

GUÍA DE COBERTURA ELECTORAL PARA PERIODISTAS



GUÍA DE COBERTURA ELECTORAL PARA PERIODISTAS

Informar con impacto y responsabilidad

**Redacción y edición: Fabiola Chambi
Redacción: Nelson Peredo**

ÍNDICE

PRESENTACIÓN

CAPÍTULO 1

CONTEXTO ELECTORAL BOLIVIANO

- 1.1. Hitos electorales
- 1.2. Segunda vuelta
 - 1.2.1. Polarización y gobierno dividido
 - 1.2.2. Transparencia y claridad en los resultados
 - 1.2.3. Etapa de negociaciones
 - 1.2.4. Cómputo y boca de urna
- 1.3. Importancia de la institucionalidad en el proceso electoral
- 1.4. Cultura política
- 1.5. Transparencia y vigilancia ciudadana

CAPÍTULO 2

EL ROL DE PERIODISMO

- 2.1. Principios del periodismo electoral
- 2.2. Ética periodística aplicada a procesos electorales
- 2.3. Polarización política
- 2.4. Libertad de prensa
- 2.5. Derechos humanos en el contexto político- electoral
 - 2.5.1. Perspectiva de género
 - 2.5.1.1. Preparación de la cobertura electoral
- 2.6. Política, ¿aún tierra prohibida para las mujeres bolivianas?

CAPÍTULO 3

COBERTURA ELECTORAL

- 3.1. Agenda informativa
 - 3.1.1. Agenda de los políticos
 - 3.1.2. Agenda de los lectores y la sociedad civil
 - 3.1.3. La agenda del Órgano Electoral

- 3.2. El valor de las fuentes
- 3.3. Informar en la conflictividad
- 3.4. Seguridad, la prioridad
 - 3.4.1. Protocolos de seguridad física
 - 3.4.2. Protocolos de seguridad digital
- 3.5. Planificación
 - 3.5.1. Antes de las elecciones
 - 3.5.2. El día de las elecciones
 - 3.5.3. El día de las elecciones
 - 3.5.3. Despues de las elecciones
- 3.6. Géneros periodísticos
- 3.6.1. Foros, debates y conversatorios
- 3.7. Encuestas

CAPÍTULO 4

COMBATE A LA DESINFORMACIÓN

- 4.1. Elecciones en la era de la desinformación
- 4.2. Elecciones e inteligencia artificial
 - 4.2.1. La IA ética
- 4.3. Herramientas contra la desinformación

CAPÍTULO 5

GLOSARIO DE TÉRMINOS ELECTORALES

GLOSARIO DE TÉRMINOS SOBRE DESINFORMACIÓN

PRESENTACIÓN

Una democracia real no tiene matices. Se legitima por la institucionalidad y las elecciones en libertad, aunque la erosión del sistema sea evidente y distancie cada vez más a la ciudadanía de la política. Las grandes transformaciones sociales son difíciles de concebir sin esta legitimidad. Por eso, el derecho a elegir también está estratégicamente vinculado al derecho a estar informado.

Ser parte de la cobertura electoral no es un ejercicio común del oficio. El periodista sabe que contar ese proceso es clave para fortalecer la ruta democrática de un país y ayudar a garantizar los contrapesos y la pluralidad.

En Bolivia la conflictividad se ha convertido en parte de la rutina. Según la Defensoría del Pueblo, el 2024 se registraron 563 hechos que elevaron la tensión, siendo predominante el factor económico en el segundo y cuarto trimestre. Este año la dinámica no fue diferente. Las protestas, bloqueos y el malestar social evidenciaron la profundización de la crisis en un escenario de incertidumbre electoral.

Aunque se entiende el valor de los procesos electorales, cada vez son más frecuentes los escenarios de rechazo en los que se sobreponen intereses personales o político- partidarios. “Si es que tenemos elecciones”, no solo es una frase de charlas de pasillo, sino la demostración de que la institucionalidad falla, el desencanto aflora y la desinformación gana terreno.

Por eso, la labor de la prensa se hace imprescindible y plantea desafíos para audiencias cada vez más exigentes. En este contexto se presenta la guía de cobertura electoral con información útil pensada en periodistas, comunicadores y generadores de contenido que se desempeñan en diferentes roles durante el proceso. También un documento importante para la ciudadanía en general, interesada en conocer estas dinámicas desde la teoría y la práctica.

El primer capítulo es un compendio sobre los hitos y el contexto electoral bolivianos, en el que se destaca la importancia de la institucionalidad, la transparencia y la vigilancia ciudadana.

En una segunda parte se desarrollan los principios del periodismo electoral con enfoque de Derechos Humanos entendiendo que son la base para la participación política y el voto ciudadano informado. En este acápite también se abordarán los derechos a la libertad de expresión y la libertad de prensa, además de la importancia de las mujeres en la política.

El siguiente capítulo es la columna de la guía porque explica el diseño de la cobertura electoral: cómo encarar la agenda informativa, el uso de fuentes, el desafío de la inmediatez, los protocolos de seguridad física y digital y un apartado sobre los formatos periodísticos. Este bloque se planteará en tres fases: antes, durante y después, considerando aspectos puntuales en cada una de estas y la mejor forma de manejarlos en la cobertura.

El cuarto capítulo está dedicado plenamente al combate a la desinformación resaltando el valor de la evidencia y la verificación. Los discursos de odio, las campañas de desinformación y el contenido falso y engañoso, en general, han mermado profundamente en los procesos electorales, incluso siendo determinantes en el camino a las urnas y los resultados finales en varios países.

La inteligencia artificial potenció el alcance y la calidad de los contenidos manipulados, siendo cada más difícil discernir sobre la veracidad de estos. Sin embargo, las herramientas para los procesos de verificación también han tenido avances significativos y por eso, incluimos varias opciones que pueden ser de utilidad en estos contextos. El objetivo es evitar la distorsión de las conversaciones públicas, validar al periodismo y el valor de la verdad.

Finalmente, el capítulo con un glosario de términos electorales y para combatir la desinformación.

Es importante destacar que este documento recoge datos de organismos nacionales e internacionales. Pero está especialmente pensado desde y para un contexto boliviano, con experiencias propias que esperamos puedan ser de utilidad inmediata para los periodistas, no solo en este proceso electoral de 2025 sino en cualquier otro.

Los contenidos tienen bases sólidas para responder dudas y aportar con material práctico en cualquier momento de la cobertura. Por eso confiamos en que esta guía tenga la aceptación de los periodistas y pueda ser también una contribución a la democracia y al derecho de los ciudadanos a acceder a información responsable.

CAPÍTULO 1

CONTEXTO ELECTORAL BOLIVIANO

1.1. Hitos electorales

El periodismo y el poder tienen una relación cercana, pero tensa y se siente con mayor fuerza en períodos electorales. Por ello, es fundamental que el periodista esté familiarizado con la dinámica electoral, sus procesos y sus contenidos.

Hay varios aspectos críticos que condicionan el trabajo de la prensa, por lo que describiremos los más importantes: el contexto estatal, las normas y los procesos. Luego detallaremos, con base a experiencias nacionales y regionales, una hoja de ruta para el trabajo periodístico en contexto electoral.

Es importante situarse en el contexto jurídico estatal donde se desarrolla la elección. Bolivia es un Estado unitario social de derecho plurinacional comunitario, libre, independiente, soberano, democrático, intercultural, descentralizado y con autonomías. La soberanía reside en el pueblo boliviano, y se ejerce de forma directa y delegada.¹

En el país, los derechos civiles a la libertad de expresión por cualquier medio de comunicación; además del derecho de acceso a la información, están garantizados por la Constitución. El Estado garantiza el derecho a la comunicación, de opinión y el derecho a la información.²

El Órgano Electoral Plurinacional (OEP) es el encargado de administrar el régimen democrático, el registro cívico, administrar la justicia electoral, la fiscalización de las organizaciones políticas y la administración institucional.³

El Régimen Electoral de Bolivia para el ejercicio de la democracia intercultural (así se conoce a nuestra democracia en la normativa) se basa en la

¹CPE artículos 1 y 7.

²Artículo 21 de la CPE, numeral 6 y 7; y artículos 106 y 107.

³Ley del Órgano Electoral Plurinacional N. 018

complementariedad de la democracia directa y participativa, la democracia representativa y la democracia comunitaria.⁴

En este sentido, la democracia representativa se ejerce mediante la elección de autoridades y representantes de los diferentes niveles del Estado Plurinacional por voto universal, directo y secreto. Es en este escenario donde se desarrolla el trabajo periodístico.

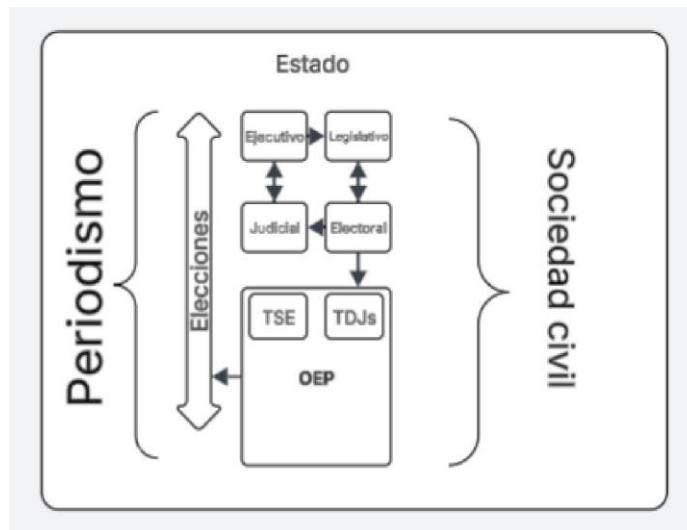


Gráfico 1. Relación Estado - Sociedad - Periodismo

Fuente: Elaboración propia

El Tribunal Supremo Electoral (TSE) como cabeza del OEP, se encarga de difundir los resultados electorales, regular el uso de medios en la propaganda electoral, monitorear la propaganda, difundir encuestas y estudios de opinión en medios, ejecutar y coordinar las campañas de información, entre otros.

El proceso electoral boliviano tiene tres etapas: preelectoral, la jornada de votación y poselectoral. A grandes rasgos, la primera reúne todas las actividades desde la emisión de la convocatoria hasta la jornada previa al día de la votación. La jornada de votación es el día del sufragio y la etapa siguiente se extiende desde el inicio del conteo oficial de votos hasta la entrega de credenciales a las nuevas autoridades.

El proceso tiene tres hitos: el registro electoral (de nuevos votantes y cambios

⁴Ley del Régimen Electoral N. 026

de domicilio), la emisión del voto y finalmente, el conteo, escrutinio y cómputo de votos⁵. Estos coinciden con las tres etapas mencionadas anteriormente.



Gráfico 2. Etapas del proceso electoral

Fuente: TSE

La emisión del calendario electoral es central para la planificación y gestión de cualquier cobertura periodística, porque señala las actividades y los plazos de todo el proceso electoral.

Los hitos de mayor cobertura periodística en la etapa preelectoral son: el registro de los candidatos, la inscripción de los votantes, las campañas electorales, la difusión de encuestas y la preparación de la logística electoral.

En el día de las elecciones, el “Día D”, la cobertura se centra en varios aspectos: la inauguración de la jornada electoral, la apertura de mesas, el desarrollo de las votaciones, el cierre de las mesas y el conteo de votos.

En la etapa poselectoral, es importante la cobertura del cómputo de las actas, el desarrollo de las actividades de las salas plenas departamentales y la nacional, la proclamación de resultados y la entrega de credenciales.

Es importante aclarar que, si bien el calendario electoral es fundamental para la

⁵Informe del TSE 11/05/2025 <https://acortar.link/INJIGI>

planificación de las actividades periodísticas, no debe ser una camisa de fuerza para desarrollar otro tipo de coberturas. Se puede apostar por una agenda propia con temas de investigación que otorguen al público información relevante para la toma de decisiones.

Hay una tarea previa que realiza el TSE, y que es de interés periodístico, que es la geografía electoral y la distribución de escaños. Aunque es en gran parte una actividad técnica, no está exenta de conflictos que marcan agenda en los medios de comunicación.

1.2. Segunda vuelta

En caso de que ninguna de las organizaciones políticas gane las elecciones en primera vuelta, el Tribunal Supremo Electoral (TSE) tiene previsto realizar una segunda vuelta. Según la normativa electoral, si ninguno de los candidatos logra más del 50% de los votos o al menos 40% con 10% de distancia sobre el segundo, Bolivia irá a una nueva votación entre los dos mejor ubicados.⁶

Según los diversos escenarios planteados por el Órgano Electoral, la organización de este nuevo proceso electoral comenzará una vez se consoliden los cómputos departamentales y el nacional.⁷ Pero los hitos son parecidos a los de la primera vuelta, incluyendo la cobertura periodística.

La segunda vuelta electoral o balotaje, como se conoce en otros países, es un mecanismo que se ha incorporado en los sistemas electorales para definir por la vía del voto al presidente (aunque se utiliza también para elegir a otras autoridades, como gobernadores), en caso de que ninguna de las fuerzas políticas logre una mayoría efectiva. Para ello se suele utilizar un umbral de votos, es decir un porcentaje, que habilita el momento de la segunda vuelta.

Este mecanismo tiene ventajas como el fortalecimiento y liderazgo del presidente

⁶Reglamento de las Elecciones Generales 2025 <https://acortar.link/uC9HNQ>

⁷El Calendario electoral incluye seis posibles escenarios en caso de segunda vuelta o repetición de algunas mesas electorales.

electo, otorgándole una legitimidad de inicio muy fuerte. Además, evita la victoria de un presidente con un escaso respaldo electoral; facilita la articulación de una estructura de sistema de partidos bipolar multipartidista, y estimula la articulación de coaliciones electorales.⁸

Sin embargo, las desventajas también son importantes: la legitimidad del ganador es “prestada” y generalmente sobredimensionada, ya que muchos votan a un candidato por rechazo al otro. Además, la experiencia muestra que se produce un gobierno débil que debe lidiar con un Legislativo hostil. La segunda vuelta también fomenta la fragmentación y la polarización (vaciamiento del “centro”). Esta modalidad incrementa los costos de campaña y desfavorece las posiciones moderadas.

Según la Fundación IDEA, nueve países de América Latina tienen un sistema de segunda vuelta con barrera de acceso simple, cuando ninguno obtiene más del 50% de votos en primera ronda: Brasil, Chile, Colombia, República Dominicana, Guatemala, Perú, El Salvador, Uruguay y Haití. Otros cinco países tienen una barrera de acceso variable que condiciona su activación: en Argentina se puede evitar si la candidatura ganadora obtiene el 45 por ciento más uno de los votos o el 40 por ciento y una diferencia del 10 por ciento respecto del segundo lugar. En Bolivia y Ecuador se puede evitar si obtiene el 50 por ciento más uno o más del 40 por ciento y una diferencia superior al 10 por ciento, respecto del segundo lugar. En Costa Rica se necesita el 40 por ciento más uno, y en Nicaragua el 45 por ciento más uno o una votación superior al 35 por ciento y una diferencia de más del 5 por ciento respecto del segundo lugar.⁹

1.2.1. Polarización y gobierno dividido

La diferencia fundamental será el contexto. Una segunda vuelta implica que ninguna de las organizaciones políticas logró el apoyo mayoritario como para

⁸Ventajas y desventajas de la fórmula electoral de doble vuelta, Rafael Martínez. Fundación Cidob. 2006.

