DEMOCRACIA VIRTUAL

I. COMUNICACION POLITICA

II. TECNOLOGÍAS Y ELECCIONES

III. FINANCIACIÓN VIRTUAL

Misión de Observación Electoral

ELECCIONES
PRESIDENCIA & CONGRESO
2018-2022

moecolombia

@moecolombia

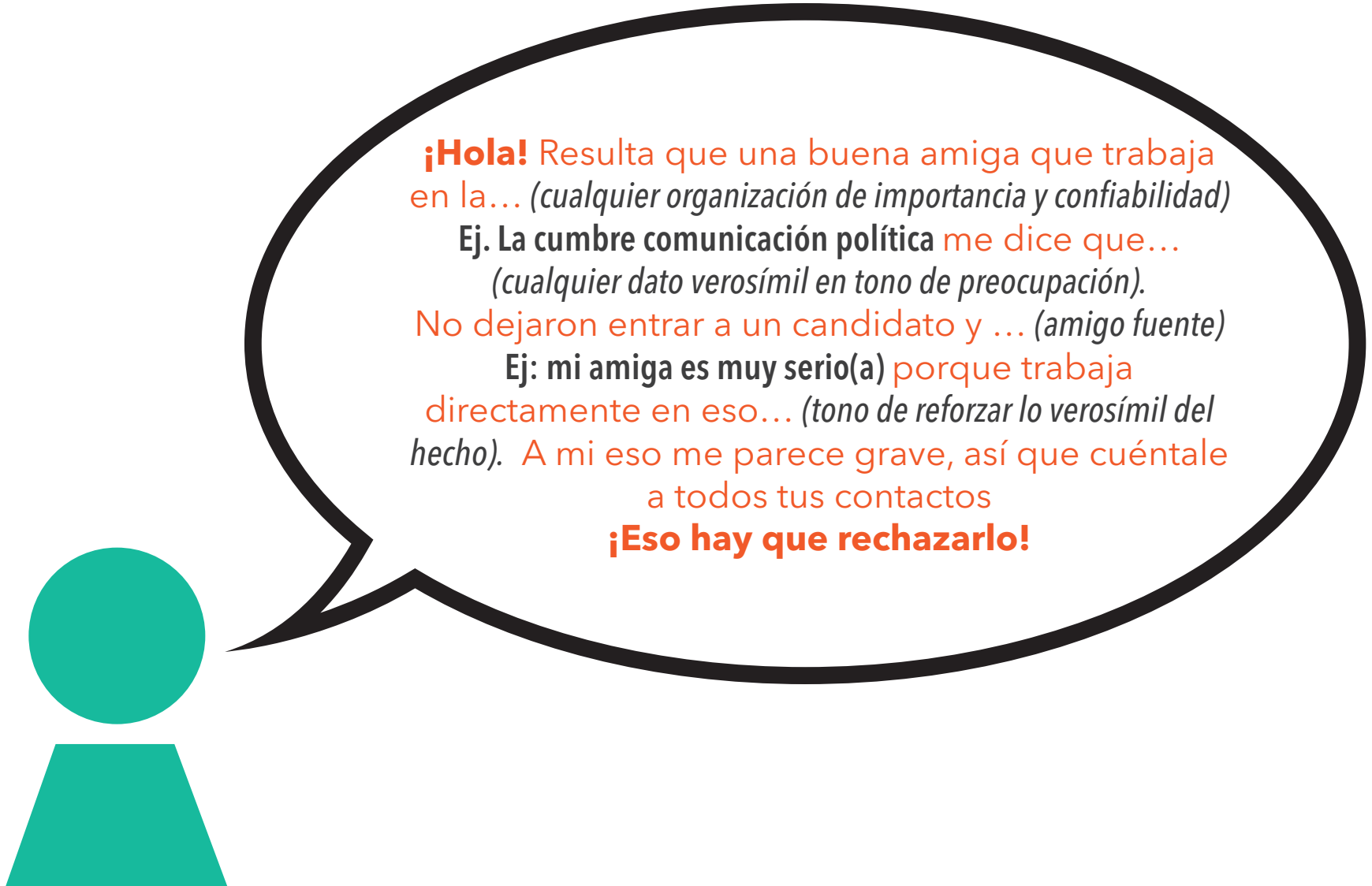
moecolombia

comunicacionmoe

XVIII CURSO INTERAMERICANO ELECCIONES & DEMOCRACIA

MEXICO, 29 noviembre 2018.

I. COMUNICACIÓN POLÍTICA



COMUNICACIÓN POLÍTICA

PÚBLICA

- Twitter
- Facebook
- Instagram
- YouTube

PRIVADA

- Corporativas
- Nichos Sociales
- Clubes

FICHA TÉCNICA

Periodo de análisis

Enero a Junio 2018

Análisis Web

Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Blogs.

Número de menciones

44.871.873

ÍNDICE

I.Discurso de Intolerancia

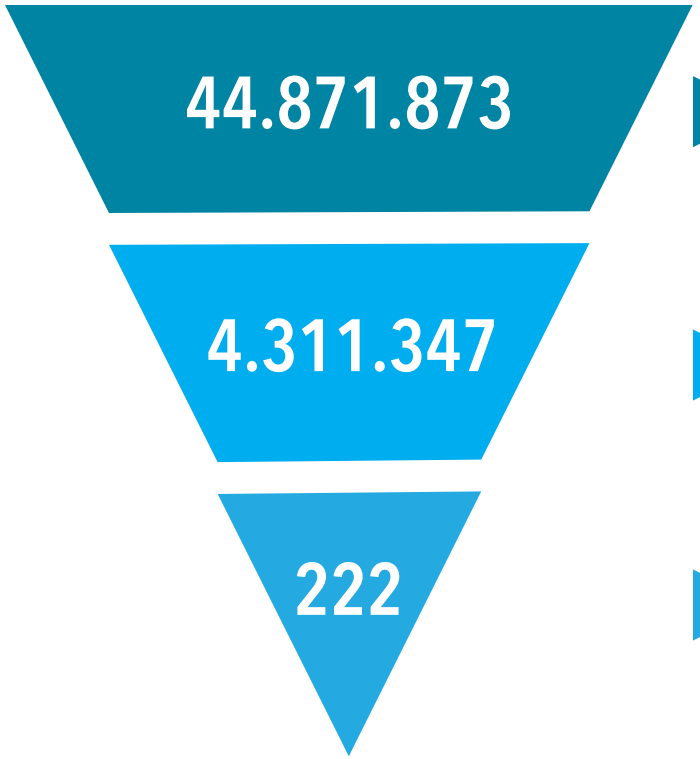
- Elecciones consulta 11 de marzo (1 enero- 4 marzo)
- Primera vuelta (5 marzo- 27 mayo)
- Segunda vuelta (1 junio-17 junio)

II.Fake News

- Estudio específico: FRAUDE
- Elecciones consulta 11 de marzo (1 enero- 4 marzo)
- Primera vuelta (5 marzo- 27 mayo)
- Segunda vuelta (1 junio-17 junio)

