



Libertad de Prensa

# **Toxicidad en línea y discursos de odio contra periodistas y medios de comunicación**



eMonitor+ es un sistema de monitoreo y análisis de redes sociales liderado por PNUD, a través de un equipo especializado en análisis de discurso que se apoya en una amplia gama de herramientas digitales y de inteligencia artificial. El objetivo es detectar y estudiar fenómenos de contaminación informativa, entre ellos la comunicación tóxica, los discursos de odio, la desinformación y la violencia basada en género en redes sociales, a fin de fortalecer las capacidades de actores nacionales, regionales y globales para garantizar la integridad de la información y hacer frente a los desafíos que estos fenómenos plantean.

**Disclaimer:** Las publicaciones y nube de palabras son una muestra de los mensajes en redes sociales que contienen discursos tóxicos y de odio. El equipo de eMonitor+ no comparte el discurso contenido en estas publicaciones.



Periodo de análisis: 1/02 al 14/04 de 2024



Cuentas monitoreadas: 1.254 cuentas\*

# 1316

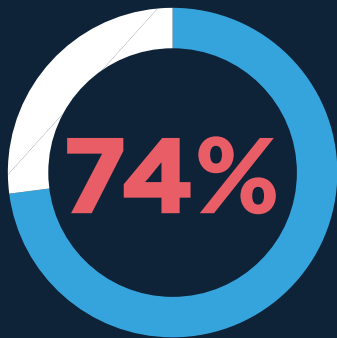
**TOTAL DE PUBLICACIONES  
CON COMUNICACIÓN  
TÓXICA IDENTIFICADA**



# 1 DE CADA 3

publicaciones tóxicas identificadas durante el lapso analizado (440 publicaciones, 33.4% de la muestra total), están **dirigidas en contra de periodistas y medios de comunicación**. Configurándose como el segundo grupo más atacado en las redes sociales, luego de las autoridades electas.

Tuvo como objetivo a periodistas individuales, se identificó que estos mensajes **también fueron dirigidos a medios de comunicación como organización, principalmente a medios digitales**.



De los discursos de odio identificados contra periodistas y medios de comunicación los **cuestionan por una supuesta afiliación política hacia determinadas ideologías u organizaciones políticas**, a pesar de que estos no se hayan manifestado públicamente al respecto.

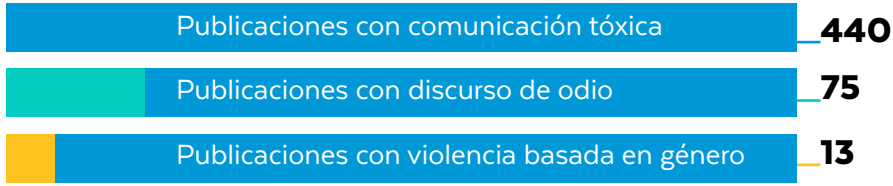


\*Para analizar la conversación política digital, eMonitor+ trabaja actualmente con una muestra de 1.254 cuentas de Facebook y X (antes Twitter), construida en base a los siguientes criterios:

- **Centralidad:** Capacidad de un actor para definir y rechazar políticas públicas
- **Cercanía:** Influencia que tiene un actor sobre los decisores de políticas públicas
- **Intermediación:** actores que tienen el control editorial sobre redes de comunicación masiva y digital



# Total de publicaciones con comunicación tóxica, discurso de odio y violencia basada en género, dirigida contra periodistas y medios de comunicación.



## 440

### LENGUAJE TÓXICO

Utiliza formas violentas del lenguaje para excluir de la conversación pública o deslegitimar a individuos o grupos específicos



## 75

### DISCURSO DE ODIO

Cualquier tipo de comunicación que ataca, usa lenguaje peyorativo o discriminatorio hacia una persona o grupo en razón de factores de identidad (religión, género, origen étnico, color, raza, nacionalidad, afiliación política, etc)



## 15

### VIOLENCIA BASADA EN GÉNERO

Cualquier acto de violencia que resulte o tenga probabilidades de concluir en daño físico, sexual o psicológico contra una persona en razón de su género o por no ajustarse a las expectativas culturales asociadas a su género, ya sea en el ámbito público o privado.



Gráfico 1. Publicaciones con comunicación tóxica, discurso de odio y violencia basada en género dirigida en contra periodistas y medios de comunicación.

Entre el 1 de febrero y el 14 de abril de 2024, se identificaron 1316 publicaciones que presentan comunicación tóxica. De este conjunto, 440 publicaciones (33,4%) se dirigieron específicamente a periodistas y medios de comunicación.

De estas 440 publicaciones, la mayoría (365) contienen insultos que cuestionan la imparcialidad y objetividad de periodistas y medios de comunicación, los vinculan con supuestas mafias, terrorismo o actos de corrupción; y publican amenazas y contenidos obscenos contra este grupo.