⁹¿Cuáles son las tendencias de la doble vuelta electoral en América Latina?
<https://acortar.link/teWeBN>

imponerse en primera vuelta, generando lo que se conoce como gobierno dividido. La primera consecuencia será que la Asamblea Legislativa Plurinacional (ALP) tendrá una composición de varias minorías, lo que obligará a las fuerzas políticas a negociar o pactar para sacar adelante políticas públicas, elecciones de autoridades o normativas relevantes.

La segunda consecuencia es que un balotaje se realiza generalmente bajo un contexto de polarización, no sólo entre las dos fuerzas políticas que compiten por el poder, sino entre ideas y posturas sobre temas de interés público.

Ambas fuerzas políticas en contienda lo harán en condiciones de minoría y tendrán que pactar con partidos o convencer a una mayoría del electorado que ha votado por otras fuerzas.

En Bolivia nunca se dio este escenario a pesar de que encuestas en anteriores procesos, apuntaba a un balotaje. De ocurrir esta inédita experiencia también se plantean desafíos para la cobertura periodística que puede tomar de referencia los ejemplos significativos de los países vecinos.

Es importante que ante la polarización, el periodista siga los principios de rigurosidad, información veraz y plural, y presente siempre diferentes ángulos y versiones de los personajes involucrados.

La polarización suele ser un campo fértil para la propaganda y la manipulación y puede impulsar la generación de etiquetas en las personas, las instituciones y los medios. También es probable la inclinación editorial de algunos medios por una de las opciones en contienda.

Por eso, es importante la ética para evitar que los medios se conviertan en agentes de polarización y mas bien sean promotores de espacios diversos de debate.

1.2.2. Transparencia y claridad en los resultados

Se debe tener en cuenta como prioridad el resultado oficial de los comicios, pero también considerar los conteos no oficiales, que sirven como indicadores. Según la normativa electoral, el TSE tiene hasta siete días para presentar los resultados finales consolidados, lo que generaría un periodo de espera muy complejo en el caso de que las diferencias entre los candidatos sean mínimas.

Será clave hacer un seguimiento minucioso del nuevo Sistema de Transmisión de Resultados Preliminares (Sirepre) que el TSE pondrá en funcionamiento el día de las elecciones para difundir datos reales provenientes de las actas electorales y que cualquier ciudadano pueda verificarlas.

Si desde el inicio o una vez conocidos los resultados oficiales, las diferencias son claras se iniciará la etapa de las negociaciones y la declaración de apoyos.

1.2.3. Etapa de negociaciones

Unas de las mayores fuentes de noticias son las negociaciones que los dos candidatos que van a segunda vuelta tienen con los otros partidos que no ingresaron al balotaje. Estos pactos se hacen a puertas cerradas, bajo condiciones que generalmente no salen a la luz pública, por lo que será una información muy codiciada por el votante.

¿Qué pidió X candidato a Y a cambio de apoyarlo en segunda vuelta? ¿Cuántos ministros o altos cargos negociaron X y Z partidos? ¿Hubo una negociación económica? ¿Por qué cayeron las negociaciones? Son algunas de las cuestiones que los periodistas deberán indagar en esta etapa.

Este tipo de información genera una alta expectativa, por lo que los medios estarán en la búsqueda de primicias todo el tiempo y cada publicación exclusiva tendrá un impacto en todo el escenario político y mediático. El trabajo minuto a minuto, los streaming y las redes sociales serán fundamentales. Sin embargo, este contexto de inmediatez puede generar la difusión de contenidos imprecisos y amplificar el impacto de la desinformación.

El análisis en segunda vuelta electoral cambia de matiz. Si en la primera vuelta los especialistas se centran en una serie de escenarios con varios candidatos, en la nueva ronda de votación, son empujados a decantarse por una de las dos opciones. Por eso los debates y entrevistas están más enfocados hacia la gobernabilidad, la conformación de los bloques de poder, el sistema de alianzas, los niveles de resistencia y la conflictividad.

1.2.4. Cómputo y boca de urna

La organización y la logística para el día de la votación de la segunda vuelta es parecida a la primera. La cobertura de los equipos de prensa se realiza desde la inauguración hasta el cierre de mesas, con los informes preliminares del Órgano Electoral y de las misiones de observación. También se repite el reporte de la Policía, Fiscalía y autoridades de salud sobre los hechos relevantes de la jornada.

Es importante reflejar los datos con precisión en cuanto sean emitidos por el Órgano Electoral, pues en la segunda vuelta un voto hace la diferencia entre ganador y perdedor. Es altamente probable que las cifras estén a la par hasta el registro de la última acta, por lo que la cobertura se concentrará en el cómputo oficial.

Los estudios de opinión serán importantes para conocer las tendencias, pero no serán determinantes hasta saber el resultado final.

Hay que recordar que los TED tienen siete días para entregar los resultados finales al TSE y éste tiene cinco días más para proclamar los resultados. En el caso de que se registren conflictos en algunas mesas electorales, se debe hacer la cobertura de los incidentes que provocaron la suspensión y también si la cantidad de votos que falta contar tendrán alguna incidencia en el conteo final.

El largo proceso electoral culminará con la entrega de credenciales a las nuevas autoridades electas y la posesión de las mismas.

1.3. Importancia de la institucionalidad en el proceso electoral

Es necesario conocer cómo funciona un Estado, qué instituciones son centrales en sus procesos y qué papel juegan los medios de comunicación. Algunos aspectos adelantados en el anterior acápite.

Bolivia es un Estado compuesto por cuatro poderes: Ejecutivo, Legislativo, Judicial y Electoral, que son independientes, pero que se interrelacionan para dar funcionalidad al Estado.

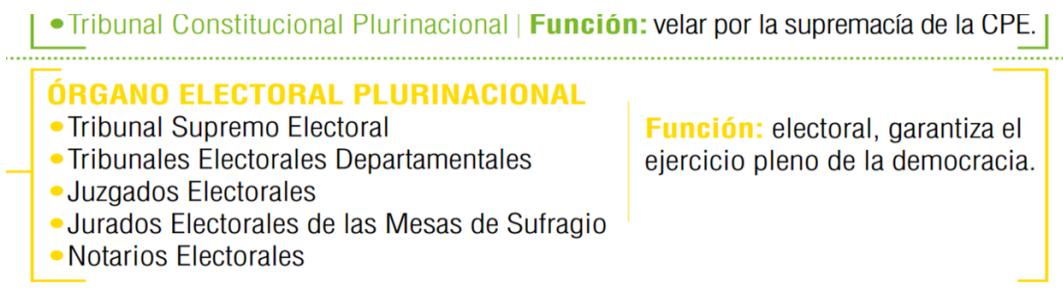


Gráfico 3. Estructura del Órgano Electoral Plurinacional

Fuente: TSE

El Estado también tiene una estructura administrativa: departamentos, provincias, municipios y territorios indígenas originarios campesinos. Cada una tiene una relativa autonomía, presupuesto, elección de autoridades, administración de recursos y ejercicio de facultades legislativas y ejecutivas definidas por la Constitución.

Otros conceptos clave para entender el funcionamiento del Estado son el sistema de Gobierno y el sistema electoral. El primero es el modelo de organización del Estado para expresar el funcionamiento entre los poderes y las instituciones que lo conforman. El segundo, es un conjunto de reglas a través de las cuales se expresan las preferencias políticas de los electores y se transforman los votos en escaños.¹⁰

Bolivia tiene un sistema de gobierno presidencialista, donde el Presidente es

¹⁰Para más detalles: Democracia Intercultural, Valores democráticos y participación ciudadana. Fundación Construir, junio 2025

cabeza del Órgano Ejecutivo y jefe de Estado a la vez, y es elegido mediante sufragio universal “voto individual, libre y secreto”. La Asamblea Legislativa Plurinacional, que constituye el Órgano Legislativo, está conformada por representantes también elegidos mediante el sufragio universal.¹¹

En tanto, el sistema electoral boliviano es mixto, combina la representación proporcional y el criterio mayoritario para la elección de representantes, y contempla cuatro elementos básicos: la circunscripción electoral, la forma de presentación de candidatos, la conversión de votos en escaños y la barrera legal.

¿Qué se elige?

En una elección general, se elige a un presidente, un vicepresidente, 36 senadores (9 por departamento) 9 legisladores supraestatales (1 por departamento) 63 diputados uninominales, 7 diputaciones especiales indígenas y 60 diputados plurinominales.

¿Cómo se transforman los votos en escaños?

Según la Ley de Régimen Electoral, el sistema electoral boliviano aplica reglas de decisión de mayoría absoluta, relativa, y de proporcionalidad. En el primer caso, el candidato ganador es quien haya obtenido la mayoría de votos: absoluta, cuando alcanza al menos el 50% más uno de los votos; relativa, cuando logra la mayor cantidad de votos independientemente de la diferencia que haya obtenido frente a otros candidatos. En el segundo caso, se aplica la fórmula matemática proporcional denominada D'Hondt y los candidatos se adjudican escaños en función al número de votos que obtienen en la elección, según una serie de divisores.¹²

¿Por qué es importante saber esto?

¹¹Cartilla de la Democracia Intercultural, TSE 2023.

¹²Sistemas Electoral y de Partidos, TSE 2013 y Ley de Régimen Electoral 026

Porque la credibilidad de una elección, y por lo tanto la legitimidad de un gobierno, se basan en la transparencia y la prolijidad de los sistemas electorales. Y los sistemas funcionan según la actuación de las instituciones y actores que desarrollan sus procedimientos.

Qué se elige	Cómo se elige
1 presidente 1 vicepresidente	Más del 50% de votos válidos o mínimo 40% con diferencia de al menos 10 puntos sobre el segundo. Caso contrario se va a segunda vuelta.
36 senadores (4 por departamento)	Por circunscripción departamental mediante lista única vinculada a la candidatura presidencial, vía representación proporcional según votación obtenida.
60 diputados plurinominales	Elegidos en circunscripción departamental vinculada al candidato presidencial mediante sistema de representación proporcional
63 diputados uninominales	Se votan en circunscripción definida en base a criterios de población y territorio, se elige por votación mediante mayoría simple.
7 circunscripciones indígenas	Se elige una fórmula compuesta por titular y suplente, un solo voto por elector.
9 representantes ante organismos internacionales	Se elige por circunscripción nacional única por mayoría simple de votos, cada organización presenta un candidato por departamento.

¿Qué hace la prensa?

Su trabajo es fundamental. Los periodistas ponen los ojos no solo en las instituciones, sino en los procedimientos y en todos los actores del proceso electoral, lo que permite visibilizar una serie de hechos que de otra manera quedarían ocultos o pasarían de largo.

Por ejemplo, en las anuladas elecciones de 2019 y en las de 2020, debido a la falta de claridad sobre el financiamiento de los partidos, los periodistas cuestionaron a los jefes de campaña y lograron primicias relevantes sobre el financiamiento que cada organización política estaba destinando a las campañas. Aunque eran datos parciales, la información fue relevante para la ciudadanía.¹³

1.4. Cultura política

La cultura política boliviana tiene rasgos que son necesarios entender, pues las percepciones de la ciudadanía sobre los partidos, el sistema democrático, las instituciones y la prensa condicionan de gran manera cualquier proceso electoral.

¿Qué valoración hay sobre las instituciones, los procesos y la prensa?

Una herramienta fundamental es el Barómetro de las Américas, Proyecto de Opinión Pública de América Latina dirigido por la Universidad de Vanderbilt. La institución publicó en 2024, con apoyo de la KAS, el libro: “25 años de Cultura Política en Bolivia: La Democracia en los Ojos de la Gente”.

La encuesta tiene muchas variables y sus datos son valiosos, pero hay tres aspectos que se destacan: la confianza en los actores del proceso electoral, en los medios de comunicación y las tendencias de las percepciones sobre la democracia. Los datos del barómetro son del año 2023.

En cuanto a la percepción sobre la democracia y las elecciones, según el Barómetro, la confianza en la democracia en Bolivia es de 28,2%, ocupando el puesto 17 de 23 países medidos, una de las más bajas de la región. Lidera la lista El Salvador con 77,3% y en el último está Haití, con apenas 12%. La tendencia del país es a la baja respecto a la medición del año 2021 cuando el nivel de confianza en la democracia llegó a 42,9%.

¹³Varios medios publicaron los datos, como Página Siete, El Deber, ANF, Los Tiempos y Opinión <https://acortar.link/uoSdP1>

La encuesta también mide si la gente cree que la democracia es la mejor forma de gobierno. Un 51,4% cree que sí, pero este dato contrasta con el 72% que está insatisfecho o muy insatisfecho con la democracia.

La confianza en las elecciones es un dato preocupante. El 29,7% confiaba en las elecciones en 2023, frente al 43,3% de 2021. El pico más alto de confianza fue el 2017 con 45,2%.

Otro dato preocupante es que la confianza en el TSE el 2023 llegó a su cifra más baja en los últimos 10 años: 26,8%. La cifra fue bajando gradualmente desde el 2010, cuando llegó a su pico de 55%. Agregado a este dato, solo el 22,1% confía en que los votos siempre se cuentan correctamente.¹⁴

El estudio indica que quienes confían poco o nada en los partidos alcanzan al 70,3%, una cifra muy elevada tomando en cuenta que las organizaciones políticas son la forma por excelencia para acceder al poder en Bolivia.

Respecto a si se debe sacrificar los valores democráticos, como la libertad de expresión, por una mejora en la calidad de vida, la población optó por la defensa de los valores (68%).

En cuanto a la confianza en los medios de comunicación, según una encuesta de Diagnosis, el año 2023, se observa una fuerte polarización: el 46% confía en la prensa mientras el 45% desconfía y el 9% no sabe o no responde. Este dato se complementa con el 51% que cree que no hay libertad de prensa frente al 40% que cree que sí la hay.¹⁵

Los datos muestran que instituciones claves para el proceso electoral, en muchos casos, no son validadas por la opinión pública. Preocupa también la percepción sobre la prensa y los medios de comunicación que están bajo

¹⁴25 años de democracia en Bolivia, KAS Bolivia 2025 pág. 263, 264 <https://acortar.link/WjsfLQ>

¹⁵El Diario 9/05/2023 <https://acortar.link/OCEQ5N>

escrutinio señalados por presuntos intereses, favoritismo o manipulación, lo que representa un mayor desafío para cambiar esa credibilidad fragmentada.

Cultura Política Boliviana

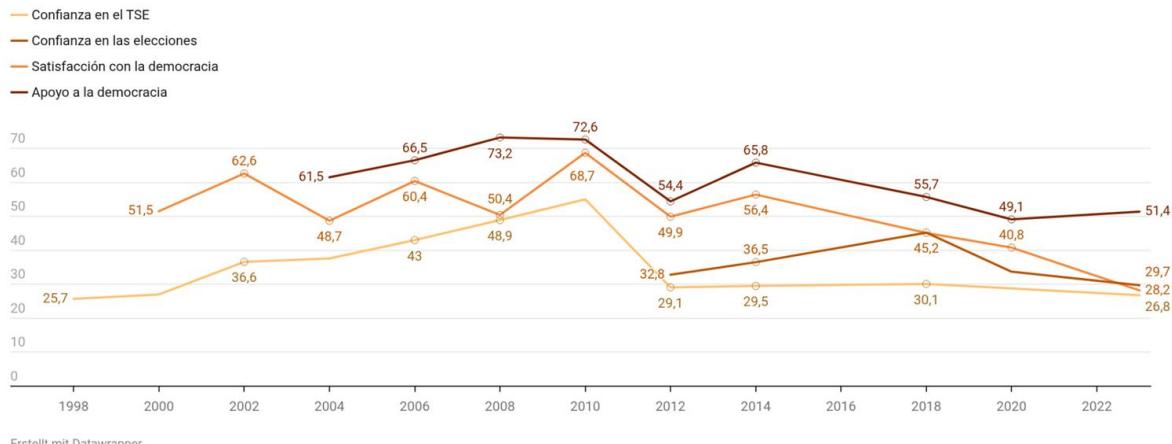


Gráfico 4. Evolución de indicadores de la CPB.