DISCURSO DE INTOLERANCIA

DATOS GENERALES



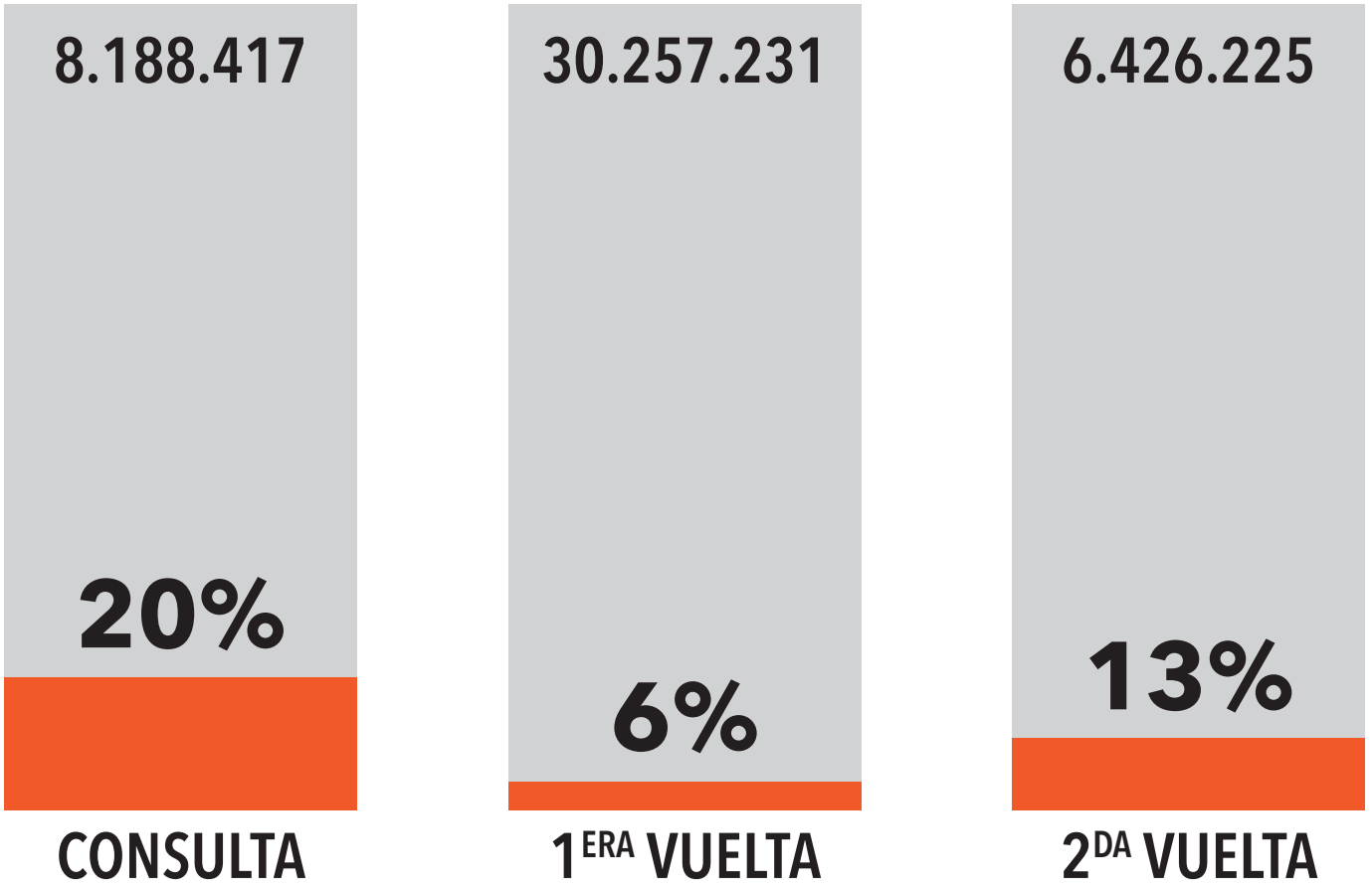
Estas fueron las menciones de la conversación electoral **durante los meses comprendidos entre enero a junio de 2018.**

De estas se desprendió el 10% relacionado con **mensajes deintolerancia y polarización.**

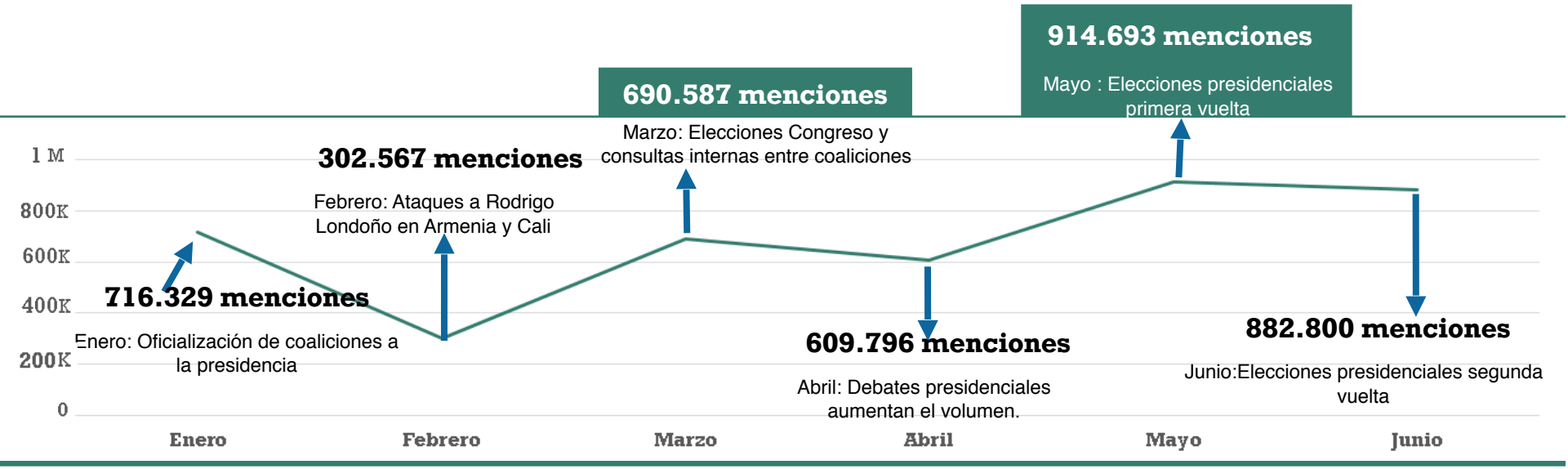
Del 100% (14.098) de la conversación de los candidatos, el 2% (222) **contiene algún mensaje que promueve estos sentimientos.**