Entre estas publicaciones, se identificaron 75 que contienen discursos de odio y 13 con violencia basada en género. Estos contenidos tienen como objetivo deslegitimar la labor periodística atacando las identidades de quienes la ejercen. Si bien la mayoría de estos ataques cuestionan supuestas afiliaciones políticas de los y las periodistas, en el caso de las mujeres, vienen cargados de alusiones y críticas referidas a su apariencia física.



## PUBLICACIONES CON COMUNICACIÓN TÓXICA:

**Comunicación tóxica:** Utiliza formas violentas del lenguaje para excluir o deslegitimar de la conversación pública a individuos o grupos específicos.



Durante el lapso analizado, **el 90.2% de los ataques en línea contra periodistas y medios de comunicación fueron dirigidos contra personas concretas, como los periodistas Gustavo Gorriti o Rosa María Palacios.**

Los ataques cuestionaron la falta de imparcialidad de la prensa y señalan a periodistas por su ideología o descalifican sus capacidades profesionales con términos como “impresentables”, “ignorantes”, o “inútiles”.

La narrativa en las publicaciones tóxicas contra medios de comunicación es similar. En concreto, **son los medios digitales quienes reciben la mayor cantidad de agresiones en línea con 43 publicaciones (9.8%)** (Gráfico 2).

En dichas publicaciones, se les acusa de lucrar y criminalizan su labor utilizando calificativos como “delincuentes”, “mafia caviar” o “mafia gansteril”. Claro ejemplo de ello son los ataques contra IDL- Reporteros, con 32 publicaciones en las cuales se exigen acciones punitivas contra el medio, con comentarios como “desratizarlos” y “enviarlos a la cárcel”.

La prensa escrita también ha sido blanco de ataques, siendo calificada como “mentirosa” y “manipuladora”. Estos cuestionamientos no solo hacen referencia a la credibilidad u objetividad de estos medios, sino que además hacen uso de insultos como “basura”, “mermeleros” y “pasquín”.

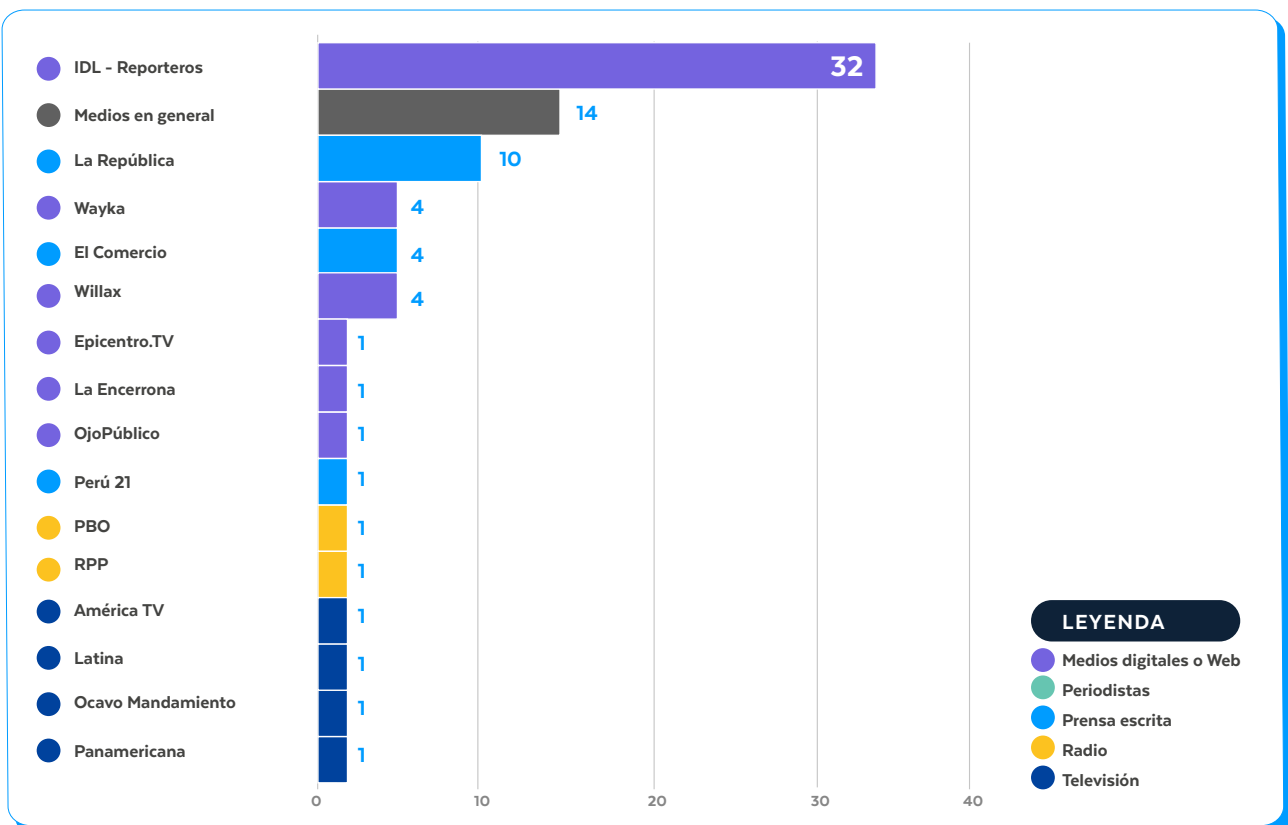


GRÁFICO 2. Publicaciones con comunicación tóxica por actor atacado en las categorías de “Medios digitales o Web”, “Prensa escrita”, “Radio” y “Programa o canal de televisión”.