Fuente: KAS y Ciudadanía

1.5. Transparencia y vigilancia ciudadana

El acceso a la información es un instrumento imprescindible para la existencia de la democracia y un derecho fundamental, reconocido en el Artículo 21 de la Constitución Política del Estado. “Sin transparencia, no existe la rendición de cuentas. Y sin rendición de cuentas, no existe la integridad, es decir, no se pueden prevenir irregularidades, detectar riesgos y, mucho menos, sancionar delitos contra las administraciones públicas”¹⁶

A pesar de varias iniciativas legislativas, periodísticas y ciudadanas no se ha podido consolidar una ley de acceso a la información. En 2024 el Senado aprobó el Proyecto de Ley de Acceso a la Información y Documentación Pública, el avance más importante hasta el momento, aunque aún no se concreta su promulgación.

Sin embargo, está vigente el Decreto Supremo 28168 que tiene por objeto garantizar el acceso a la información como derecho fundamental de toda persona y la transparencia en la gestión del Poder Ejecutivo. También hay una

¹⁶Integridad y Transparencia, pág. 6 KAS 2020

serie de artículos y secciones en leyes subsidiarias, como la de Autonomías, Hidrocarburos, la Ley de Creación de Unidades de Transparencia, y otras, que establecen mecanismos para el acceso a la información y la lucha contra la corrupción.

El acceso a la información y la transparencia son fundamentales para conocer el manejo de la gestión pública, el destino y el uso de sus recursos, constituyendo un instrumento de participación ciudadana y control social.¹⁷

¿Qué es la información pública?	¿Qué implica el acceso a la información?
Es todo tipo de dato contenido en documentos de cualquier formato que las instituciones públicas generen, obtengan, transformen, controlen o custodien.	Que un Estado desarrolle una gestión pública para la transparencia y permita a la ciudadanía conocer datos contenidos en archivos, estadísticas, registros, expedientes administrativos y resultados de estudios técnicos, entre otros.

Cuadro 5. Qué es y qué implica la información pública
Fuente: KAS

Es importante recalcar que la transparencia no significa sólo la existencia de la información, sino que esta debe ser accesible, disponible y utilizable para las partes.

En cuanto a la transparencia de los procesos electorales, la importancia del acceso a la información es aún más vital. Una elección transparente aporta mucha legitimidad al proceso y, sobre todo, a sus resultados.

Las leyes electorales contienen algunos preceptos importantes. La Ley 018 de la OEP, en su artículo 4, inciso 13, señala que todos los actos y decisiones del Órgano Electoral Plurinacional son públicos y transparentes, bajo sanción de nulidad.

¹⁷Integridad y Transparencia, pág. 26 KAS 2020

La Ley 026 de Régimen Electoral, en el artículo 2, dice que uno de los principios de la Democracia Intercultural es su publicidad y transparencia. Todas las actividades vinculadas al ejercicio de la democracia intercultural son públicas y sus procedimientos garantizan su transparencia. Cualquier persona tiene derecho al acceso irrestricto a la información, salvo caso de reserva expresamente fundada en Ley que defina con precisión sus alcances y límites.¹⁸

La misma norma, en su artículo 4, inciso g, señala que uno de los derechos políticos comprende el ejercicio del derecho a la comunicación y el derecho a la información completa, veraz, adecuada y oportuna, principios que se ejercerán mediante normas de ética y de autorregulación, según lo establecido en los artículos 21 y 107 de la Constitución Política del Estado.

El Título VII de la Ley también establece mecanismos de Control Social y Transparencia, en el que todas las autoridades electorales están obligadas a garantizar el ejercicio de la participación y el control social además de la transparencia en sus actos y decisiones.

No se tapa el sol con un dedo. El acceso a la información en Bolivia es complicado, lento y sin resultados, la mayoría de las veces. Sin embargo, pese a la falta de una ley específica, hay mecanismos a los que se puede acudir para el trabajo periodístico.

Arquitectura jurídica de las elecciones
<ul style="list-style-type: none">- Constitución Política del Estado,- Ley 026 de Régimen Electoral.- Ley 018 del Órgano Electoral Plurinacional.- Ley de Organizaciones Políticas 1096.- Ley 1614, de 15 de enero de 2025, de Distribución de Escaños entre departamentos.- Ley 243 Contra el Acoso y Violencia Política Contra las Mujeres.- Resoluciones.- Reglamentos.- Instructivos.- Protocolos.

¹⁸Artículo 2 de la Ley 026.

CAPÍTULO 2

EL ROL DE PERIODISMO

2.1. Principios del periodismo electoral

En contexto electoral, el periodismo particularmente sirve de conexión directa con la ciudadanía. Aunque la política cubre gran parte de la agenda de los medios diariamente, se requiere una mayor preparación, especialización e involucramiento durante todo este proceso.

Sin embargo es un escenario particularmente desafiante porque el periodista debe dejar claro que no es un vocero de ningún partido ni candidato y tampoco poner en evidencia alguna inclinación política. La forma ética de abordar este tema es proporcionarle a la audiencia información completa y precisa sobre las fuentes y la relación política con los actores en contienda electoral.

En esta construcción de confianza con la ciudadanía se aborda el concepto de objetividad periodística, que para muchos se ha convertido en un mito y para otros, en una dura faena, pero aún posible.

El maestro colombiano, Javier Darío Restrepo en el reconocido Consultorio Ético de la Fundación Gabo confirma que la “objetividad total es imposible”. Plantea un camino mucho más factible y de valor superior: “la honestidad”.

“Como punto de partida hay que aceptar el hecho real de que la objetividad total es imposible. Y debo agregar otro adjetivo: es pretencioso creer que uno puede ser objetivo. Y esto porque la verdad absoluta está fuera del alcance de los humanos. Lo real es que el humano siempre está empeñado en la búsqueda de la verdad, sin alcanzarla”.¹⁹

Otros autores insisten en defender la objetividad aunque ya no en un sentido de absolutismo, sino como una forma de alcanzar la transparencia y la reflexión

¹⁹ El maestro Javier Darío Restrepo para el Consultorio Ético de la Fundación Gabo (2019). <https://acortar.link/AFXppS>

personal. Lo cierto es que más allá de la teoría evadir el sesgo y consolidar una equidad de fuentes no es tan sencillo.

Sin embargo, tener presente ese objetivo puede ser un regulador ético para la exigencia de las coberturas electorales.

2.2. Ética periodística aplicada a procesos electorales

En un proceso electoral, la percepción de la ciudadanía es más aguda respecto a qué y cómo se está informando. Por eso, la ética define la credibilidad del periodista y de los medios.

La relación con el poder es compleja y hay ciertas alertas que muestran las debilidades de este principio periodístico:

- Las presiones comerciales o políticas que ponen a prueba la definición de la línea editorial.
- La resignación de la profundidad de los hechos ante el “circo político” o el show por los ratings.
- El bajo o nulo aporte a la difusión de las propuestas de campaña o los intereses reales que mueven a los candidatos en contienda.
- La cabida a voces antidemocráticas, discriminatorias o desinformantes, con la apariencia de pluralidad.
- La resignación de la función crítica y fiscalizadora por seguir las tendencias de inmediatez.
- La incidencia de las pautas publicitarias en la generación del contenido informativo.
- Coberturas que no reflejan las preocupaciones reales provocando una desconexión con la audiencia y pérdida de confianza.

¿Cómo fortalecer la ética?

- Transparencia sobre las fuentes y el funcionamiento de los partidos.
- Priorización de las necesidades informativas de la ciudadanía.
- Contenido atractivo pero con verificación y análisis útil.

2.3. Polarización política

Como iniciativa pionera se realizó la Primera Encuesta Nacional de Polarización en Bolivia, impulsada por el Proyecto Unámonos²⁰. Algunos datos relevantes de este estudio reflejan que el “19,09% de las y los bolivianos admitió haber tenido que cortar lazos por completo con un familiar, con una amiga o un amigo, con una colega o un colega por peleas relacionadas con el conflicto de 2019- 2020”²¹.

También el 51,34% de los encuestados afirmó que prefería no hablar de política para evitar peleas con amigas, amigos o familiares. Asimismo un 63,32% sostuvo que la crisis de 2019 le causó miedo o nervios; y el 40,84% dijo tener miedo a lo que le pueda pasar, por los altos niveles de racismo y/o de intolerancia política.

Cada hecho de conflictividad es una memoria efervescente de la crisis política de 2019, una de las peores en la historia de Bolivia. Por eso, hablar de polarización no se reduce a un simple enfrentamiento de ideas. La politóloga Ana Lucía Velasco²² identifica tres tipos:

Tipos de polarización	Características
1. Polarización ideológica	Alineamiento a posturas políticas cada vez más diferenciadas y concebidas como mutuamente excluyentes por parte de los partidos políticos, sobre todo, aunque no de manera exclusiva, ya que otros colectivos políticamente organizados, como los movimientos sociales, los activistas y los sindicatos, entre otros, pueden incluirse y son en especial importantes para el caso boliviano.

²⁰ Iniciativa de las fundaciones Konrad-Adenauer-Stiftung y Friedrich-Ebert- Stiftung, con el objetivo de mitigar los efectos de la polarización política en Bolivia 2023.

²¹ Polarización Política y Social en Bolivia 2023. Pág. 21

²² Polítologa y magíster en Manejo de Conflictos Interculturales por la Alice Salomon Hochschule Berlin y en Estudios Culturales Comparados por la Ohio State University. Es coordinadora del Proyecto Unámonos.

2. Polarización afectiva	Existe una animadversión entre grupos diferentes, que no apela a la racionalidad. Con frecuencia, la polarización afectiva también es conocida como “tribalismo”
3. Polarización social	Sucede cuando, independiente o adicionalmente a lo ideológico y a lo emocional, las personas empiezan a mostrar su filiación a ciertos grupos mediante ciertos comportamientos sociales: gustos específicos, consumos concretos, estilos de vida, lugar de residencia y otros.

Cuadro 6:

Fuente: Polarización Política y Social en Bolivia 2023. Pág. 21

“Más preocupante aún es que la polarización, más allá de ser un fenómeno político y social, está comenzando a ser considerada como una adicción”²³.

La deslegitimación, la pérdida de los espacios de debate y el recrudecimiento de los sesgos cognitivos han generado un debilitamiento del tejido social, que hasta cierto punto también significa, una pérdida de confianza en la prensa o en cómo ésta maneja la información.

2.4. Libertad de prensa

Según Reporteros Sin Fronteras²⁴, Bolivia ocupa el puesto 93 de 180 países. Un ascenso de 23 lugares respecto a 2024 cuando se encontraba en el 124.

Sin embargo, la organización observa que la inestabilidad económica de los medios, las presiones políticas y los riesgos a la seguridad en el ejercicio periodístico afectan de manera significativa a la libertad de prensa.

²³ ²³ Polarización Política y Social en Bolivia 2023. Pág. 15

²⁴ Clasificación Mundial de Libertad de Prensa 2025 <https://acortar.link/Z2Fgz6>

En época electoral la libertad de prensa allana su terreno más turbulento y corre el riesgo de ser silenciada o debilitada, sin poder cumplir su labor de fiscalización y servicio a la ciudadanía. Una mirada a la situación en los países vecinos basta para comprender el nivel de riesgo que envuelve al oficio.

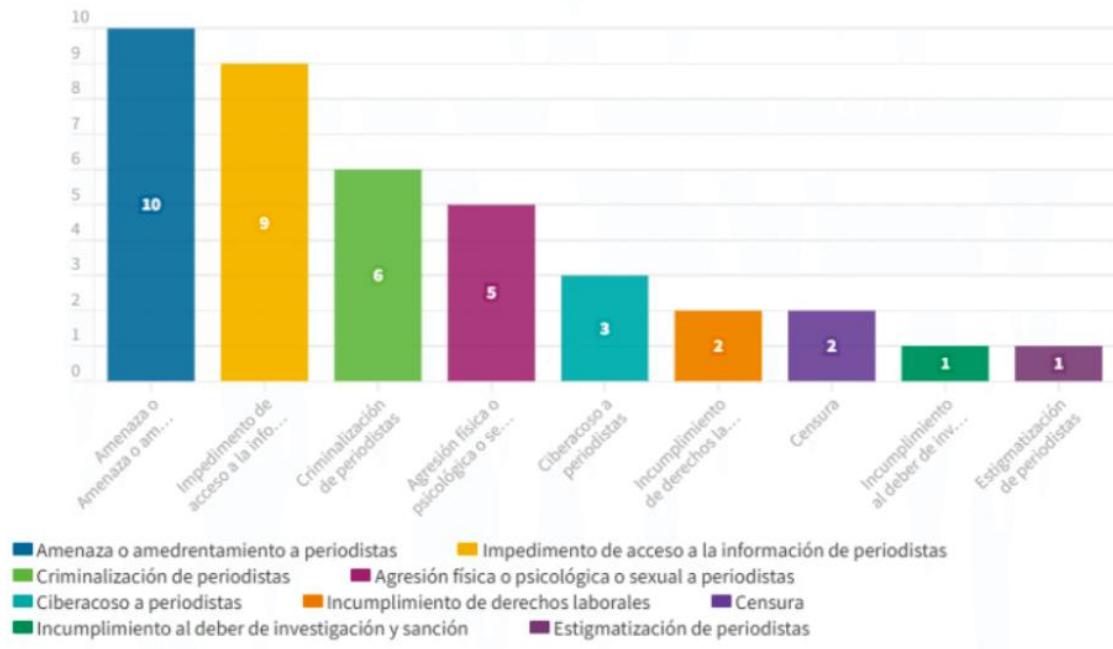
Aunque Bolivia no tiene el nivel de violencia o persecución de países como México, Venezuela, Nicaragua, El Salvador, por nombrar algunos, es preocupante la situación de periodistas y medios bolivianos en la actualidad, debido al debilitamiento de la institucionalidad democrática y la radicalización de ciertos grupos.

La Unión Nacional de Instituciones para el Trabajo de Acción Social (Unitas)²⁵ identificó en 2024, unas 150 vulneraciones de la libertad de prensa entre agresiones físicas o psicológicas a periodistas, impedimento de acceso a la información, amenazas o amedrentamientos, criminalización y estigmatización, entre las más relevantes.

Con los elementos del contexto preelectoral en la evaluación del primer cuatrimestre de 2025, la organización documentó actos de estigmatización de parte de autoridades gubernamentales hacia líderes opositores y actores privados, así como el uso de medios estatales para actos de proclamación, en una “abierta vulneración al principio de equidad”.

Asimismo se reportó la limitación al acceso a la información a periodistas, con 39 vulneraciones registradas en ese lapso. Como explica la organización, éstas se dieron a través de “amenazas, agresiones, criminalización o actos de ciberacoso”, en el marco de tensiones políticas y discursos polarizantes.

²⁵ Informe: Libertades Fundamentales e Institucionalidad en Bolivia 2024 <https://acortar.link/zmPaUR>



Cuadro 7:

Fuente: Observatorio de Defensoras y Defensores de Derechos de Unitas

Las transgresiones a la prensa no solo afectan a los comunicadores y su derecho a informar, también plantean el desafío de activar mecanismos más efectivos de protección integral para su trabajo.