PERIODOS DE ANÁLISIS

Proporción: Conversación/ Intolerancia



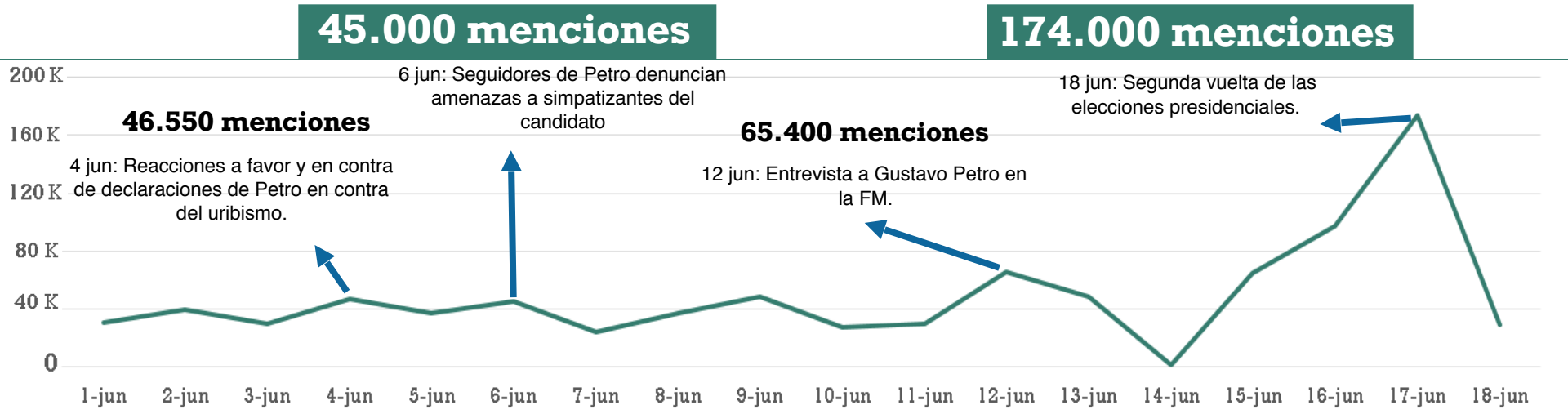
HITOS EN LA CONVERSACIÓN



Base 4.311.347 menciones. 1 de enero al 17 de junio 2018

Fuente: Herramienta Big Data Acceso Net Monitor

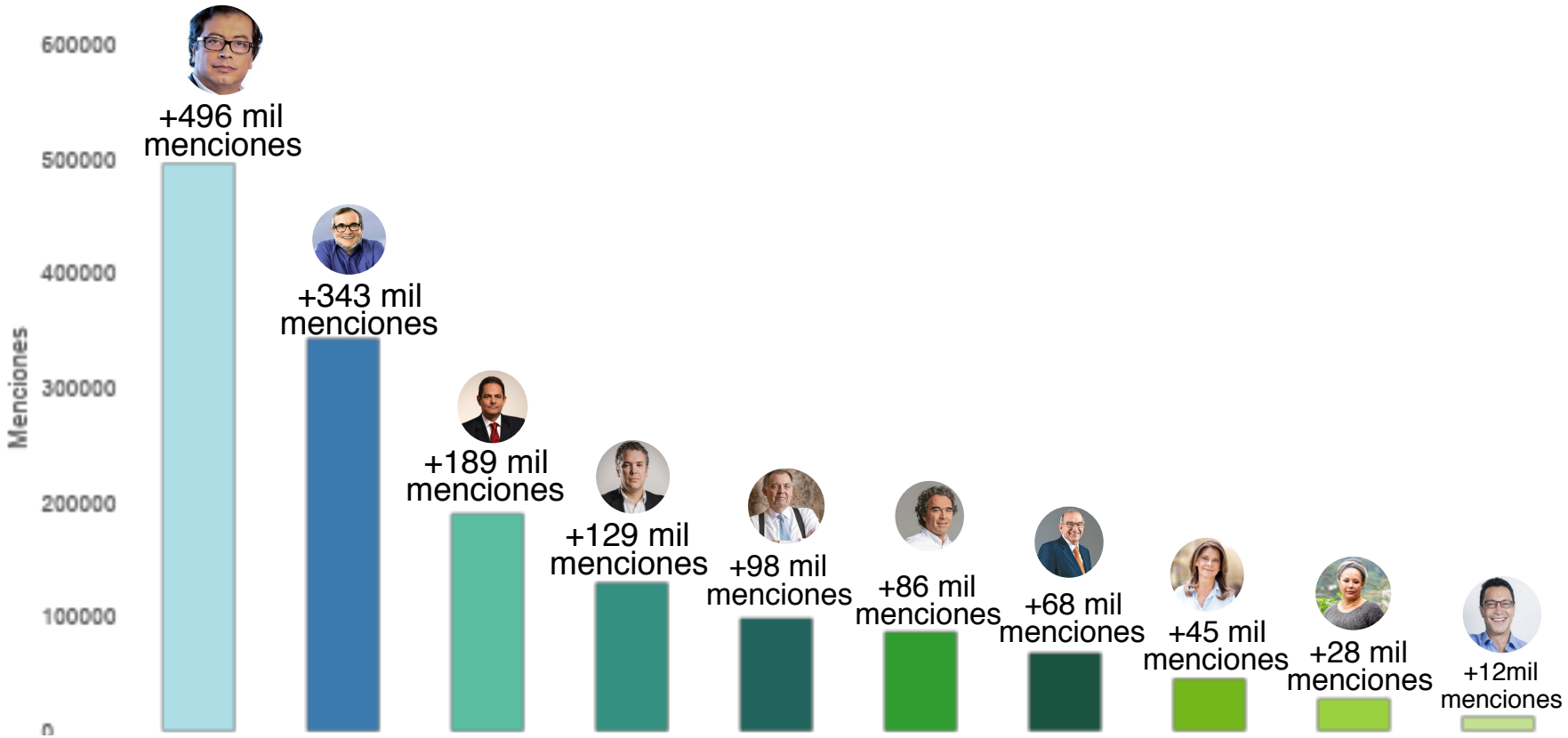
HITOS EN LA CONVERSACIÓN



Base 822.800 menciones. 27 de mayo al 17 de junio 2018

Fuente: Herramienta Big Data Acceso Net Monitor

INTOLERANCIA Y CANDIDATOS

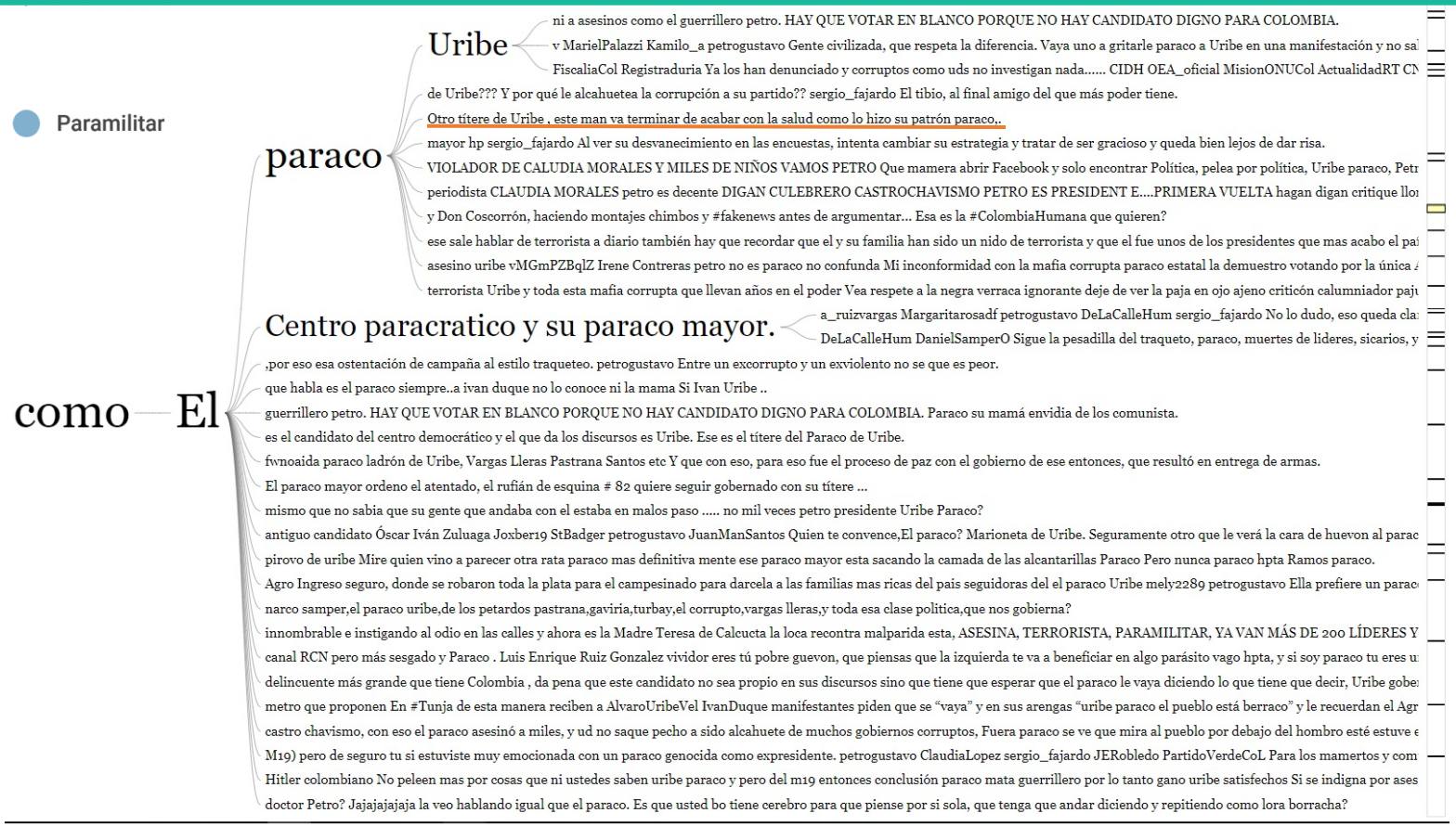


1.509.483

Menciones de defensa o ataque entorno a los candidatos con respecto a las elecciones

