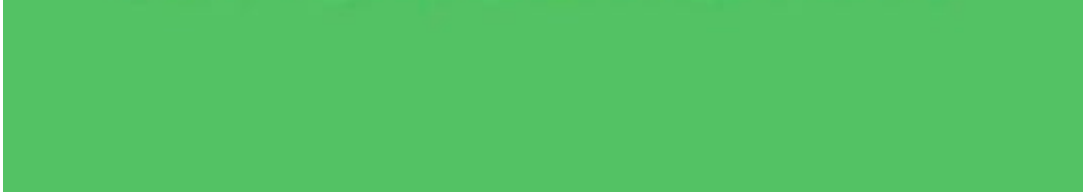
Con Evo Morales como bastión irreductible de los gobiernos populares en América Latina, las elecciones en Bolivia se convirtieron en otro campo de batalla para las nuevas formas de hacer comunicación política.

COMUNICADO URGENTE

La UNIÓN JUVENIL CRUCEÑISTA, informa a sus afiliados y toda la juventud.

La confirmación que los Masistas están infiltrando 500 personas entre civiles y policías para provocar un enfrentamiento con la finalidad de generar convulsión social para militarizar la ciudad, declarar un estado de sitio y en consecuencia suspender las elecciones.

Por tal motivo cambiamos nuestro lugar de encuentro al 4TO ANILLO, CAMBODROMO A HRS 12:30 DEL MEDIODIA.



¿Segunda Vuelta?

Con más del 95% de votos escrutados, Morales obtenía un 46,86% y el candidato Carlos Mesa, un 36,72%. La legislatura boliviana establece que para que exista una segunda vuelta Morales debía tener menos de 40% de aprobación o sacar menos de 10 punto de ventaja contra su oponente más cercano, en este caso el expresidente Mesa.

La ley es clara, la normativa electoral es pública y notoria, el Tribunal Supremo Electoral de Bolivia ha dado declaraciones y todavía hay grande empresas de comunicación como CNN o BBC que abogan por una segunda vuelta de elecciones presidenciales en el país andino haciendo ver que «el pueblo boliviano» ha salido a la calle a exigir su legítimo derecho de tener otro presidente.

Notas finales

Todo sistema desarrolla sus anticuerpos. También en Bolivia (como en Argentina y en México) los sectores ligados al poder económico armaron su propio *“portal de verificación de noticias”* para *“combatir la desinformación en tiempo electoral”*. Se llama Bolivia Verifica y lo crearon la Fundación para el Periodismo (FPP) y el Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social (Ceres). La primera es dirigida por Renán Estenssoro y su *director ejecutivo* es Juan Carlos Salazar, que *hizo fomentó la información (desmentida por Morales) de que el presidente tenía un hijo no reconocido y que catalogó al gobierno de “populista”, mentiroso y lo denunció en 2016 ante la ONU por “agresiones verbales, acoso y hostigamiento”*. El CERES tiene en su Consejo

Directivo a directivos del sector bienes raíces y hotelero, de Compañías Forestales, de Young & Rubicam y de OCA, por ejemplo. El portal aparenta chequear las noticias falsas que afectan tanto a los candidatos del gobierno como a los de otros partidos políticos, pero es difícil pensar que los intereses de sus fundadores van a ir contra los intereses privatizadores y liberales entre los que oscila la oposición al masismo.

¿Cómo se sale de estas noticias falsas, de estas aseveraciones cruzadas en las que es difícil rastrear la verdad? Uno de los caminos es contrastar con la realidad, con el crecimiento económico que efectivamente atraviesa a los hombres y mujeres de Bolivia en su vida cotidiana, haciendo comunicación popular desde las comunidades. Esto es, no atándose al discurso ambiguo de un “manual de estilo del periodismo independiente” gestado en alguna empresa u ONG periodística ni a mensajes sin trama de las redes sociales, sino escuchándose como pueblo, creando comunicación desde las comunidades, construyendo discurso desde las vidas de las y los ciudadanxs bolivianos que pueden rastrear, en su historia y en su presente, el paso de la Bolivia de fines de 2005 a la Bolivia de 2019. El domingo 20 de octubre se verá qué voces se han hecho escuchar más fuerte.

Con información de Mariela Pugliese Lacorte Radio Gráfica y César Saravia La Haine

Te podría interesar

Elecciones en Bolivia: Denuncian la difusión de noticias falsas respecto a supuesto apoyo a Carlos Mesa

«Prensa objetiva»: ABC News transmite video de un ‘show’ militar en EE. UU. y asegura se trata de un bombardeo en Siria

Fuente: El Ciudadano