2.5. Derechos humanos en el contexto político- electoral

Los medios en la cobertura electoral funcionan también como garantes del proceso. Su rol está activo en todo momento y va desde el seguimiento a las campañas electorales, agendas de los candidatos, hasta verificación de los discursos e investigación de denuncias de fraude o infracciones electorales.

No es tarea fácil considerando las presiones ejercidas por los grupos de poder. Por eso es importante que se garantice la emisión de opiniones desde la sociedad civil a través de los medios o plataformas de difusión masiva, y también la libertad de prensa, sin temor a censura ni sanciones.

“Los periodistas deben poder trabajar con seguridad y libertad mientras cubren las elecciones. No deben ser objeto de ningún tipo de daño, amenaza ni intimidación”.²⁶

Los riesgos para los periodistas son cada vez más latentes y de mayor preocupación en el caso de las mujeres, quienes sufren niveles de violencia exacerbados en contextos de crisis y caos público. Si bien hay países que cuentan con normativas de protección, en muchos casos no se cumplen, y en otros, la deriva autoritaria de los gobernantes hace caso omiso de las leyes o las interpreta a su manera para blindarse activando detenciones y silenciando a los medios.

En Bolivia, con el claro deterioro de la institucionalidad, la impunidad se está normalizando, en medio de una creciente ola de denuncias por violencia y falta de garantías al trabajo de la prensa.

Durante las elecciones también los riesgos llegan desde la vigilancia digital que tienen un efecto devastador hacia la libertad de expresión. En estos casos y sin la protección adecuada, los periodistas pueden optar por la autocensura, especialmente si las amenazas alcanzan a sus familias o entornos cercanos.

El acoso digital no se sanciona fácilmente debido al anonimato en el que se mueve. En varios países de la región no hay leyes específicas para hacer frente a este delito y por lo general es tratado desde figuras más comunes como difamación o amenazas, que dejan al margen la complejidad de los ciberdelitos. En Bolivia, el Código Penal vigente toma en cuenta dos tipos: manipulación informática con fines patrimoniales y acceso o uso indebido de datos informáticos con perjuicio. Estas normativas son limitantes para avanzar en un verdadero sistema legal de protección para los ciudadanos y los trabajadores de la prensa.

²⁶ Briefe on Human Rights and Elections for Journalists. Pág. 2 <https://acortar.link/GavPXC>

2.5.1. Perspectiva de género

El periodismo está ante uno de sus mayores retos cuando se habla de perspectiva de género. Aunque se han dado pasos importantes en reconocer los derechos de las mujeres y comunidades vulnerables, los sesgos informativos, en la actualidad, siguen siendo fuertes.

Reducir la perspectiva de género al uso del lenguaje es un error en el que caen muchos comunicadores. Las palabras de inclusión, que incluso aún son debatidas en las salas de redacción no garantizan el abordaje con perspectiva de género. Se trata más bien de comprender, en un sentido amplio, el lugar que tiene la mujer en la sociedad y en este caso puntual, en las contiendas electorales. La mirada diferente desde el periodismo debe legitimar los derechos humanos y tener claro qué, por qué y cómo contar esa historia.

“Usar un lenguaje que incluya todas las experiencias de género o que retire el foco de lo masculino como representante válido de todas las formas de vida no es suficiente para hacer un periodismo con perspectiva de género. La manera como pensamos, estructuramos y llevamos a cabo nuestras investigaciones y reportajes también afecta la manera en que se presentan estas realidades”.²⁷

Cuando se crea contenido para diferentes formatos, espacialmente los audiovisuales, uno de los errores más frecuentes es la revictimización. Esta refuerza el daño a la víctima con enfoques, expresiones y posturas editoriales que afectan la dignidad, privacidad o derechos de las mujeres.

Algunas de estas características son: señalamiento de la víctima, minimización de la violencia, exposición sin consentimiento de detalles de la vida privada y sensacionalismo.

²⁷ Guía de Periodismo con Perspectiva de Género (2023). Pág. 29 <https://goo.su/WvGT>

En la lógica de un manejo más responsable y ético, estas son algunas recomendaciones para evitar la revictimización:

- La inmediatez no es más importante que la rigurosidad.
- Las imágenes importan.
- No todas las violencias basadas en género son iguales.
- El lenguaje y el tono deben respetar a las víctimas.
- Los detalles importan solo si aportan a la investigación o comprensión del caso.
- Se debe respetar la dignidad de las víctimas.
- Las violencias basadas en género no son casos aislados.
- Que la primicia no le gane al enfoque de género.

Estos elementos son claves porque en el contexto electoral los matices políticos pueden allanar el uso de estereotipos, lenguaje machista y manejo no ético de la información. Por eso es necesario comprender qué implica el abordaje de la perspectiva de género en una cobertura electoral.

“La cobertura electoral con perspectiva de género implica informar sobre las elecciones incorporando el análisis de cómo las dinámicas de poder, representación y acceso afectan de forma diferenciada a mujeres y hombres, reconociendo y desafiando estereotipos, discriminaciones y barreras estructurales que enfrentan las mujeres en la política.”²⁸

¿Por qué es importante la perspectiva de género?

- Visibilizar la violencia política en su dimensión real.
- Denunciar con evidencia y fuentes sólidas los hechos.
- Impulsar la participación de las mujeres políticas en espacios de equidad.

²⁸ Adaptado de ONU Mujeres y Unesco, Gender-Sensitive Indicators for Media (2012).

De manera puntual se recomiendan estas acciones para una cobertura electoral con perspectiva de género:

- Fortalecer un lenguaje adecuado, que evite el tono sexista.
- Otorgar igual espacio y tiempo de cobertura a candidatas y candidatos.
- Cuestionar temas de fondo. Las mujeres y los hombres en la política deberían poder responder las mismas preguntas.
- Incluir fuentes expertas de mujeres en el análisis político.
- Monitorear y denunciar casos de violencia política contra las mujeres.
- Capacitarse constantemente en perspectiva de género.

2.5.1.1. Preparación de la cobertura electoral

ANTES	DURANTE	DESPUÉS
<p>1) Investigar: tener claridad del contexto en el que se desarrolla ese proceso electoral y el nivel de participación femenina: ¿Cuántas mujeres se están postulando? ¿En qué cargos? ¿Qué partidos promueven más candidaturas femeninas? · ¿cuáles son las normativas de paridad de género o cuotas electorales vigentes en el país? · ¿Qué antecedentes hay sobre violencia política de género?</p> <p>2) Agenda poderosa: tener una red de fuentes especializadas: académicas, activistas, observadoras electorales, políticas con trayectoria.</p>	<p>1) Tener conocimiento respaldado de quién es la persona y cuál es trayectoria política/profesional. 2) Interpelar con equidad y profundidad. 3) Dejar de lado sesgos, estereotipos y morbo. 4) Apostar por la calidad informativa.</p>	<p>1) Estructurar análisis con fuentes diversas y con equidad de género. 2) Dar espacio para hablar sobre los obstáculos específicos a los que se enfrentan las mujeres: financiamiento desigual, hostilidad en redes, violencia política. 3) Ser preciso y cuidadoso con el lenguaje.</p>

--	--	--

Cuadro 8: Preparación de la cobertura electoral
Fuente: Elaboración propia

En la agenda diaria de los medios uno de los ejercicios más complejos es titular las noticias. No por nada, algunos teóricos de la comunicación lo denominan “arte”. Y es que el contenido se compra más o menos por lo que vende el titular: la estrategia, a veces no tan ética, del clickbait.

Sin embargo, con un compromiso en el buen periodismo es posible lograr más titulares responsables. Aquí algunos ejemplos de cómo trabajar estos contenidos:

 Titular con sesgo	 Titular alternativo con enfoque de género	 ¿Qué cambia?
La bella diputada que conquista el Congreso.	La diputada presenta iniciativa clave para la reforma fiscal.	Pasa del físico al contenido político.
La candidata que lucha entre pañales y política.	La candidata propone políticas de conciliación trabajo-familia.	Elimina el enfoque maternalista y contextualiza.
¿Tiene lo necesario para gobernar una mujer?	Las propuestas de las candidatas presidenciales frente a los desafíos actuales.	Evita la duda sexista, enfoca en propuestas.
La mujer de carácter fuerte que desafía a su partido.	La candidata disputa el liderazgo en su partido con un nuevo enfoque estratégico.	Evita el juicio de personalidad, va al fondo político.
La fórmula femenina: simpatía y carisma.	La fórmula encabezada por mujeres: propuestas para el desarrollo regional.	Evita estereotipos emocionales, pone foco en programa.
Su look genera opiniones divididas.	(Omitir) o La candidata responde a críticas con propuesta.	Elimina distracción irrelevante del debate político.
Denunció violencia, pero ¿exagera?	Candidata denuncia violencia política de género; exige investigación.	Evita cuestionar a la víctima, refuerza enfoque legal.

Cuadro 9: Titulación con perspectiva de género
Fuente: Elaboración propia

Buenas prácticas

- Si una candidata es acosada, atacada o desacreditada por su género, informar con responsabilidad. no se puede reducir a “polémica” o “controversia” lo que claramente es violencia política por razones de género.
- Acudir a la fuente primaria y no revictimizar. Consultar a la víctima sobre cómo desea que se informe su caso respetando su posición pero sin resignar el rigor periodístico.
- Incluir en los análisis informes de observatorios de medios o de violencia política con enfoque de género.
- Practicar titulares responsables y no sesgados.

2.6. Política, ¿aún tierra prohibida para las mujeres bolivianas?

La Ley N. 243 contra el acoso y violencia política hacia las mujeres tiene por objeto establecer mecanismos de prevención, atención, sanción contra actos individuales o colectivos de acoso y/o violencia política hacia las mujeres, para garantizar el ejercicio pleno de sus derechos políticos.

Bolivia fue el primer país de la región en contar con una ley específica (2012) sobre este tema; sin embargo, más de una década después de su promulgación persiste la impunidad.

El estudio “El acoso y la violencia política en el sistema de justicia penal en Bolivia” realizó un análisis de procesos iniciados en la vía penal desde que entró en vigencia la Ley 243 hasta diciembre de 2022. En ese periodo, según datos del Consejo de la Magistratura, se registraron 538 procesos, de los cuales, 6 llegaron a sentencia y 10 a resoluciones ejecutoriadas”.

En la publicación “Mujeres Políticas en la Tierra Prohibida: Ciclo de entrevistas a mujeres políticas bolivianas”²⁹ se presentaron testimonios de mujeres bolivianas que contribuyeron a la conquista de espacios públicos, a pesar de las adversidades. Un material que muestra el largo camino que aún queda por conquistar.

Incluir la perspectiva de género en procesos electorales ayuda a garantizar la democracia y la participación política inclusiva. Por eso, los periodistas y los medios pueden contribuir activamente a romper techos de cristal, evidenciar desigualdades estructurales y promover sociedades más igualitarias.

²⁹ Producto audiovisual elaborado por la Konrad Adenauer Stiftung KAS- Bolivia (2021), bajo la dirección y conducción de la periodista María René Duchén.

CAPÍTULO 3

COBERTURA ELECTORAL

3.1. Agenda informativa

Los planes de gobierno, perfil de los candidatos, detalles del sistema electoral, desarrollo de la jornada de votación, datos de los comicios previos y análisis sobre las tendencias electorales son algunas de las temáticas que forman parte obligatoria de la agenda informativa de los medios.

Sin embargo, no es suficiente, o por lo menos así se entiende en la industria de la comunicación actual, donde el dato por sí solo no cuenta y las audiencias tienen exigencias más altas para entregar su atención.

Recurrir al entretenimiento resulta una estrategia válida, aunque no necesariamente legítima la relación con la audiencia. Según el Digital News Report 2025³⁰ “sigue cayendo la conexión con fuentes informativas tradicionales como la televisión, la prensa escrita y los sitios web periodísticos, al tiempo que crece la dependencia de las redes sociales, las plataformas de video y los agregadores online”.

La crisis de confianza en los medios es sostenida. A nivel global, sólo 40% de los encuestados dice confiar en “la mayoría de las noticias la mayor parte del tiempo”, una cifra inferior al 42% de 2024.

Aunque Bolivia no forma parte de este estudio las referencias en la región muestran un panorama con denominadores comunes que respaldan estos hallazgos, como la fatiga por la sobreinformación, la polarización política, la disruptión de las plataformas, los cambios de los modelos de negocios, el incremento de la desinformación, el avance de la IA y la percepción de las audiencias sobre la línea editorial de los medios.

³⁰ Informe anual del Reuters Institute de la Universidad de Oxford, que analiza el consumo de noticias digitales a nivel global. Se basa en datos de cinco continentes y 48 mercados.

¿Cómo son las audiencias de hoy?

- Más complejas.
- Más diversas.
- Más autónomas.
- Más exigentes.

La ciudadanía también es más escéptica de los medios tradicionales, especialmente en países con democracias debilitadas. Por eso la cobertura debe responder con contenido atractivo, responsable y oportuno. No hay una receta única.

Algunas claves

- Datos consolidados.
- Elementos visuales atractivos.
- Narraciones poderosas.
- Compromiso ético.

3.1.1. Agenda de los políticos

Los candidatos y los partidos planifican sus acciones para ganar las elecciones. Todas sus actividades tienen este fin. Se puede ir a sus actividades, proclamaciones y presentaciones de candidatos y de planes de gobierno, pero llevando una agenda propia de temas que sean de interés de los lectores.

Generalmente los candidatos y sus partidos realizan tres tipos de actividades: presentación de sus candidatos y proclamaciones, en lugares y horarios específicos, donde invitan a sus seguidores y a los medios. También hacen presentación de planes de gobierno, donde detallan la oferta electoral con la que buscan convencer a los votantes. También hay actividades propias de campaña en actos públicos, que son comunicadas a través de sus agentes de prensa o grupos oficiales.

Algunos aspectos a tomar en cuenta son: nunca aparecer en estos actos con ropa de color del partido, ni quedarte más tiempo del necesario para cumplir la agenda de trabajo. Tampoco tomarse fotografías posando con los candidatos.

Si existe una preferencia electoral, debe ser separarla del trabajo, enfocándose en los temas planificados y la agenda periodística.

3.1.2. Agenda de los lectores y la sociedad civil

Otra agenda fundamental para el trabajo periodístico es la que crean los votantes y la sociedad civil, tanto de manera organizada como espontánea. Hay oenegés y fundaciones que generan espacios importantes para el debate de temas fundamentales como la justicia, la paridad electoral, la transparencia, la lucha contra la corrupción, el medio ambiente, entre otros. Generalmente se nutren de comentarios de expertos y de investigadores que tienen un conocimiento profundo de temas que mucha gente no conoce y que, en las manos de un buen periodista, se pueden convertir en reportajes muy útiles para los votantes.

También existen federaciones o entidades privadas, empresariales o gremiales que organizan foros con temas muy específicos, dedicados, por ejemplo, al agronegocio, exportaciones, producción minera u otros temas que necesitan un tratamiento periodístico especializado.

Es posible también que las entidades de la sociedad civil generen espacios más espontáneos que son de interés noticioso, como una protesta de colectivos de mujeres contra un candidato conservador o un movimiento generado en redes por activistas contra determinadas propuestas que afectan el medio ambiente.

3.1.3. La agenda del Órgano Electoral

Las actividades del Órgano Electoral están regidas por el calendario electoral. Ahí se detallan cada una de las tareas y los plazos que, salvo muy pocas excepciones, se cumplen sin modificaciones. Generalmente la Sala Plena del

TSE, dirigida por su presidente, convoca a conferencias de prensa respecto a cada hito electoral, por lo que se suele destinar a un periodista para estas actividades.