ANÁLISIS DE DISCURSO

ANÁLISIS DEL DISCURSO



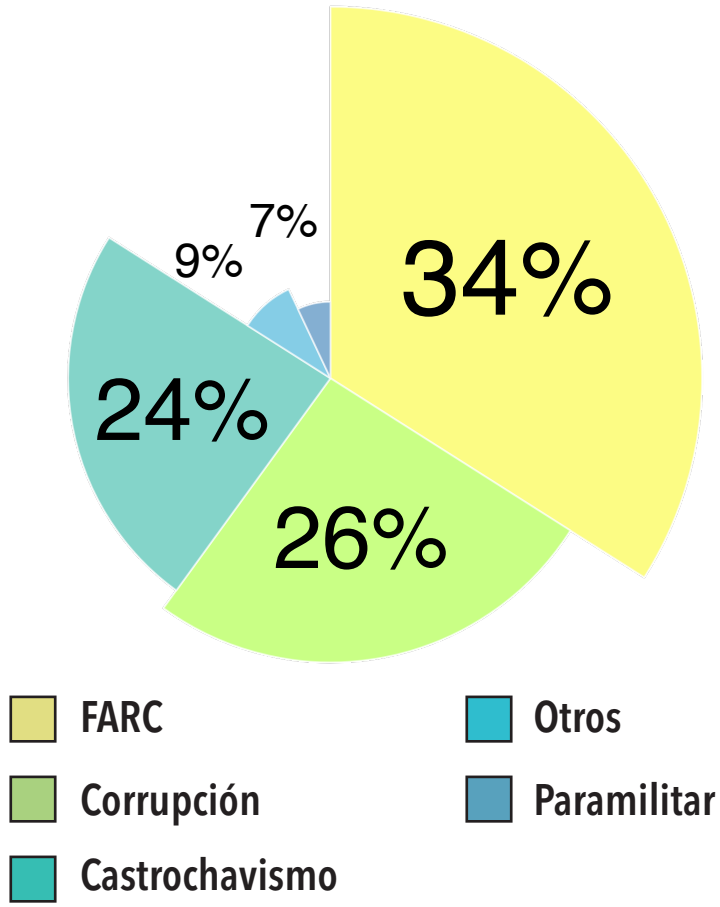
Otro títere de Uribe, este man va terminar de acabar con la salud como lo hizo su patrón paraco...

ARGUMENTOS MÁS COMUNES DE ATAQUE

- **El argumento de ataque más común en redes sociales para generar intolerancia y polarización** es el odio contra las Farc con el 34% de la conversación de intolerancia (1.509.483).

- **Seguido por** la Corrupción con el 26%, Castrochavismo 24% y Paramilitarismo con el 7%.

Primer periodo
Consulta 11 marzo 2018

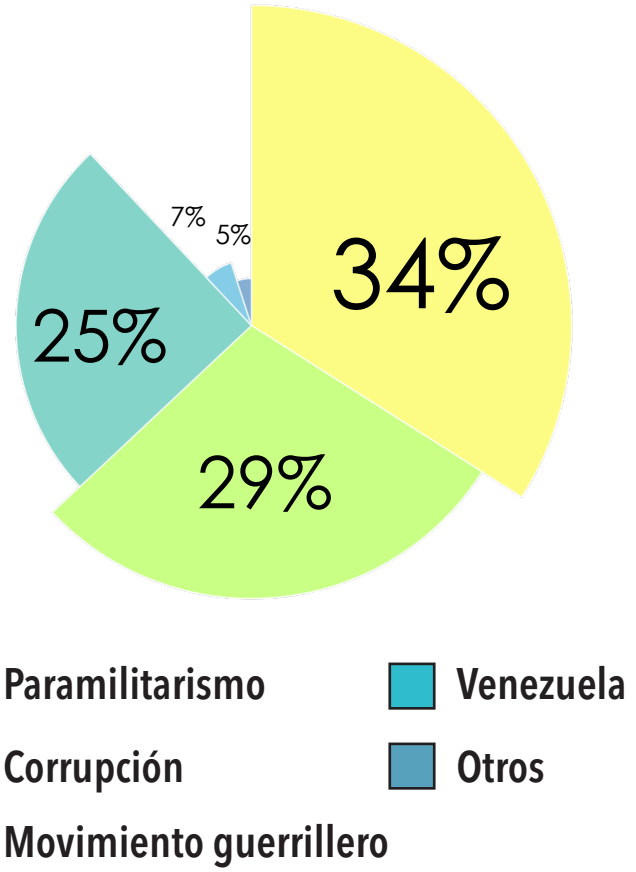


Base 1.509.483 menciones 1 de enero al 4 de marzo 2018
Fuente: Herramienta Big Data Acceso Net Monitor

ARGUMENTOS MÁS COMUNES DE ATAQUE

- **El argumento de ataque más común en redes sociales para generar intolerancia y polarización fue el paramilitarismo con** el 34% de la conversación deintolerancia, seguido por temas de corrupción con el 29%.
- En tercer lugar se encuentran las menciones a cualquier grupo guerrillero activo o desmovilizado (FARC, M19, EPL, ELN, etc.) con el 25%.
- En contraste con la lectura anterior, **el tema "FARC" abandona el primer puesto.**

Segundo periodo 1era Vuelta Presidencial



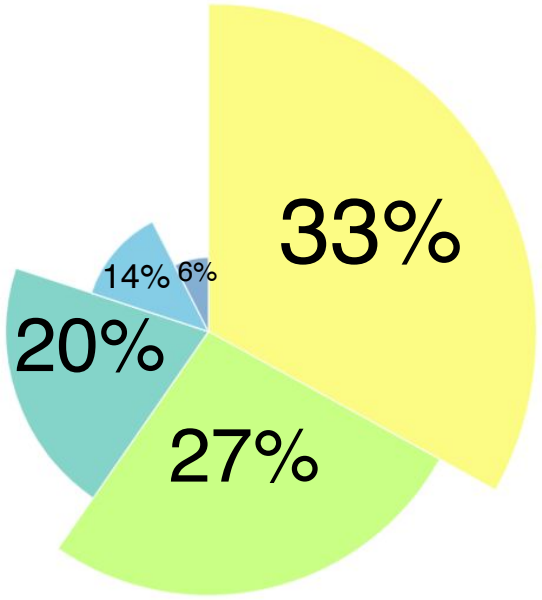
Base 1.724.489 menciones 12 de marzo al 31 de mayo de 2018
Fuente: Herramienta Big Data Acceso Net Monitor

ARGUMENTOS MÁS COMUNES DE ATAQUE

- **El argumento de ataque más común en redes sociales para generar intolerancia y polarización la amenaza de otra Venezuela** o el Castrochavismo con el 33% de la conversación de intolerancia (822.800).

- **Seguido por** las FARC con el 27%, Corrupción 20% y Paramilitarismo con el 14%.

Tercer periodo
2da Vuelta Presidencial



Base 820.800 menciones 1 de junio al 17 de junio 2018
Fuente: Herramienta Big Data Acceso Net Monitor

FAKE NEWS

CASO:

PRIMO DE IVÁN DUQUE PREPARA FRAUDE EN LA REGISTRADURÍA

NACIMIENTO DE LA NOTICIA

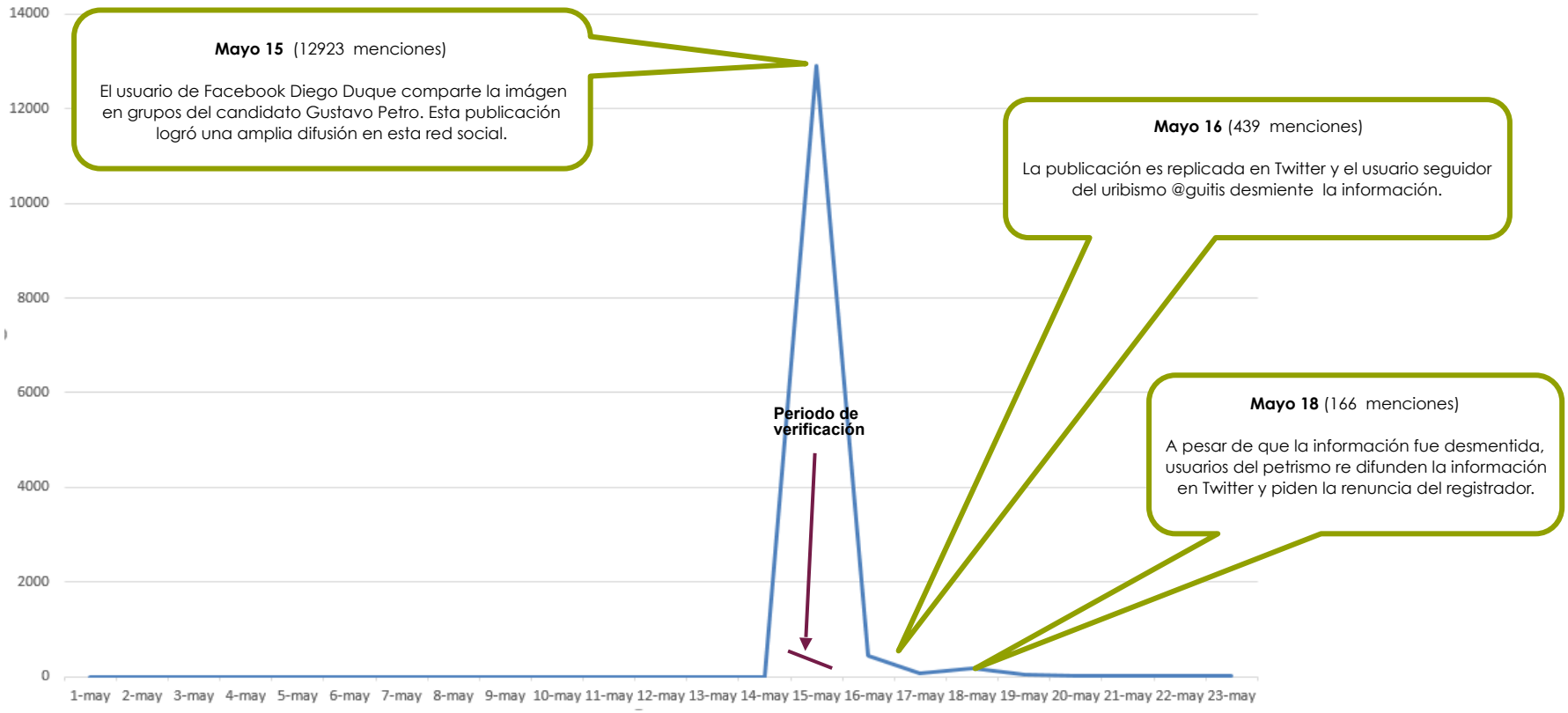
13.816
MENCIONES

La noticia falsa tuvo su origen en grupos de Facebook de los seguidores del candidato Gustavo Petro.

El primer usuario que publicó esta imagen fue Diego Fernando Duque quien cuenta con cerca de 1.100 amigos y 219 seguidores. Sin embargo, al parecer este usuario es un bot por características anormales en su perfil.

Esta publicación logró por sí sola 12.857 compartidos. Posteriormente esta fotografía fue ampliamente difundida por diferentes usuarios en los grupos petristas.

COMPORTAMIENTO EN EL TIEMPO

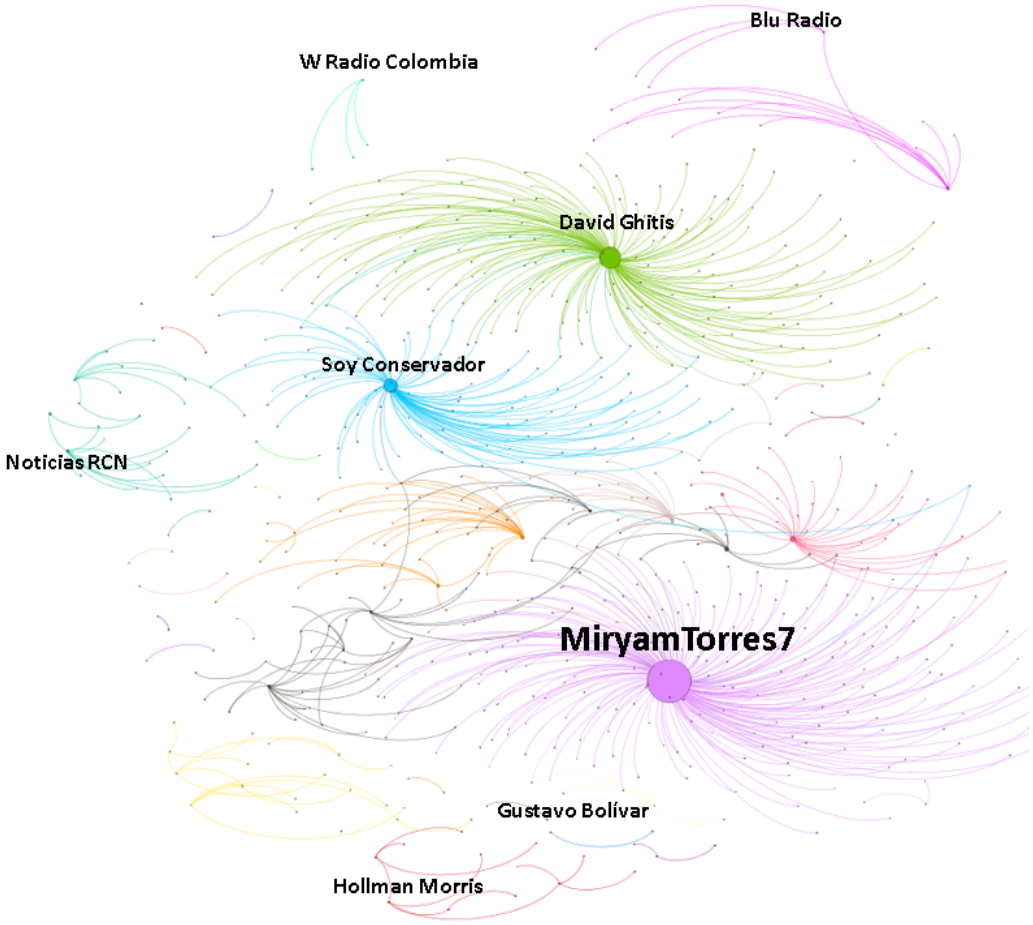


EVOLUCIÓN DE LA NOTICIA

- **Dos días después de ser desmentida, aún la noticia es comentada en Twitter como un rumor, alimentado por los pedidos de renuncia del Registrador, junto con otra noticia en relación a la denuncia de las fallas del software de la Registraduría, que podrían resultar en un fraude.**

- **@MiriamTorres7 fue retuiteada 89 veces, y a su vez muchos usuarios la citaron. Es la primera que conecta las dos noticias, alimentando el ciclo de vida de la falsa noticia con una en desarrollo (la del posible fraude).**

COMUNIDADES



- En el grafo se observa claramente la división entre las dos comunidades.
- La comunidad morada representa la comunidad que propaga la noticia con la usuaria @MiryamTorres7 es replicada por otros usuarios y alrededor de ella se crean otras comunidades lideradas por representantes del petrismo como Hollman Morris y Gustavo Bolívar.
- Por otra parte las comunidades azul y verde representan la comunidad que desmiente la noticia, siendo liderada por David Ghitis (influenciador del uribismo) y el partido conservador.
- Se destacan que aunque los medios participan en la conversación, liderando comunidades, no logran conectarse con las principales y por ello es poco el impacto que tienen a la hora de desmentir la noticia.