Las principales coberturas en la etapa preelectoral suelen ser la misma convocatoria, el empadronamiento masivo, la presentación del padrón, la inscripción de candidaturas, la publicación de votantes habilitados, la publicación de candidatos habilitados, la difusión de estudios de opinión, el sorteo del orden de la papeleta electoral, la conformación de los jurados electorales, entre otros.

Paralelamente a este calendario, los periodistas pueden indagar una serie de temas que están relacionados con las tareas y las fuentes de cada actividad. Por ejemplo, en la presentación del padrón, es importante preguntar cuáles son los mecanismos que garantizan la confiabilidad del padrón o, en el caso de la presentación del material electoral, cuáles son las medidas de seguridad de la maleta electoral, o si se puede sacar foto a la papeleta, entre otros asuntos.

¿Cómo asumir el desafío de la inmediatez?

Informar en vivo no significa improvisar y la tentación de la primicia no debe sobreponerse a la precisión.

La inmediatez se define como la capacidad de informar al instante o casi en tiempo real sobre un hecho de interés público y es una de las demandas más desafiantes de las audiencias digitales actuales.

El consumo de noticias se mueve al ritmo de las plataformas donde los contenidos están fragmentados como indica el Digital News Report: “seis redes hoy superan el 10% de alcance semanal, cuando sólo dos lo lograban hace una década. En torno a un tercio de la muestra global utiliza Facebook (36%) y YouTube (30%) para informarse cada semana. Tanto Instagram como WhatsApp llegan al 19%, mientras que TikTok (16%) se mantiene por delante de X (12%)”. Una de las características de estas plataformas es la inmediatez y ante las exigencias, los medios se han adaptado para mantenerse vigentes también en

estos espacios. Sin embargo, en el afán de “informar primero”, muchos caen en la banalidad o la desinformación. La consecuencia es una alta incertidumbre y desconfianza.

Los periodistas deben asumir una responsabilidad directa con las audiencias, más aún en época electoral y tener en cuenta los siguientes aspectos:

- No se va a ciegas a ninguna cobertura.
- Por más urgente que sea el llamado, se debe utilizar unos minutos para contextualizar a los actores y los sucesos a relatar.
- Si el hecho es confuso o no hay seguridad plena de lo que se va a mostrar, es recomendable hacer el registro para una corroboración posterior, pero no salir en vivo.
- Si la cobertura tiene posibilidad de una mayor planificación es necesario tener sustentados los perfiles de los actores que entrarán en escena y una estructura de preguntas para guiar la conversación.
- Revisar el material previo del hecho o los protagonistas para sacar mayor información y no solo repetir lo que ya se dijo.
- Dentro de las condiciones posibles, cuidar la parte técnica: audio, sonido y presencia del periodista ante cámara.

3.2. El valor de las fuentes

Las fuentes son el alma del periodismo. Y así, fuentes en plural porque es un requisito obligatorio contrastar versiones para respaldar la credibilidad de una noticia.

Hay diferentes formas de categorizarlas. Ryszard Kapuściński, considerado como uno de los grandes maestros del periodismo moderno, señala que en la práctica existen tres tipos: “La principal son los otros, la gente. La segunda son los documentos, los libros, los artículos sobre el tema, y la tercera fuente es el mundo que nos rodea, en el que estamos inmersos”.

Una clasificación más contemporánea es la del maestro Jean-François Fogel, uno de los pioneros en la transformación digital del periodismo:

- Oficiales: instituciones públicas, comunicados, portavoces.
- Extraoficiales: declaraciones anónimas o confidenciales.
- Primarias: testigos directos del hecho.
- Secundarias: documentos, archivos, análisis previos.
- Humanas: entrevistas.
- Documentales: leyes, informes, estadísticas.

Las fuentes, en esencia, ayudan a fortalecer la transparencia y ética. Sin embargo, hay obstáculos concretos en el ejercicio del periodismo. El acceso no siempre es fácil, especialmente en las esferas públicas donde existen muchas restricciones.

También están las presiones como la inmediatez. Algunos periodistas se aventuran a difundir noticias con una sola fuente de respaldo, lo que quita validez y evidencia un sesgo. Asimismo, el uso ya masificado de la inteligencia artificial no puede ser reducido solo a las herramientas cuando se trata de fuentes. Sin la validación y verificación del periodística se puede incurrir en contenidos manipulados o sacados de contexto que afectan directamente la calidad informativa.

En este lógica, los criterios de selección de las fuentes son decisivos. Se toman en cuenta aspectos como el conocimiento técnico o formal, el nivel de accesibilidad y también los intereses que pudieran condicionar las declaraciones.

El desafío es mayor cuando se trata del contexto electoral. Bajo la experiencia de Francia, su nación de origen, Fogel recomienda que los periodistas realicen un diagnóstico de cómo está el país, con reportería in-situ para mostrar las realidades diversas.

***“No hacer caso a los candidatos, sino decirles cuál el país que buscan gobernar y decírselo también a sus lectores u oyentes”.*³¹**

³¹ Artículo publicado por la Fundación Gabo, en el que Jean-François Fogel reflexiona sobre la prensa europea y los retos de la prensa colombiana. <https://goo.su/YVVzWW>

Pero no se trata solo de informar. El valor de las fuentes en el periodismo es que pueden tener una influencia real en la percepción del electorado. Es un contrapeso al poder de las organizaciones políticas en contienda, y por eso es que la cobertura debe ser más amplia, con espacio para voces ciudadanas diversas.

Errores comunes

- Uso injustificado de fuentes anónimas. En estos casos es preciso acompañar con otra fuente o documento de respaldo.
- Que la cobertura solo se enfoque en candidatos o voceros de campaña para hablar de las propuestas.
- Aceptar declaraciones sin evidencia.
- Descuidar la verificación y caer en difusión de supuestos o rumores.

El Código Nacional de Ética Periodística de Bolivia³² plantea abordajes para el manejo correcto de las fuentes:

1. Informar con exactitud, equilibrio, veracidad, oportunidad, pluralismo y contextualizando los contenidos.
2. Presentar las distintas facetas de la información, tomando en cuenta necesariamente, las diversas fuentes correspondientes al suceso.
3. Presentar la información claramente diferenciada de los comentarios. En ningún caso; la información debe ser mezclada con opinión o condicionada por publicidad comercial, publicidad o propaganda política o por cualquier otro tipo de presión.
4. Usar siempre fuentes reconocidas, idóneas, apropiadas, confiables y verificadas para obtener noticias, grabaciones, fotografías, imágenes y documentos.
5. Proteger la identidad de las fuentes confidenciales de información.

³² Documento presentado por el Consejo Nacional de Ética Periodística (2012).

6. Citar obligatoria y correctamente las fuentes cuando estas no sean confidenciales.
7. Respetar el embargo informativo y el “fuera de registro” (off de récord).

3.3. Informar en la conflictividad

Los contextos electorales están marcados por polarización y discursos de odio. Es importante identificar los escenarios que promueven una mayor conflictividad y mantener posturas firmes para informar sin contribuir a elevar la tensión.

Durante protestas o enfrentamientos el desafío de informar es mayor por la seguridad propia, de las fuentes, de los actores en conflicto y también porque es una oportunidad única de reflejar lo que pasa desde el lugar de los hechos. Se debe procurar siempre dar la noticia en contexto.

“Ninguna cobertura vale poner en riesgo tu vida ni la de los demás”

Los grupos de choque afines a organizaciones políticas o que responden a ciertos líderes no dan cabida al diálogo y buscan exhibir su poder para tener una incidencia en la jornada de votación deslegitimando al proceso o las instituciones que lo respaldan. La cobertura en estos momentos de particular tensión y escalada de violencia ponen el riesgo la integridad de los periodistas, por lo que es preciso tomar en cuenta estas recomendaciones:

Buenas prácticas

- Armar un protocolo de seguridad específico.
- Conocer quiénes son los actores violentos y estudiar cuáles son sus motivaciones políticas, religiosas, económicas o culturales.
- Activar una comunicación con los colegas en la redacción. Y si se trabaja de manera independiente con un editor o colega de apoyo.
- Evitar el contacto con grupos violentos o con fuerzas de seguridad que estén a punto de actuar.
- Si se transmite en vivo procurar que haya dos o más personas para que estén atentos a lo que pasa alrededor. Las entrevistas deben ser en las esquinas de las calles y de espaldas a la pared.

El rol del periodista y del medio es proporcionar una información completa que permita al electorado tomar una decisión responsable y libre.

3.4. Seguridad, la prioridad

La seguridad periodística no es un complemento. Los protocolos de protección física y digital deben estar activados desde el primer momento del trabajo y no exclusivamente cuando hay conflictividad.

Evaluar el riesgo es el primer paso y para esto es importante analizar el contexto y conocer también quiénes podrían ser los actores que más vulneran los derechos de la prensa. El Observatorio de Unitas, citado anteriormente, identificó a la Policía Nacional como la entidad con mayor cantidad de vulneraciones cometidas, un total de 212 (23% del total de los casos), “principalmente en hechos o declaraciones que atentaron contra la institucionalidad democrática y la libertad de reunión y protesta”.

Luego de las fuerzas del orden están las autoridades del gobierno central con 182 casos (20% del total de los registros), pero también autoridades o entidades desconcentradas del ejecutivo nacional (Instituto Nacional de Reforma Agraria, Yacimientos Petrolíferos Fiscales Bolivianos, Servicio Nacional de Áreas Protegidas, entre otras) que, con 66 registros (7% del total), muestran su accionar en contra del derecho a defender derechos. Le siguen los representantes legislativos nacionales, que han acumulado 65 casos (7%).

El periodismo es una profesión peligrosa y en Bolivia los datos nos alertan de un recrudecimiento de la violencia y creciente precariedad, con un impacto directo en su labor como garantes de la democracia.

El nivel de riesgo está determinado por las características del entorno. Sin embargo, el oficio se ejerce a pesar de las amenazas en zonas de conflicto, regímenes autoritarios o incluso países considerados democráticos donde la impunidad, la falta de garantías, la represión, el acoso digital y la vigilancia se van instalando con más normalidad.

Los protocolos de seguridad no solo contemplan la integridad del periodista, sino también de sus fuentes e información. Por eso es importante que cada uno o como parte de un medio asuma una responsabilidad directa, desde aspectos básicos como la protección de las cuentas personales, los dispositivos móviles y todas las actividades en línea que signifiquen una exposición pública.

La primera Guía de Seguridad para Periodistas³³ fue publicada en 1992 por Reporteros Sin Fronteras. En este documento se rescataron testimonios de reporteros de guerra veteranos y realizaron la experiencia de reportería en terreno. Pero también se abordaron otras temáticas como seguridad digital, protección legal, censura, heridas psicológicas y violaciones del derecho a la información.

El documento se constituye un manual de cabecera para los periodistas y medios.

3.4.1. Protocolos de seguridad física

Antes de la cobertura	<ul style="list-style-type: none">- Informar a un contacto de confianza (ubicación, hora estimada, ruta).- Llevar identificación visible de prensa (pero no siempre en protestas).- Vestimenta neutral.- Llevar celular cargado, baterías extras y kit básico (agua, medicina, efectivo).
Durante la cobertura	<ul style="list-style-type: none">- Estar atento al entorno, posibles salidas y puntos de refugio.- Mantener distancia prudente en conflictos o manifestaciones.- No enfrentar a fuerzas del orden ni grupos violentos.- Grabar discretamente si es necesario, sin provocar.
Después de la cobertura	<ul style="list-style-type: none">- Hacer check-in con el contacto de confianza.- Documentar posibles agresiones o incidentes.

³³ Esta guía publicada originalmente en 1992 fue actualizada y desarrollada posteriormente. Proporciona consejos y recomendaciones para periodistas que trabajan en zonas de riesgo, incluyendo áreas de conflicto, manifestaciones con potencial violento, o desastres naturales <https://goo.su/lpXBL>

	<ul style="list-style-type: none"> - Reportar ataques a la Defensoría del Pueblo o asociaciones de prensa.
--	---

Cuadro 9: Protocolos de seguridad física

Fuente: Reporteros Sin Fronteras (RSF), Manual de Seguridad para Periodistas (2022)

Con el tiempo y los cambios en las formas de cobertura y estructura de los medios, varias organizaciones han elaborado guías específicas para la protección de los trabajadores de la prensa.

3.4.2. Protocolos de seguridad digital

Dispositivos y navegación	<ul style="list-style-type: none"> - Activar autenticación de dos factores (2FA) en correos y redes. - Usar VPN confiable para navegar (evita rastreos, bloqueos). - Encriptar dispositivos y correos sensibles (ProtonMail, Signal). - No usar Wi-Fi pública sin protección.
Protección de fuentes y archivos	<ul style="list-style-type: none"> - Usar Signal o Threema para mensajería segura. - Almacenar documentos sensibles en carpetas cifradas (VeraCrypt, Tresorit). - Hacer copias de seguridad cifradas fuera del dispositivo principal. - Evitar nombres reales o etiquetas que identifiquen fuentes en riesgo.
Gestión de redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar la configuración de privacidad. - Evitar geolocalización automática. - No compartir datos personales o familiares. - Monitorear posibles ataques coordinados o doxxing.

Cuadro 10: Protocolos de seguridad digital

Fuente: Access Now, Unesco, Electronic Frontier Foundation

Durante la cobertura electoral los ataques a nivel digital se incrementan hacia los periodistas y grupos vulnerables con campañas de odio, hackeo y doxxing (la acción de revelar información de identificación sobre alguien en línea). Por eso, se recomienda como punto básico mantener separadas las cuentas de trabajo de las personales.

Buenas prácticas

- Tener una capacitación constante en seguridad física y digital.
- Mantener a la mano un kit básico para las coberturas.
- Preparar protocolos de emergencia con el equipo de redacción o como freelance.
- Proteger los celulares y no delegar los equipos electrónicos de trabajo a terceros.
- Documentar y denunciar todas las amenazas recibidas.

3.5. Planificación

3.5.1. Antes de las elecciones

Previo a la cobertura de calle es importante tener claridad del contexto en el que se desarrolla ese proceso electoral y hacer una revisión exhaustiva de los antecedentes.

Actores claves del proceso electoral	Importancia
Organizaciones políticas	<ul style="list-style-type: none">- Antecedentes: cómo fue su participación en los pasados comicios.- Quiénes son sus principales voceros.- Direcciones de sus casas de campaña y de comando principal.- Lista de candidatos.- Plan de Gobierno.
Candidatos	<ul style="list-style-type: none">- Perfil personal y profesional.- Trayectoria política.- Imagen pública a través de los medios tradicionales y las redes sociales.
Órgano Electoral	<ul style="list-style-type: none">- Perfil de los vocales electorales.- Contacto con la vocería o área de comunicación.- Dirección del centro logístico, zona de cómputo y otras áreas clave de procesamiento de la información.

Organizaciones de la sociedad civil	Mapa de actores: - ONGs. - Fundaciones. - Instituciones académicas. - Organizaciones sociales. - Organizaciones empresariales.
Fiscalía	- Contacto con la fiscalía departamental o fiscales de materia (administran casos si hay delitos electorales)
Policía	Nombre, perfil y contacto de comandantes y direcciones principales (Felcc, Felcv, Tránsito)

Cuadro 11: Actores clave del proceso electoral
 Fuente: Elaboración propia

Un aspecto no menor es preparar una agenda sólida con los contactos necesarios para la cobertura: números de teléfono, nombre y cargo de los jefes de comunicación o de prensa de las entidades electorales, representantes o voceros de las organizaciones políticas, candidatos e instituciones de la sociedad civil. Además, es recomendable tener una red de fuentes especializadas como académicos, activistas y analistas con trayectoria.

El trabajo periodístico implica una serie de aptitudes y competencias que se van potenciando solo en la práctica: la curiosidad, capacidad de análisis y síntesis, autocrítica, capacidad de asombro, habilidades comunicativas orales y escritas, entre otras.³⁴

Existen diversas modalidades para coberturas electorales, según la agenda del medio o el periodista a cargo. La más utilizada es la de la serie, programa o suplemento. Es la más clásica y consiste en crear un segmento especial en el medio, ya sea televisivo, radial, impreso y multimedia, que se emita de manera periódica. Se diferencia por su contenido especializado, una línea gráfica específica y está compuesto por secciones temáticas. Por ejemplo, el programa Así Decidimos de Unitel, Uno Decide de la Red Uno, Elige de Los Tiempos, Yo Elijo de El Deber, entre otros.

³⁴ Decálogo del maestro de periodismo, Javier Darío Restrepo: <https://acortar.link/lnSOE7>

Esta modalidad tiene la ventaja de que permite al medio y a los periodistas centrar los esfuerzos en la temática electoral, de manera planificada y sistemática, sin descuidar otros ámbitos.

El desafío en esta cobertura es el equilibrio y la honestidad, de modo que se dé la misma importancia y oportunidad a todas las organizaciones políticas en contienda, también a los candidatos “menores” que están abajo en las encuestas o tienen menor capacidad de movilización. De esta manera los electores tendrán acceso a la mayor información posible para tomar su decisión.

3.5.2. El día de las elecciones

Una vez concluido el diseño de la cobertura electoral y consideradas todas las previsiones para evitar riesgos e improvisaciones, es hora de salir a la calle y hacer la reportería desde el lugar de los hechos. Aunque la jornada comienza, en realidad, una noche antes, con los operativos de control de las fuerzas de seguridad, la movilización del material a los recintos y los preparativos de los equipos de observación y control electoral de la sociedad civil.

Las salas de prensa convocan a todo su personal, incluso suelen activar a periodistas de respaldo. La planificación de la jornada se hace con mucha antelación y se reparten roles, fuentes y zonas según la cantidad de reporteros disponibles. El OEP convoca, generalmente, a tres conferencias de prensa: de inauguración de la jornada electoral en La Paz y conferencias conjuntas en los tribunales departamentales. La segunda suele ser a mediodía, en la que se dan los datos de apertura de mesas y el reporte de incidentes que pudieron dificultar la instalación. La tercera conferencia es al cierre de la jornada, después de las ocho horas de votación, donde los vocales informan sobre el cierre de las mesas, dificultades, retrasos y, en general, cualquier novedad durante ese día.

Luego comienza el conteo de votos y el cómputo oficial. El conteo se realiza en cada mesa electoral y los periodistas pueden registrar este acto, ya que es público. El cómputo se efectúa en las oficinas de cada TED o en su respectivo centro logístico.

Los resultados en boca de urna están reglamentados y monitoreados por el OEP, además tienen una hora específica de salida. Cada medio organiza la difusión según su agenda y acompaña cada emisión con analistas y repercusiones. Solo el TSE puede dar datos oficiales del avance del cómputo, que por ley puede tardar hasta siete días.

Los partidos suelen convocar a los medios para que registren la votación de sus principales candidatos, a una hora y en un recinto específico. Es importante desplazar equipos de prensa a zonas rurales y periurbanas para monitorear y registrar el desarrollo de las elecciones en recintos alejados de la ciudad. Se puede utilizar un equipo de prensa para hacer un recorrido por determinados recintos, entrevistar a votantes sobre la jornada electoral o reflejar temas adicionales como el movimiento económico que, por ejemplo, se desarrolla alrededor de un recinto.

En estos recorridos se debe registrar si hay partidos haciendo campaña o si se reportaron incidentes entre votantes, o cualquier irregularidad que perturbe el normal desenvolvimiento del proceso.

Cobertura	Fuentes	Información	Responsable
Inauguración de la jornada electoral	Presidente, vocales	¿Cuántas mesas se tiene previsto abrir? ¿Hubo algún incidente previo?	Equipo 1
Primer informe TED	Presidente, vocales	¿Se abrieron todas las mesas de votación? ¿Hubo incidentes?	Equipo 1
Reporte candidato X	Candidato	¿Cuál es su expectativa?	Equipo 2
Reporte candidato Y	Candidato	¿Cuál es su	Equipo 3

		expectativa?	
Reporte provincia 1	Reporte recinto X	¿Cómo vive la gente esta jornada electoral? ¿Se cumplen con las restricciones electorales?	Equipo 1
Reporte provincia 2	Reporte recinto Y	¿Cómo vive la gente esta jornada electoral? ¿Se cumplen con las restricciones electorales?	Equipo 2
Reporte de la Policía	Comandante	¿Hubo arrestos, detenidos por incidentes? ¿Cuántos casos y por qué?	Equipo 3
Segundo reporte del TED	Presidente, vocales	¿Cómo transcurre la media jornada? ¿Hubo casos relevantes?	Equipo 4
Reporte de la Fiscalía	Fiscal departamental	¿Cuántos casos por delitos electorales se conocieron?	Equipo 4
Tercer reporte del TED	Presidente, vocales	¿Todas las mesas cerraron sin problemas? ¿Hubo incidentes?	Equipo 1
Cierre de mesas y	Recintos	Reporte de	Equipo 2

conteo	electorales	recintos que cierran mesas.	
Instalación del cómputo	Presidente, vocales	Reporte del inicio de cómputo.	Equipo 3

Cuadro 12. Ejemplo de plan de cobertura electoral

Fuente: Elaboración propia

La parte de mayor tensión llega al cierre de la jornada electoral. El conteo se realiza en las mesas de sufragio y las actas son enviadas a los centros de cómputo bajo protocolos de seguridad. Cualquier alteración en esta fase puede ser objeto de conflicto, por lo que es importante estar atentos a los reportes de las delegaciones de los partidos, las misiones de observación electoral y las organizaciones de la sociedad civil que están organizando equipos de monitoreo electoral.

Existen dos tipos de estudios de opinión autorizados para los resultados de la jornada electoral: boca de urna y conteo rápido. El primero se realiza con encuestas cara a cara en recintos electorales a personas que han sufragado; la segunda con el conteo de las actas de determinadas mesas y recintos electorales. Ambos pueden difundirse solo desde las 20:00 del día de la votación.

Es importante recalcar que todos los canales de difusión de un medio, tanto tradicionales como digitales, son monitoreados por el Órgano Electoral para el cumplimiento de estas reglas y que hay sanciones por su no acatamiento.

Las salas de prensa suelen preparar con anticipación el trabajo de presentación de los resultados. Se movilizan equipos de prensa a los tribunales electorales, los centros de prensa de los partidos, la Policía, los centros de las misiones electorales y los lugares críticos donde la gente puede aglomerarse ya sea a festejar o protestar.

Se debe tener a mano plantillas con gráficos de los resultados fácilmente editables, ya sea en Illustrator, Canva u otra aplicación que ayude a simplificar

el trabajo de difusión por redes sociales.

Cada hecho a partir de este momento puede ser transmitido en vivo, de acuerdo a las decisiones editoriales: declaraciones de los candidatos sobre los resultados, aportes de los analistas, reportes de la Policía, la Fiscalía y misiones electorales, y también las reacciones de la ciudadanía en las calles. El equipo de redes sociales puede combinar la publicación de informaciones con notas “livianas” como los memes de la jornada o la votación de artistas, influencers y otras personalidades.

Para una cobertura de mayor impacto y utilidad de la audiencia, se puede habilitar en la página web un espacio de visualización con los resultados oficiales y gráficos (fijos o interactivos) y de la composición de la Asamblea Legislativa, siempre tomando en cuenta sólo los datos oficiales que emite el Órgano Electoral.

Aunque suene redundante es importante verificar cada dato y constatar que la información que se emite es veraz, pues está en juego la legitimidad de una elección y la credibilidad del medio.

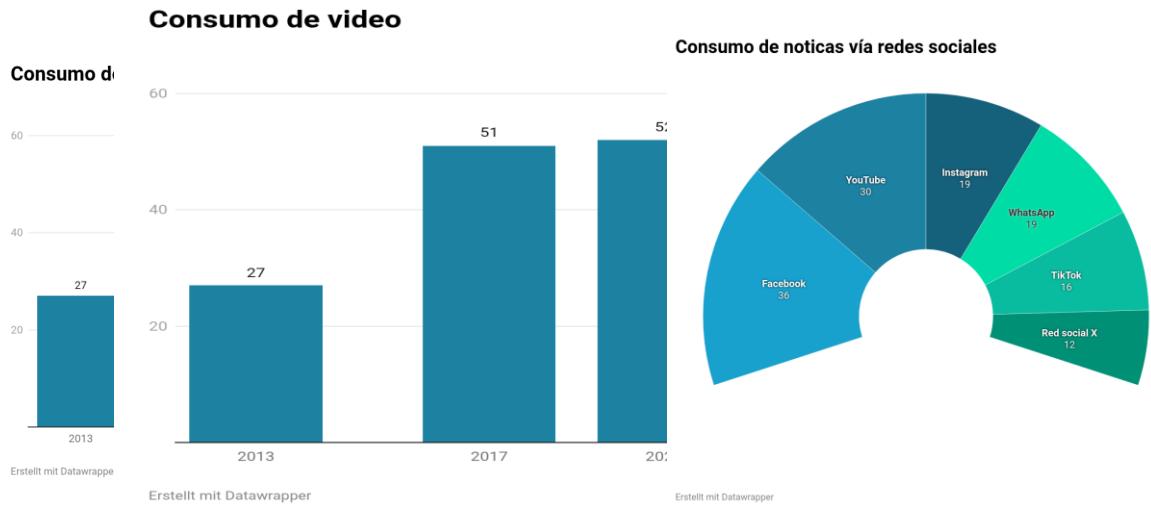
¿Qué elementos considerar para una cobertura en tiempo real?

La cobertura de las noticias en tiempo real comprende la transmisión de información inmediata y fiable a medida que los eventos se desarrollan y se actualiza de forma constante. La radio y la televisión ya nos asomaron a esta sensación de estar informados en tiempo real, pero con el internet la experiencia se ha incrementado.

Se dice que la cobertura en tiempo real ha matado la “hora de cierre” de los medios. Y sí, para bien. La noticia se desarrolla en todo momento y todo lugar, mucho más en procesos electorales. Para ello se utilizan una serie de plataformas digitales: streaming, redes sociales y aplicaciones de visualización.

Según el Digital News Report 2025 hay un descenso sostenido de la audiencia

de los medios tradicionales —televisión, prensa escrita y sitios periodísticos—, mientras que las redes sociales, plataformas de video y agregadores ganan terreno.³⁵ Esta caída no es nueva, pero sí consolida la tendencia de que el consumo de noticias está cada vez más inclinado a las nuevas tecnologías.



Consumo de vídeo. Fuente: Digital News Report 2025

El streaming o las transmisiones en vivo por Internet son difusiones continuas a las que el usuario puede acceder sin la necesidad de descargarlas completamente. Esto permite ofrecer conectividad, interacción y accesibilidad. No se requiere mucha tecnología ni inversión para poner en marcha un stream y hay una variedad de herramientas cuya calidad y costo varían.

La elección de las modalidades y aplicaciones de streaming debe ser acorde a la estrategia del medio. Actualmente hay varias opciones como Facebook, TikTok, Youtube e Instagram Live, entre otras.

Herramienta	Características
Facebook Live	Es la herramienta más utilizada y permite hacer transmisiones desde perfiles o páginas. Es útil poner una descripción corta y precisa y se pueden utilizar hashtags para tematizar la transmisión. Facebook ofrece un curso gratuito, amplio y detallado para su uso, donde se aprende

³⁵Digital News Report 2025 <https://acortar.link/guwP5v>

	desde recopilar noticias hasta contar historias en nuevos formatos e interactuar con los seguidores. ³⁶
YouTube Live Stream	Permite hacer transmisiones desde la misma cuenta y guardarla por mayor tiempo que en otras herramientas.
Instagram Live	Permite hacer transmisiones desde la misma cuenta y ofrece varias ventajas, incluyendo la interacción en tiempo real con la audiencia y la construcción de relaciones más fuertes con los seguidores.
TikTok Live	Permite a los espectadores y creadores de contenido interactuar entre sí en tiempo real.
Livestream, Bambuser y Ustream	Ofrecen una serie de herramientas tanto para streaming como para el formato de broadcasting, que son transmisiones de medios tradicionales combinadas con Internet.

Los medios suelen usar varias plataformas para transmitir en vivo. Las cadenas de televisión además de la señal del canal en sí, usan su página web y las redes sociales. Mientras las radios usan su señal de transmisión FM, la página web y redes sociales. Los medios nativos se enfocan en la web y redes sociales.

También existen aplicativos para audio. Los podcasts se han convertido en uno de los formatos preferidos de las audiencias. No todo son herramientas. La habilidad para contar historias, relatar los hechos y presentar la información es tan o más importante que el formato.

La relación entre las redes sociales y el periodismo es compleja. Pueden ser un aliado estratégico o un dolor de cabeza. Sin embargo, la comunicación se ha democratizado a niveles nunca vistos y los lectores tienen más poder que nunca. Pero también los riesgos son altos: la desinformación, los ataques digitales, las campañas de odio y otras amenazas constituyen un verdadero desafío para el periodismo.³⁷ A esto hay que sumarle la irrupción de las inteligencias artificiales

³⁶<https://www.facebook.com/blueprint/courses/journalists>

³⁷La Fundación Gabo tiene varios textos al respecto. <https://acortar.link/9ZNgtx>

y los chatbots.

La periodista Esther Vargas, del Centro Knight para el Periodismo en las Américas, define esta tarea así: confirmar datos, elaborar historias y lanzarlas a la red para luego gestionar las interacciones y monitorear los alcances. Es importante cumplir con los dos requisitos de una buena noticia: veracidad y oportunidad. Es decir, publicar un dato en el momento, ser el primero o, como se dice en la jerga, “patear” es muy importante. Pero también es un reto que esta información sea veraz, es decir, esté verificada.

	Facebook	X	Instagram	TikTok	YouTube
Galería de fotos	x		x		
Videos cortos	x		x	x	
Post 1 Post 2	x	x x			
Transmisión 1 Transmisión 2	x x	x x	x x	x x	x x
Video votación 1 votación 1	x x	x x	x x	x x	x x
Infografía 1 Infografía 2	x x	x x	x x		

Cuadro 13: Ejemplo para matriz de redes sociales
Fuente: Elaboración propia

¿Y las imágenes?

Las imágenes y los videos cortos son la tendencia favorita para las redes sociales. Según el ya citado Digital News Report 2025, en torno a un tercio de la muestra global utiliza Facebook (36%) y YouTube (30%) para informarse cada

semana. Tanto Instagram como WhatsApp llegan al 19%, mientras que TikTok (16%) se mantiene por delante de X (12%). Redes como Threads, Bluesky y Mastodon tienen escaso impacto global, con un alcance del 2% o menos para las noticias. La proporción global de gente que consume video en redes ha crecido del 52% en 2020 al 65% este año, y el consumo de video en general ha pasado del 67% al 75%.³⁸

El informe señala que la proporción global de gente que consume video en redes ha crecido del 52% en 2020 al 65% este año, y el consumo de video en general ha pasado del 67% al 75%.

Por otro lado, la proliferación de “influencers” y creadores de contenido que comentan noticias también complejiza más al periodismo, ya que se convierten en actores clave entre las audiencias.

Estos datos dan la pauta sobre el consumo de noticias en redes sociales y la gran oportunidad - y el desafío – para los periodistas respecto a la cobertura electoral.