CASO:

ALIANZA ENTRE CANDIDATOS TRAS EL DEBATE DE YOUTUBERS

NACIMIENTO DE LA NOTICIA

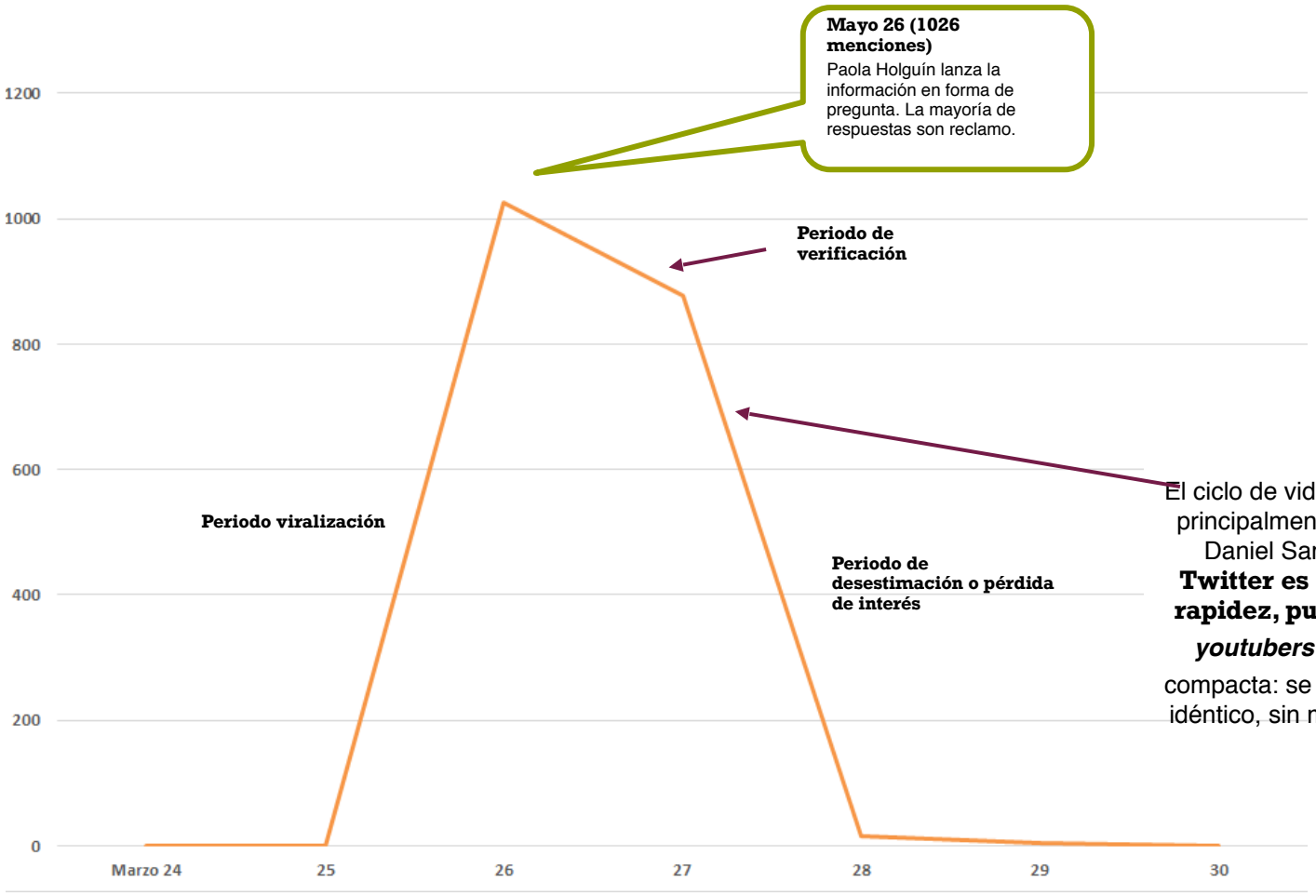
2.272
MENCIONES

Tras una publicación de Paola Holguín, senadora del Centro Democrático (115k seguidores), el 26 de mayo, el columnista Daniel Samper Ospina desmiente que su debate #YoutubersvsCandidatos, del 22 de mayo, haya sido una reunión para sellar una alianza entre De la Calle, Fajardo y Petro.

Si bien el trino de la senadora no es una afirmación sino una pregunta, la fotografía es utilizada para inducir el hecho como posible.

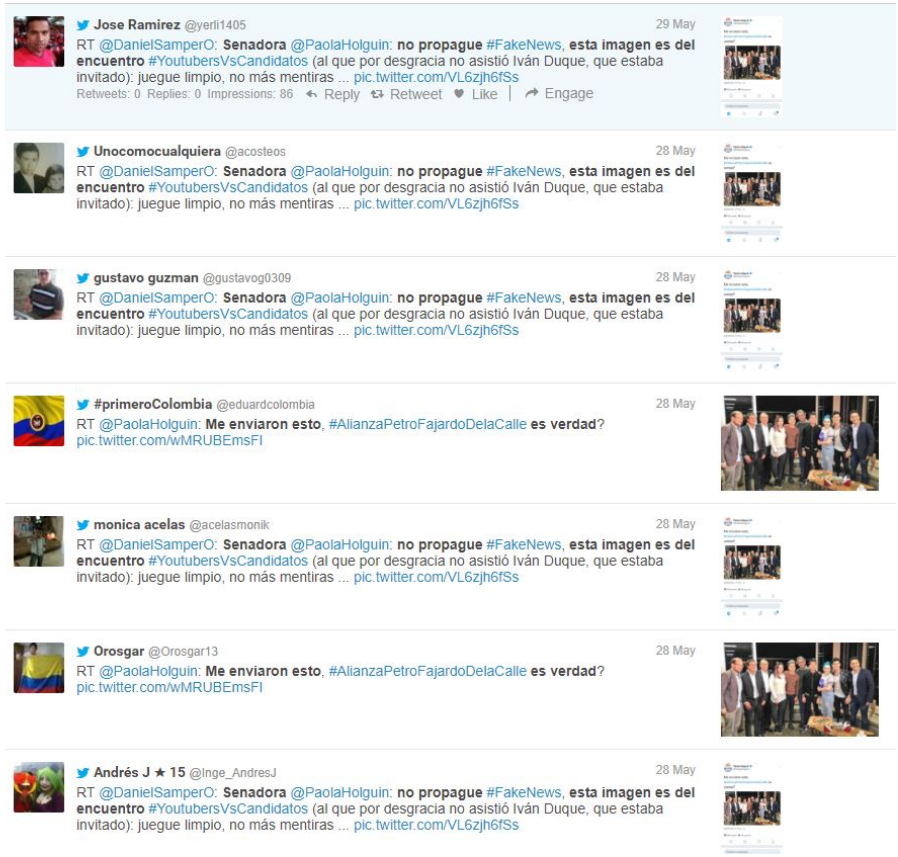
Al día siguiente conecta en hilo a un trino de Iván Cepeda, que invita a la coalición en segunda vuelta. Como tal, tampoco es un sustento válido para responder afirmativamente la pregunta.

COMPORTAMIENTO EN EL TIEMPO



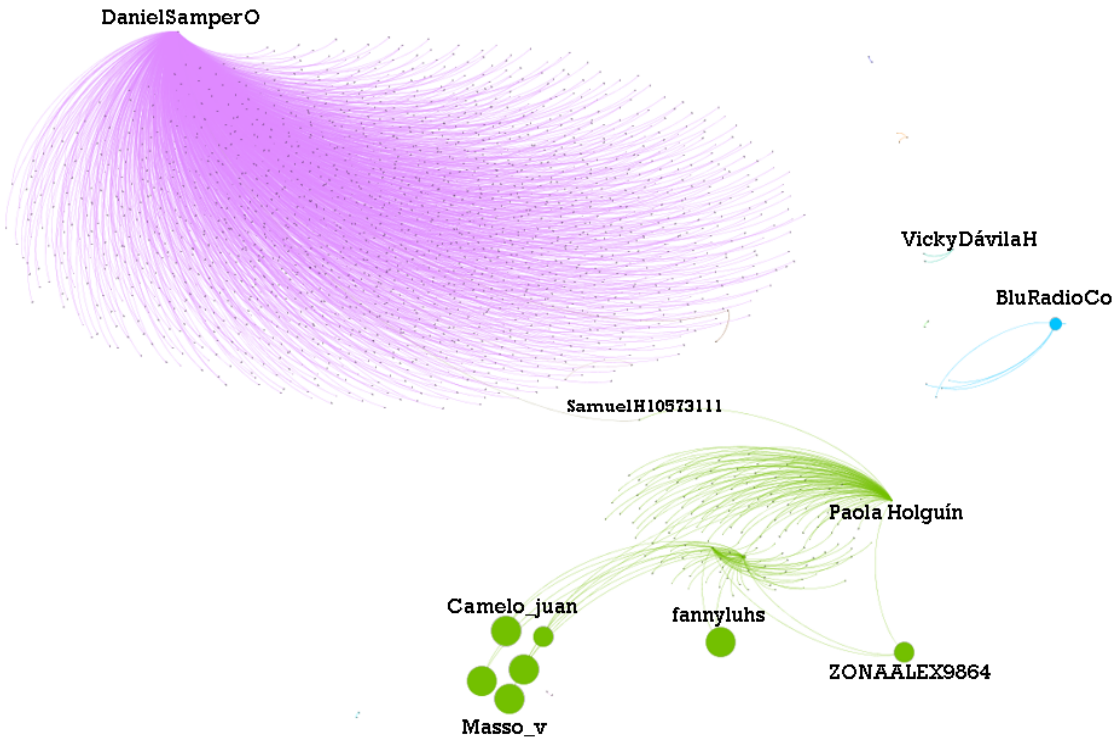
El ciclo de vida de la falsa alianza es efímero, principalmente por la rápida desmentida de Daniel Samper. **El público joven en Twitter es increpado y responde con rapidez, puesto que en la foto figuran *youtubers* reconocidos.** La oleada es compacta: se retuitea o menciona el mensaje idéntico, sin mayores opiniones individuales.

MUERTE DE LA NOTICIA



Después de la oleada de respuestas exigiendo rectificación, y escasas reacciones retransmitiendo el trino original, su difusión se desploma hasta casi desaparecer tres días después, el 30 de mayo. A esta fecha, Paola Holguín no ha rectificado en su cuenta ni ha borrado el trino.

COMUNIDADES



- En esta noticia se registran menos comunidades pero muchos más contundentes en su participación.
- La comunidad verde liderada por la senadora del Centro Democrático Paola Holguín es la encargada de iniciar la noticia y es apoyada por diferentes cuentas que propagan la noticia.
- Sin embargo la comunidad morada liderada por Daniel Samper Ospina quien se encarga de desmentir la noticia genera mucho mayor impacto.

  La conexión entre ambas comunidades se genera por el usuario @SamuelH1057311.
- Nuevamente se observa que el papel de medios y periodistas no genera mayor impacto.

NACIMIENTO DE LA NOTICIA

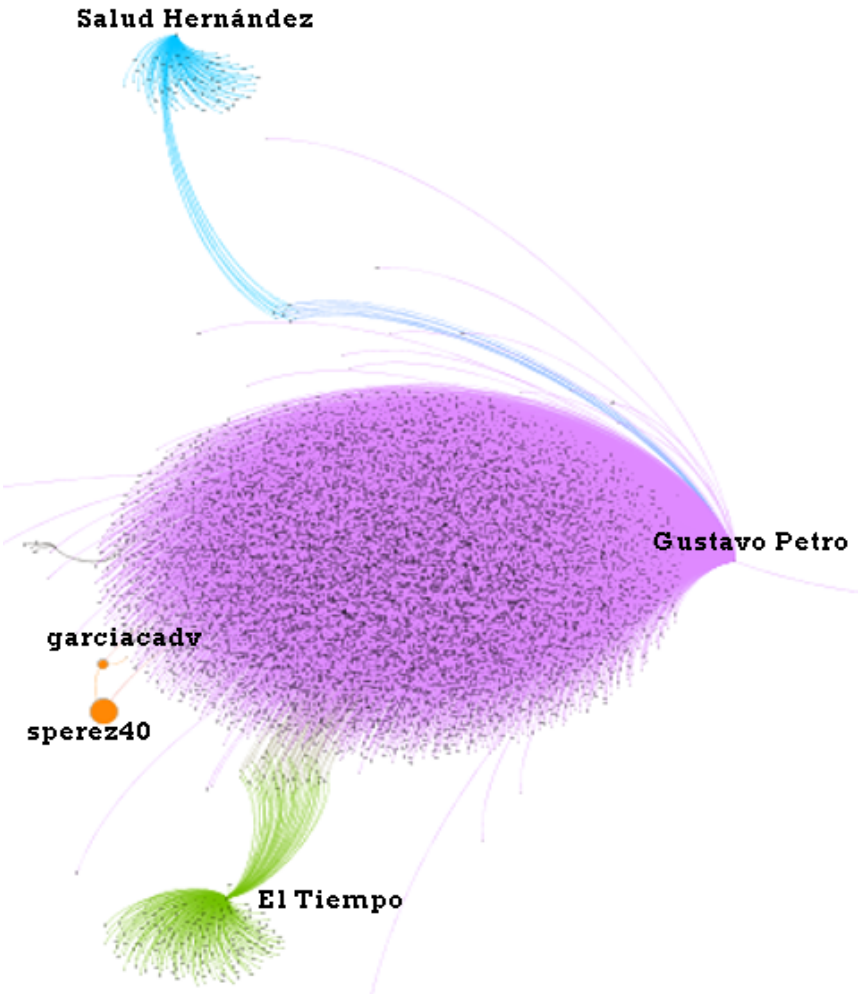
14.637
MENCIONES + RT's

El candidato Petro denuncia una supuesta cadena de Whatsapp en donde miembros de las FARC portan camisetas con el logo de su campaña presidencial.

En realidad es un montaje de un acto dentro de la Décima Conferencia del ahora partido político. La foto es de septiembre 22 de 2016.

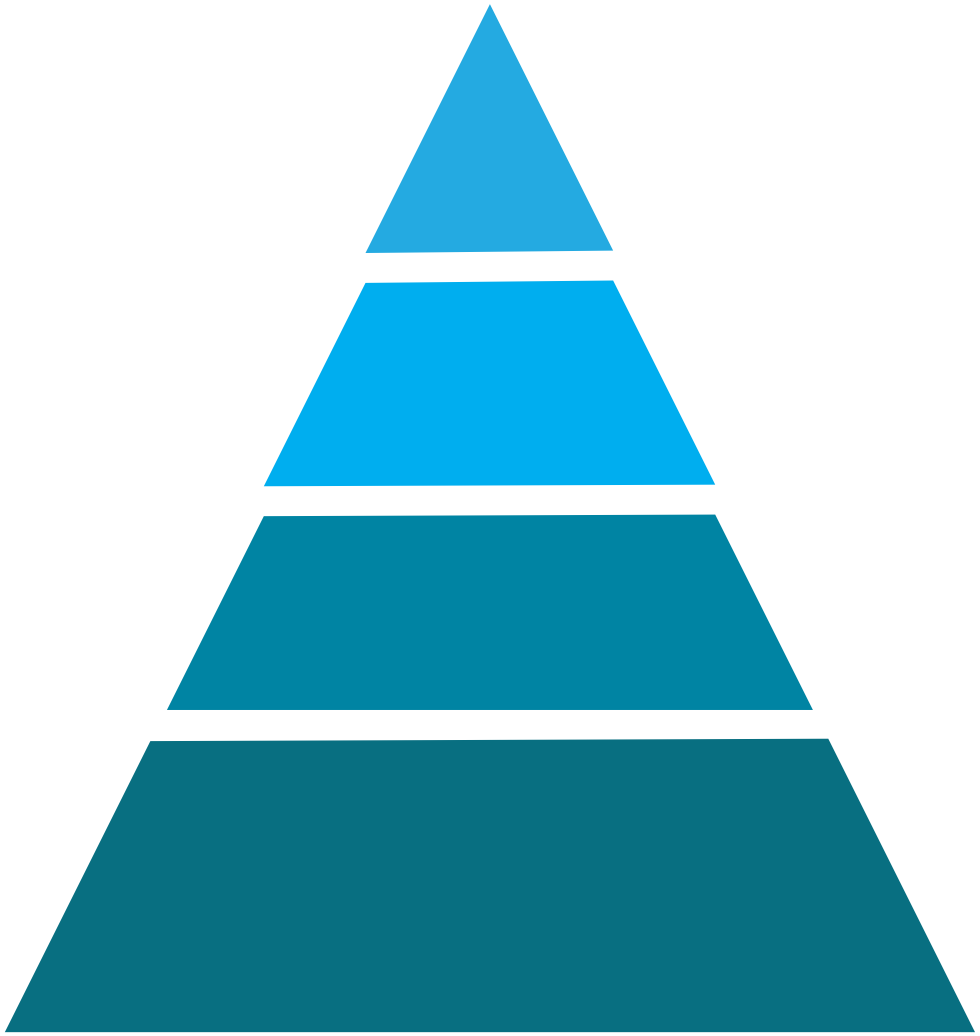
Como en la mayoría de los casos, visualmente la noticia se presenta como foto, mas no como texto noticioso. Su grado de veracidad reside en que es difundida vía Whatsapp, según la denuncia. Aquellaalcanza más de 13 mil RT's. El primero en corroborarla por sus propios medios, y de difundir la rectificación es @edison_marin (135 seguidores).