El uso de las redes debe estar enmarcado en una estrategia de creación de contenido y un plan que, a grandes rasgos, puede tener al menos cinco elementos: creación, difusión, interacción, monitoreo y métrica.

Para publicar en redes, se recomienda estos pasos:

- Identificar información relevante para el lector.
- Verificar la información.
- Analizar la forma más creativa de contar la historia.
- Elegir una foto, video u otro recurso que genere valor para el lector.
- Revisar y verificar una vez más.
- Publicar y compartir.
- Interactuar con la audiencia o a las fuentes implicadas motivando a comentar

³⁸Digital News Report 2025 <https://acortar.link/NFS8jb>

sobre la noticia.

- Monitorear la respuesta de las audiencias. Revisar los comentarios y observar si añaden datos o emiten insultos.
- Revisar las métricas tomando en cuenta el alcance e interacciones.

¿Cómo encara la cobertura del “Día D” un periodista freelance?

Con la expansión de los medios digitales y las redes sociales las posibilidades para hacer periodismo se han multiplicado, aunque, con una difícil -pero no imposible- monetización.

Un medio digital debe tener su propia agenda y, aunque es posible que no cuente con una encuestadora, puede usar estratégicamente los resultados de otras encuestas para darle su propio enfoque. Siempre citando la fuente original.

También se puede organizar foros, conversatorios y otros eventos con candidatos, incluso muchas veces con mayor libertad que los medios “grandes”, ya que estos, a veces, son condicionados en algunos temas por las empresas que los auspician.

Las transmisiones en vivo y los streamings están creciendo de manera consistente y han logrado formar su propio público. Las ventajas son la mayor interacción y que se necesitan menos recursos.

Es importante, tanto para periodistas de medios de comunicación como para los independientes, estar atentos a las acreditaciones que solicitan algunas instituciones, como los organismos internacionales, que a veces exigen este requisito para hacer coberturas.

Tenga siempre cerca: su equipo de trabajo, los contactos necesarios para la cobertura y una opción de escape, por si ocurre algo inusual.

Esta plantilla esta diseñada para planificar la cobertura del día de votación:

Planificación de cobertura electoral

Periodista	
Evento electoral	
Medio o plataformas de difusión	
Fecha de cobertura	

1. Puntos clave / lugares estratégicos de cobertura

- _____
- _____
- _____

2. Fuentes de contexto

- _____
- _____
- _____

3. Fuentes in-situ

- _____
- _____
- _____

4. Equipo de apoyo (in-situ/remoto)

Nombre | Rol | Contacto

- _____
- _____
- _____

5. Recursos técnicos

Celulares	
Micrófonos	
Cámaras	
Laptops	
Reportera	
Trípode	
Luces	

Baterías	
Pilas	
Otros	

6. Recursos logísticos

Transporte/ vehículo	
Refrigerios	
Otros	

7. Cronograma

Hora	Actividad	Comentarios

8. Presupuesto

Actividad	Costo	Comentarios

9. Riesgos potenciales y medidas de mitigación

Riesgo	Medida preventiva

10. Canales de comunicación interna

App	Contacto	Número
Signal		
Slack		
WhatsApp		

11. Productos esperados

Contenido (nota, video, redes)	Responsable	Plazo

12. Observaciones adicionales

- _____
- _____
- _____

También considerar estos tips:

Recomendaciones

- Revisar los equipos: celular, reportera, cámara, cargador, audífonos, micrófono, soporte, trípode, etc.
- Llevar las baterías cargadas y, si es necesario, un repuesto. Hay jornadas que superan la duración de una batería.
- Si el recorrido es lejano, tomar la previsión de ropa abrigada, algún alimento seco y agua.
- Tener a mano una hoja de ruta y una posible ruta de salida.
- Avisar al editor la ubicación y las previsiones periodísticas.
- Tener la mirada amplia y vigilante: la noticia puede salir en cualquier momento.

3.5.3. Después de las elecciones

La etapa post electoral comienza con el conteo de votos. Ya se explicó los posibles escenarios en caso de una segunda vuelta electoral, de repetición de mesas de sufragio y el latente riesgo de algún conflicto debido a las características de la sociedad boliviana. Pero en caso de que las elecciones sigan un curso “normal”, hay tres aspectos que se deben tomar en cuenta: la conformación y distribución de fuerzas de la Asamblea Legislativa, los perfiles y antecedentes de los nuevos miembros del Gobierno y los procedimientos electorales pendientes.

Una actividad de relevancia es la presentación de informes y fuentes de financiamiento de los gastos de campaña de las organizaciones políticas. Finalmente, la posesión de autoridades con las actividades formales que ello conlleva. Sin embargo, a nivel periodístico, lo más relevante es la conformación

de la nueva ALP y del nuevo Órgano Ejecutivo.

Ya con los resultados oficiales, incluso los preliminares, se puede armar una composición parcial de la Asamblea Legislativa y destacar cuáles son las fuerzas políticas que la conforman, las mayorías y minorías y las posibilidades de pacto. Para ello, hay una diversidad de herramientas y aplicaciones capaces de crear visualizaciones interactivas y amigables.

También se puede hacer perfiles de los líderes o personalidades de cada fuerza política, que a la postre se convertirán en jefes de bancada o conformarán las directivas de las cámaras.

Es importante hacer seguimiento de sus cuentas en la Contraloría, para ver la cantidad de bienes con los que ingresan a la vida pública. También existe una diversidad de aplicaciones que pueden servir a este fin.

El mismo interés -o quizá mayor- se debe poner en las nuevas autoridades que conformarán el nuevo círculo de poder del Órgano Ejecutivo. Los perfiles de los nuevos ministros, viceministros y autoridades de instituciones descentralizadas, como la Aduana, o de empresas estatales, como YPFB, deben ser trabajados a detalle, para ofrecer al público información relevante sobre quién o quiénes son en adelante los que manejarán las riendas del Estado.

Paralelamente, comienza otro operativo de cobertura periodística electoral, porque luego de las elecciones nacionales vienen las subnacionales, y el ciclo comienza otra vez.

3.6. Géneros periodísticos

Es importante elegir el género periodístico adecuado y el formato en el que se va a presentar cada información. Los tres grandes grupos: informativos, interpretativos y de opinión; se utilizan de manera equilibrada y estratégica, de acuerdo al plan de cobertura del medio y a los objetivos planteados. No es lo

mismo presentar a un candidato en una noticia que hacerlo en un perfil o en una entrevista.

También es necesario explotar los recursos multimedia y las herramientas de visualización disponibles, muchas veces de manera gratuita, en Internet. Aplicaciones como Datawrapper, Infogram o Tableau tienen funcionalidades de fácil uso.

3.6.1. Foros, debates y conversatorios

En el caso de los candidatos a circunscripción uninominal, se pueden conformar foros u otros métodos de discusión grupal, donde participen, por ejemplo, todos los postulantes de una circunscripción, con una agenda de temas transversales, como salud, educación, seguridad, etc. Esta metodología permite juntar a varios representantes y tenerlos frente a frente para que respondan temas de interés público. Tienen la desventaja de que se otorga menos tiempo a cada candidato, pero si lo que se quiere es profundidad, se puede optar por la entrevista individual en profundidad, siempre que luego se otorgue el mismo espacio a los otros postulantes.

Los foros, conversatorios y debates también son útiles para convocar a, por ejemplo, los candidatos a primer senador de cada partido o a los candidatos a primer diputado plurinominal, quienes, en teoría, son las caras visibles o “fuertes” de los partidos en la región.

Estos eventos se acompañan, generalmente, de comentarios de expertos o preguntas de los asistentes o de los lectores, bajo una metodología organizada y sistemática, con un guion preestablecido por los periodistas (nunca por los partidos) y bajo la conducción de un moderador del medio.

Las nuevas tecnologías, el Internet y las redes sociales permiten ampliar como nunca el rango de alcance de estos eventos, a través de los streamings, transmisiones simultáneas, comentarios en redes y otros mecanismos, que

posibilitan la participación de más personas sin la necesidad de gastar más recursos.

3.7. Encuestas

Un punto muy importante en la agenda de los medios durante la etapa preelectoral es la difusión de encuestas y estudios de opinión. El Órgano Electoral tiene un periodo específico para esta actividad y los medios suelen invertir recursos importantes en su difusión. Cada medio presenta entre dos o tres encuestas antes de las elecciones.

Todos los medios grandes difunden encuestas o sondeos de opinión con varios objetivos, pero generalmente lo hacen para generar corrientes de opinión e influir en la agenda. No todos los medios tienen la posibilidad económica para contratar una empresa encuestadora, así que hay casos en los que varios se unen.

El TSE es la única institución que puede autorizar a una empresa encuestadora y a un medio a que publique encuestas y sondeos de opinión. El calendario electoral da un plazo para el registro y la habilitación de medios y empresas y también crea un reglamento específico. Todas las encuestas preelectorales deben ser autorizadas por el Órgano Electoral, que se encarga de revisar la metodología y la calidad técnica antes de su difusión. Hay sanciones para aquellos medios y candidatos que difundan estudios no autorizadas.

Los periodistas hacen un trabajo de “calentamiento” de las encuestas: consultan a analistas y convocan a encargados de prensa de los principales partidos para tener repercusiones.

Los analistas comentan las encuestas en vivo (en TV, radio y RRSS) o mediante artículos en prensa escrita o páginas digitales. Luego, se busca las reacciones de candidatos de cada uno de los partidos sobre los resultados en sí.

CAPÍTULO 4

COMBATE A LA DESINFORMACIÓN

4.1. Elecciones en la era de la desinformación

En la disyuntiva de creer o no en una noticia, el mayor problema no es que aparezca esa duda, sino que el contenido confuso sea compartido. Según el ya citado Digital News Report 2025, más de la mitad de la gente (58%) muestra inquietud por su capacidad para distinguir qué es verdadero y qué es falso al consumir noticias online.

La desinformación ha permeado los entornos políticos y en la actualidad es una de las mayores amenazas a la democracia, especialmente en los procesos electorales.

*“La desinformación puede manipular el debate público, influir indebidamente en los votantes, desacreditar instituciones electorales y erosionar la confianza en los resultados”.*³⁹

Si bien los contenidos desinformantes se dan mayormente como ataques a candidatos o agrupaciones políticas, el impacto más preocupante es el alcance que tienen en la sociedad y su nivel desconfianza en el sistema democrático o electoral.

La plataforma de verificación Chequeado⁴⁰ plantea dos definiciones para comprender el significado de desinformación y desinformación electoral.

Desinformación	Desinformación electoral
Llamamos desinformación a los contenidos que circulan en distintos medios, pero sobre todo en redes sociales (Facebook, Instagram,	Es un tipo de desinformación focalizada en candidatos y procesos electorales. En las campañas a veces se usan las desinformaciones para

³⁹ Informe de la ONU sobre Integridad Electoral en la Era Digital (2023).

⁴⁰ Organización sin fines de lucro que trabaja en verificación. Nació en 2010 y se constituye en la primera organización de este tipo en América Latina.

TikTok, Twitter) y servicios de mensajería instantánea (Whatsapp, Telegram, etcétera), en los que se inventan cosas que no sucedieron, se sacan de contexto hechos o se los tergiversa para cambiarles el sentido.	perjudicar directamente a líderes políticos y a candidatos. Éstas surgen, presumiblemente, desde los bandos contrarios a los que pertenece la figura política en cuestión.
--	--

Cuadro 14: Definiciones de Desinformación y desinformación electoral.
Fuente: Guía “Cómo cubrir noticias sobre elecciones sin promover la desinformación” (2022).

Aunque ahora la desinformación parezca común, no es nueva. Con el desarrollo de la tecnología, ha encontrado formas muy fáciles de penetrar y hacer eco en momentos claves en la toma de decisiones. Por ejemplo, antes de acudir a las urnas, cuando la ciudadanía necesita información clara y oportuna surgen rumores sobre el acto de votación o la credibilidad del Órgano Electoral en el proceso.

Es frecuente que incluso días antes de la elección se propaguen supuestas denuncias de fraude, que según convenga a determinado candidato o político, pueden ser usadas como estrategia para perjudicar a sus oponentes, deslegitimar a las autoridades electorales o simplemente ganar espacio en la agenda mediática y subir su popularidad en el electorado.

Precisamente Chequeado clasifica en cuatro grupos las desinformaciones más comunes en períodos electorales: las que se refieren a denuncias de fraude, las que refieren a personas no habilitadas que supuestamente votan, las que se refieren al proceso mismo de votación y las falsas declaraciones o falsas propagandas de los candidatos.

Por eso, el pensamiento crítico es el primer escudo de defensa ante los contenidos engañosos o falsos que circulan descontroladamente en época electoral.

Preguntas claves

- ¿Cuál es la fuente? ¿Tiene credibilidad?
- ¿Cómo se respalda ese contenido?
- ¿Cuál es el contexto? ¿Por qué se viraliza en este momento?
- ¿Los datos pueden corroborarse en otro medios confiables?
- ¿Es un contenido más emocional que informativo? ¿Busca manipular mi opinión?

Los formatos son variados y tienen mayor potencial de alcance en las redes sociales. Se difunden montajes de fotografías, audios y vídeos manipulados, y cadenas que circulan en canales o grupos de WhatsApp y Telegram. La desinformación se propaga con artillería pesada.

En la elección de 2020 en Bolivia, una publicación⁴¹ del Laboratorio de Investigaciones Forense Digitales de Atlantic Council (DFRLab) y la plataforma de periodismo investigativo Connectas, analizaron el fenómeno político de las protestas sostenidas por 21 días en 2019, las elecciones fallidas y, posteriormente, las denuncias de fraude electoral y golpe de Estado, a partir de la interacción en redes sociales, especialmente Twitter, ahora X.

Entre las conclusiones reportaron que un número importante de cuentas ligadas a Venezuela contribuyeron casi con una tercera parte de la discusión sobre esos comicios particularmente con mensajes a favor del Movimiento Al Socialismo (MAS) que en ese entonces era liderado por Evo Morales. Este grupo de cuentas vinculadas a Venezuela impulsó dos temas claros: sostener el argumento de que en Bolivia hubo un golpe de Estado en noviembre de 2019; y apoyar desde esta plataforma el retorno del MAS al poder.

⁴¹ Esta investigación, según explican los autores, surgió con el propósito de entregar información sobre factores que puedan generar distorsión en las conversaciones públicas previas a las elecciones presidenciales del 18 de octubre de 2020 en Bolivia. <https://goo.su/ERTQ>

En un caso más reciente, el medio Bolivia Verifica⁴² develó una operación de desinformación masiva con una inversión aproximada de 200.000 bolivianos en Facebook para atacar a los candidatos opositores, Jorge Quiroga y Samuel Doria Medina. Los contenidos fabricados obtuvieron un buen alcance porque circularon como publicidad.

Según los datos de esta verificadora, las páginas Click News y Bolivia News funcionaban como agentes de desinformación para promocionar videos falsos. Las cuentas se administran desde México y Bolivia y en varios casos difundió contenido favorable al también opositor, Manfred Reyes Villa.

La desinformación en un proceso electoral es mucho más fuerte que en cualquier otro momento. Recurre a herramientas avanzadas y dispone de recursos económicos para armar campañas de desprestigio que en muchas ocasiones han sido determinantes para debilitar o derribar candidaturas.

4.2. Elecciones e inteligencia artificial

La presencia de inteligencia artificial en tiempos de elecciones no necesariamente tienen un significado negativo. En varios países los órganos electorales están implementando tecnología para optimizar las operaciones administrativas, incluyendo el trabajo en tiempo real durante la jornada de votación y el conteo posterior.