COMUNIDADES



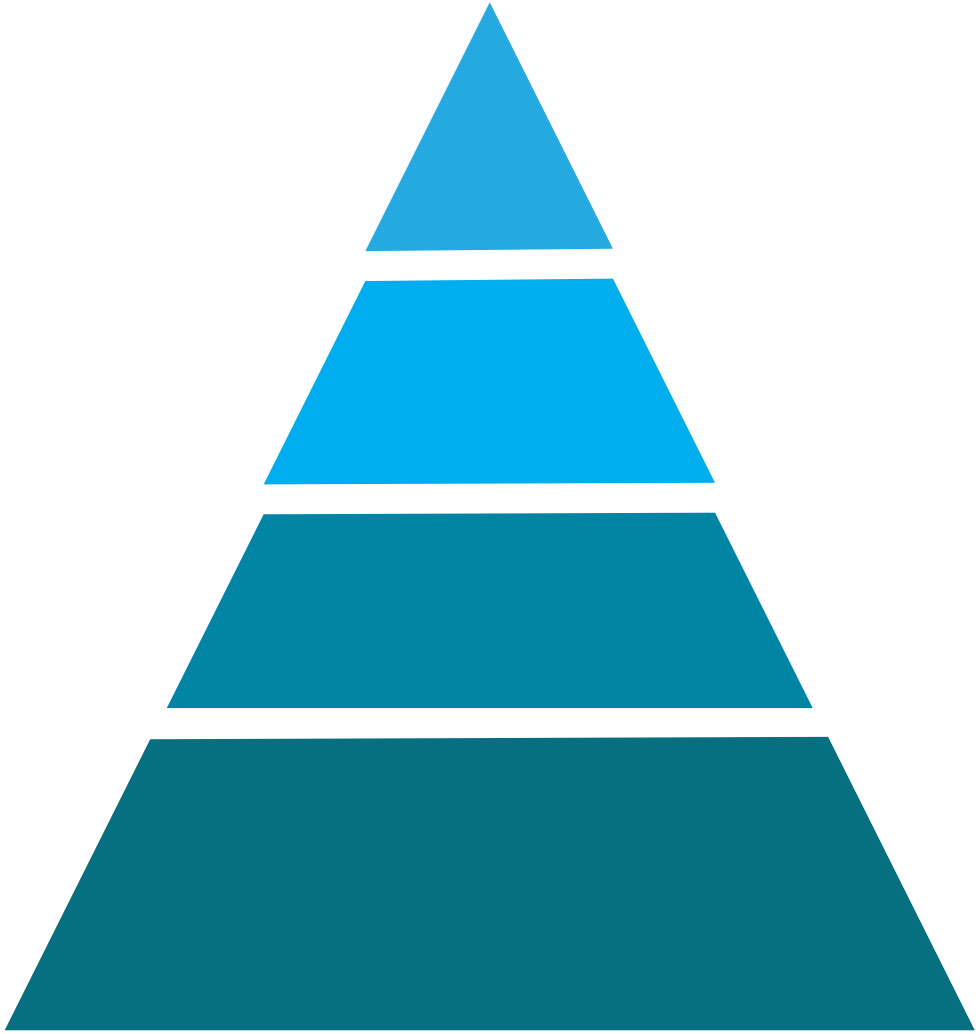
- Esta noticia muestra la interacción de 4 comunidades las cuales muestran que solamente 1 (naranja) genera la noticia.
- Sin embargo se identifican 3 comunidades que se encargan de desmentir la noticia, lideradas por Gustavo Petro, Salud Hernández y El Tiempo.
- Se observa una cercanía y leve interacción entre las 3 principales comunidades que se encargan de desmentir la noticia, siendo la de Gustavo Petro la de mayor impacto.
- En este caso la participación de los medios de comunicación sí fue relevante ayudando a desmentir la noticia.

¿CUÁL ES EL COMPORTAMIENTO CIUDADANO ALREDEDOR DE LAS NOTICIAS FALSAS?



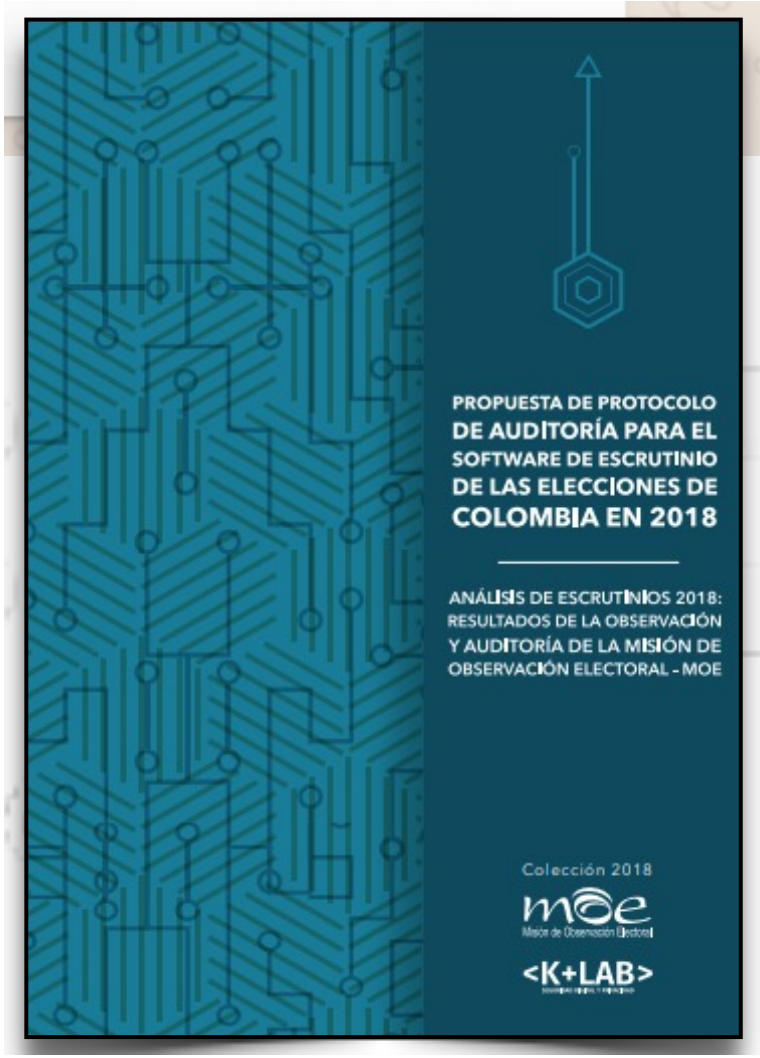
- **Viraliza y desmiente**
- **No desmiente pero elimina el mensaje**
- **Se entera pero no hace nada**
- **Nunca se entera de la verdad**

ES POSIBLE... ¿LA VERDAD?



- **Influenciadores de la campaña contraria**
- **Influenciadores propios, el candidato**
- **Medios de comunicación y páginas especializadas**
- **Reacción ciudadana masiva**

II. ELECCIONES Y TECNOLOGIA



II. ELECCIONES Y TECNOLOGIA

Acceso a la información

Actualización del marco legal

Trazabilidad

Integridad de la información

Precauciones a la tercerizacion

Auditorías de organismos independientes

III. FINANCIACION

1. CRIPTOMONEDAS
Bitcoin
Litecoin
Dash

2. CROWDFUNDING

3. CROWDLENDING

DEMOCRACIA VIRTUAL

I. COMUNICACION POLITICA

II. TECNOLOGÍAS Y ELECCIONES

III. FINANCIACIÓN VIRTUAL

Misión de Observación Electoral

ELECCIONES
PRESIDENCIA & CONGRESO
2018-2022

moecolombia

@moecolombia

moecolombia

comunicacionmoe

XVIII CURSO INTERAMERICANO ELECCIONES & DEMOCRACIA

MEXICO, 29 noviembre 2018.