Sin embargo, la IA en la fase preelectoral es usada mayormente para fines de desinformación. Por ejemplo con la creación de deepfakes que pueden ser vídeos, imágenes o audios manipulados con herramientas avanzadas para generar contenido que simula ser real, pero es falso.

Los usos más comunes y peligrosos son videos de candidatos emitiendo alguna declaración polémica que nunca dijeron, y que sin la debida atención o verificación pueden confundir fácilmente al electorado que está emocionalmente predisposto. Pero también la inteligencia artificial generativa tiene la capacidad

⁴² La investigación abordó el lapso de tiempo de mayo a julio y presentó pruebas contundentes sobre esta campaña de desinformación. <https://goo.su/3t04A>

de crear personajes y contenidos nuevos desde cero con fines de desinformación específicos.

En este punto es importante comprender algunos conceptos:

¿Qué es un algoritmo?	¿Qué es la IA generativa?	¿Qué es la inteligencia artificial?
Un algoritmo es un conjunto ordenado de instrucciones, pasos o procesos que permiten desarrollar una tarea determinada. Se trata de instrucciones preestablecidas que guían las decisiones de una máquina o sistema (por ejemplo, ante un semáforo en rojo, detener el vehículo). Los algoritmos son la base que hace funcionar cualquier sistema de inteligencia artificial.	Inteligencia artificial (IA) implica enseñar a las máquinas a desempeñar labores complejas que hasta ahora solo podían hacer humanos. Por ejemplo, gestionar enormes cantidades de datos estadísticos, detectar tendencias y aventurar recomendaciones al respecto o, en último término, llevarlas a cabo. En otras palabras, la capacidad de ciertos sistemas informáticos para procesar y analizar información externa y operar en consecuencia.	Está programada para generar datos nuevos a partir de los patrones estadísticos extraídos con aprendizaje automático. Es decir, aprende a crear a partir de lo que ha visto. Necesita cantidades masivas de información para entrenarse, que se extraen del contenido que hemos acumulado en internet durante los últimos 20 o 30 años. En el ámbito del periodismo, puede ayudar a generar imágenes y textos inéditos de manera más rápida y eficaz que con los métodos tradicionales.

Cuadro15: Definiciones de algoritmo, IA e IA generativa.
Fuente: "IA para periodistas. Una herramienta para explotar"⁴³

La inteligencia artificial como herramienta electoral ofrece muchas ventajas en la automatización y alcance de los contenidos, además de la precisión comunicativa que permite mejorar significativamente las campañas con mensajes más directos, dinámicos y efectivos.

⁴³ Guía elaborada por el equipo de Prodigioso Volcán en colaboración con Karen De la Hoz, Fundación Gabo y Florencia Coelho, New Media Research en el diario La Nación, de Argentina (2023).

Sin embargo, la IA también abre una puerta infinita a riesgos y amenazas que pueden significar una erosión de la democracia.

4.2.1. La IA ética

La desinformación ha encontrado en la IA un aliado para operar a gran escala y cada vez a más bajo costo. Esto pone en ventaja a quienes tienen mayor poder adquisitivo, pues pueden generar verdaderas maquinarias de contenido falso y engañoso para bajar a sus oponentes políticos o debilitar el sistema electoral, según sus intereses.

Los algoritmos refuerzan la polarización y alimentan silenciosamente las cámaras de eco que son caldo de cultivo para la desinformación: reafirman mentiras y sesgos, reducen la tolerancia, desestiman el pensamiento crítico y avivan la radicalización política.

En este contexto es necesario pensar en el uso ético de la IA para proteger el proceso democrático.

“El uso ético de la inteligencia artificial se basa en el respeto a los derechos humanos, la inclusión, la transparencia, la responsabilidad y la sostenibilidad.”⁴⁴

Alice Colombi⁴⁵, analista de medios y consultora de comunicaciones digitales plantea cinco elementos para proteger la democracia ante los riesgos de la IA:

- Formar coaliciones entre sociedad civil, academia y tecnología.
- Exigir transparencia y rendición de cuentas a plataformas digitales.
- Promover educación mediática y pensamiento crítico.
- Establecer regulaciones claras para campañas con IA.
- Asegurar que la tecnología respete derechos y equidad democrática.

4.3. Herramientas contra la desinformación

⁴⁴ Unesco- Recomendación sobre la Ética de la IA (2021)

⁴⁵ Recomendaciones de la experta durante el webinar: “Inteligencia artificial, Fake News y el uso ético en elecciones” (2025).

El desarrollo de la tecnología también ha permitido tener a disposición una amplia gama de herramientas que ayudan a verificar contenidos y combatir la desinformación.

De acuerdo al formato hay mayor o menor dificultad para el procedimiento. Por ejemplo, en los audios el riesgo es alto, pues la comprobación de la autenticidad tiene trabas como la similitud de las voces que pueden resultar engañosas. En estos casos se puede optar por verificar los hechos que se mencionan y así llegar a una mejor aproximación.

Las herramientas de pago tienen un servicio mucho más rápido y efectivo, pero también hay una larga lista de aplicaciones libres y de fácil acceso que pueden ser de gran utilidad para el trabajo periodístico.

KIT DE HERRAMIENTAS CONTRA LA DESINFORMACIÓN

Tipo	Herramienta	Funciones	Enlace
Video	InVID	Plataforma gratuita de código abierto. Sirve para verificar la exactitud de videos difundidos en redes sociales. También se pueden analizar los metadatos de una imagen.	https://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/
Video	YouTube Data Viewer (de Amnistía Internacional)	Verifica datos que pueden estar ocultos en un link de YouTube, como el horario exacto de publicación de un video, y para hacer fragmentación del video, que permite la búsqueda inversa.	https://youtube.amnesty.io/
Foto	Google Images TinEye	Realizan la búsqueda inversa de imágenes para detectar el origen.	https://images.google.com/ https://tineye.com

Foto	Forensic (de InVid) Forensically Beta Fotoforensics	Analizan si una imagen fue alterada digitalmente señalando irregularidades específicas.	https://www.invid-project.eu/tag/forensic-analysis/ https://29a.ch/photo-forensics/#level-sweep http://fotoforensics.com/
Redes Sociales	Operadores y búsqueda avanzada en X (antes Twitter).	Filtrá, afina y segmenta resultados de forma muy precisa. Rastrea palabras clave, hashtags, cuentas específicas, fechas de publicación e interacciones.	https://x.com/search-advanced?lang=es https://foller.me/
Redes Sociales	CrowdTangle	Rastrea contenido viral en Facebook e Instagram.	https://www.crowdtangle.com/
Redes Sociales	Wayback Machine	Permite verificar un link o un posteo de alguna red social (Twitter, Facebook, Instagram). Ayuda a revisar páginas web o perfiles de redes sociales anteriores.	https://web.archive.org/
Redes Sociales	Politiwoops	Rastrea y archiva los tuits que políticos y figuras públicas han publicado y luego eliminado.	https://projects.propublica.org/politiwoops/
Redes Sociales	BuzzSumo	Analiza qué contenido tiene más interacción en redes.	https://buzzsumo.com/
Verificación de contenido	Hoaxy	Visualiza cómo se propagan rumores y desinformación en X.	https://hoaxy.osome.iu.edu/
Verificación de contenido	Botometer	Detecta si una cuenta de X es un bot.	https://botometer.osome.iu.edu/
Verificación de contenido	NewsGuard	Califica la fiabilidad de sitios web de noticias.	https://www.newsguardtech.com/

Verificación de contenido	ClaimBuster	Detecta frases verificables en discursos y entrevistas.	https://idir.uta.edu/claimbuster/
Verificación de contenido	Google Fact Check Explorer	Busca artículos de verificación publicados por medios de todo el mundo.	https://toolbox.google.com/factcheck/explorer
Verificación de contenido	Trendolizer	Detecta noticias que se están volviendo virales.	https://trendolizer.com/
IA	Hive Moderation	Es una potente herramienta de moderación de contenido basada en IA. Ayuda a identificar y filtrar contenido inapropiado, dañino o ilegal.	https://hivemoderation.com/ai-generated-content-detection
IA	Hugging Face	Extrae información clave de grandes volúmenes de texto. Realiza traducciones automáticas, resúmenes, clasificación de sentimiento, detección de discurso de odio o desinformación.	https://huggingface.co/ummm-maybe/AI-image-detector
IA	AI Voice Detector	Detecta si un audio o voz ha sido generado o manipulado con inteligencia artificial (deepfakes de voz).	https://aivoicedetector.com/
IA	Deepware	Detecta deepfakes en videos y audios, especialmente aquellos que usan inteligencia artificial para manipular rostros o voces.	https://scanner.deepware.ai/

Cuadro 16. Kit de herramientas para combatir la desinformación
Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, el uso de las herramientas siempre debe estar mediado por un alto criterio del periodista, más aún con las grandes posibilidades que está ofreciendo la IA y están revolucionando la generación y verificación de contenidos.

Recomendaciones

- Ninguna herramienta es 100% fiable y eficaz. Siempre se debe considerar el margen de error.
- Las herramientas se actualizan, dejan de funcionar o son reemplazadas por algunas con funciones superiores. Es importante mantenerse actualizado y revisar constantemente las opciones.
- Usar dos o tres herramientas para cruzar la información y reforzar la verificación con fuentes confiables.

CAPÍTULO 5

GLOSARIO DE TÉRMINOS ELECTORALES

Término	Definición
Apoderado electoral	Persona designada por una organización política para representarla ante autoridades electorales.
Cómputo oficial	Conteo definitivo de los votos realizado por la autoridad electoral.
Campaña electoral	Conjunto de actividades realizadas por partidos y candidatos para promover sus propuestas.
Democracia representativa	Sistema donde los ciudadanos eligen a sus representantes mediante voto.
Franja electoral	Espacios en medios de comunicación asignados para propaganda política durante campaña.
Observación electoral	Proceso de seguimiento de elecciones por parte de observadores nacionales o internacionales.
Padrón electoral	Registro oficial de ciudadanos habilitados para votar.
Propaganda electoral	Mensajes o acciones destinadas a captar votos durante la campaña.
Segunda vuelta electoral	Nueva votación entre dos candidatos con mayor porcentaje cuando ninguno obtiene mayoría absoluta.
Transparencia electoral	Principio que garantiza procesos abiertos, verificables y confiables.
Asamblea Legislativa Plurinacional (ALP)	Órgano que ejerce el poder legislativo en Bolivia, compuesto por la Cámara de Senadores y de Diputados.
Circunscripción especial indígena	Área electoral destinada a garantizar la representación de las naciones y pueblos indígena originario campesinos.

Circunscripción uninominal y plurinominal	División territorial para elegir diputados: uninominal (un solo representante) y plurinominal (varios según población).
Control social electoral	Participación ciudadana y de organizaciones en la supervisión de los procesos electorales.
Democracia intercultural	Modelo boliviano que combina democracia representativa, participativa y comunitaria.
Elección de autoridades judiciales	Particularidad boliviana donde jueces y magistrados son elegidos por voto popular.
Jurados electorales	Ciudadanos sorteados para administrar y garantizar transparencia en mesas de sufragio.
Naciones y pueblos indígena originario campesinos (Npioc)	Sujetos colectivos reconocidos por la Constitución con derechos políticos y representación especial.
Referendo constitucional o autonómico	Consulta directa a la ciudadanía sobre reformas a la Constitución o estatutos autonómicos.
Suplantación de identidad electoral	Delito que consiste en votar haciéndose pasar por otra persona inscrita en el padrón.
Sirepre	Sistema de Resultados Preliminares. Sustituirá al anterior TREP (Transmisión de Resultados Electorales Preliminares).
Debate electoral	Evento público donde candidatos exponen y contrastan sus propuestas frente a la ciudadanía.
Jornada electoral	Día en que los ciudadanos acuden a las urnas para ejercer su voto.
Democracia participativa	Modelo democrático que incluye, además del voto, mecanismos como referendos, plebiscitos e iniciativas ciudadanas.

Cuadro 17. Glosario de términos electorales
Fuente: Tribunal Supremo Electoral de Bolivia y sitios web oficiales.

GLOSARIO DE TÉRMINOS SOBRE DESINFORMACIÓN

Término	Definición
Desinformación	Información falsa o imprecisa con el objetivo de influir en la opinión pública y en las actitudes sociales, muchas veces con intereses políticos o lucrativos.
Posverdad	Término de uso adjetivo o sustantivo que se refiere a un entorno en el que los hechos se consideran irrelevantes o menos importantes que las creencias y opiniones personales, y se utilizan apelaciones emocionales y herramientas de desinformación para influir en la opinión pública y en el debate político.
Bulo	Información falsa o engañosa que se difunde de manera intencional y con el objetivo de manipular o engañar a la audiencia.
Bot	Abreviatura de robot. Programa autónomo diseñado para interactuar con otros sistemas y usuarios de una manera concreta. Realiza tareas predeterminadas.
Algoritmo	Conjunto ordenado de instrucciones, pasos o procesos que permiten desarrollar una tarea determinada.
Deepfake	Técnica de inteligencia artificial que permite manipular o generar contenido audiovisual falso, como imágenes, videos o audios, de manera muy realista.
Inteligencia artificial (IA) generativa	Sistema de generación masiva de datos nuevos que imitan el contenido creado por humanos mediante el uso de algoritmos avanzados.
Discurso de odio	Discurso destinado a intimidar, oprimir e incitar al odio y la violencia contra una persona o grupo, con base en su raza, religión, nacionalidad, género, orientación sexual, discapacidad u otra característica grupal.

Cámaras de eco	Procesos de intercambio de información y discusión en Internet entre comunidades que tienen valores, ideologías y orientaciones políticas homogéneas. Se refuerzan y amplifican con sus propias voces y valores, produciendo un efecto similar al del fenómeno acústico del eco.
Sesgo de confirmación	Tendencia que tienen las personas a recordar, interpretar o buscar información que confirme sus creencias o hipótesis iniciales.

Cuadro 18. Glosario de términos sobre desinformación electoral

Fuente: Fundación Construir y

BIBLIOGRAFÍA

Battilana, Sabrina y et.al. Integridad y transparencia para la confianza ciudadana en las instituciones y en la política. Buenos Aires. KAS. 2020

Democracia Intercultural, Valores democráticos y participación ciudadana. Fundación Construir, junio 2025

Digital New Report 2025, Reuters Institute.

Elections in digital times: a guide for electoral practitioners 2022, Unesco

Fundación Gabo: varios autores.

Verificación digital para periodistas, Google News Initiative

Manual para coberturas electorales seguras. Fundamedios. 2013. Quito.

Matínez, Rafael. Ventajas y desventajas de la fórmula electoral de doble vuelta. Fundación Cidob. 2006

Moreno, Daniel. Et.al. La Democracia en los ojos de la gente, 25 años de cultura política en Bolivia. Plural Editores. La Paz. KAS Bolivia. 2024

Prathm Juneja. Artificial Intelligence for Electoral Management 2024

Recomendación sobre la ética de la IA (2021)

Restrepo, Javier Darío. Decálogo del maestro del periodismo. Fundación Gabo.

Think Before Sharing. Guía educativa sobre desinformación para comunicadores, Unesco

Constitución Política del Estado

Ley 026 de Régimen Electoral

Ley 018 del Órgano Electoral Plurinacional

Reglamento de las Elecciones Generales. TSE. 2025

Cartilla de la Democracia Intercultural. TSE. 2023

Sistemas electorales y de partidos. TSE. 2013

Hemerotecas digitales

El Deber, ANF, Los Tiempos, Opinión

Videoteca

<https://acortar.link/INJIGI>