## ¿Sobre qué actores se centró la comunicación tóxica?

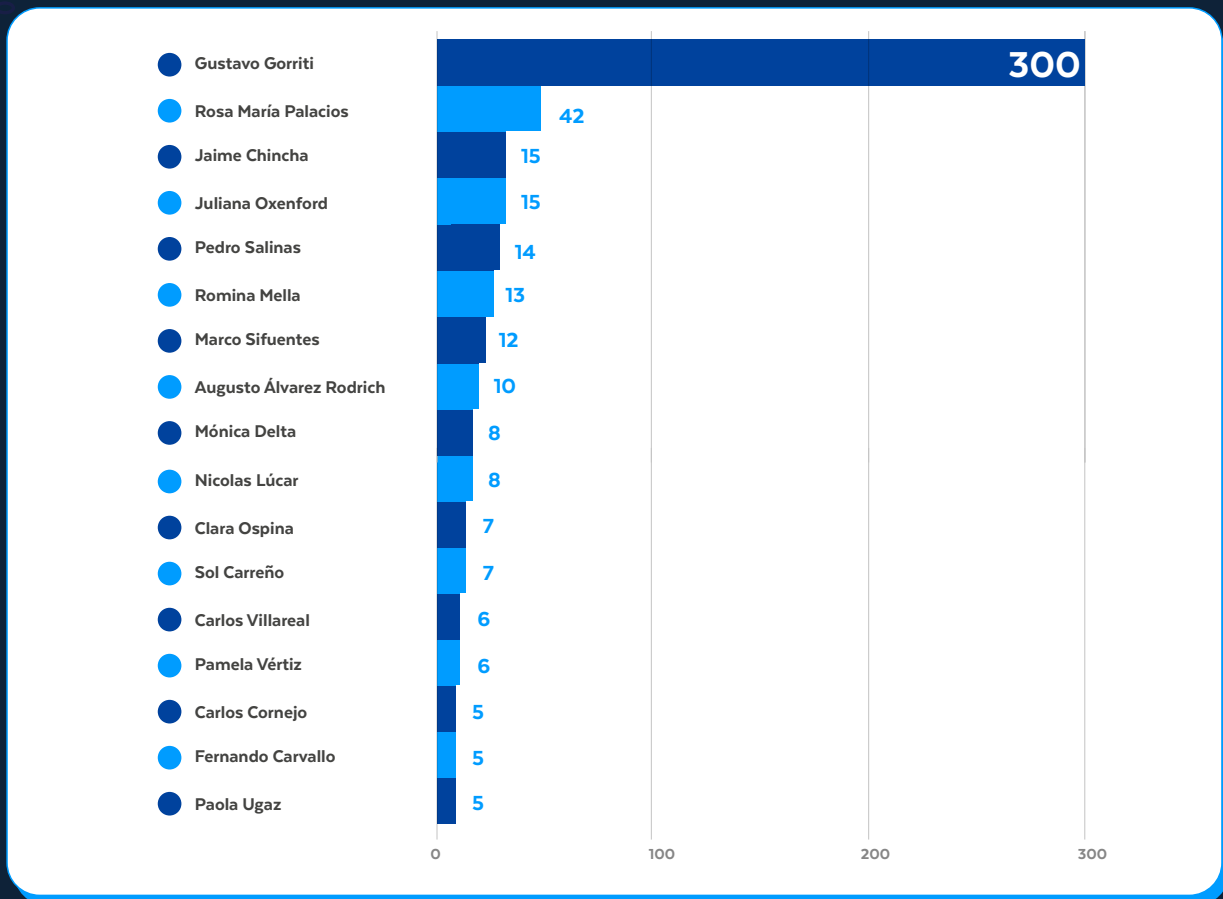


GRÁFICO 3. Publicaciones con comunicación tóxica contra periodistas/comunicadores más atacados.



En 300 de las 440 publicaciones contra periodistas y medios (68%), el objetivo de la comunicación tóxica fue Gustavo Gorriti, periodista y director del medio IDL-Reporteros. De estas publicaciones, 37 se difundieron bajo los hashtags #GorritiDelincuente, #LaMafiaDeGorriti, #GorritiElPatrónDelMal, #gorritimovadef, #GorritiNoTeEscondas, #IDLyGorritiCaeran.

Los picos de estos ataques se aprecian a inicios de febrero, cuando su nombre fue mencionado en la declaración ante el Ministerio Público del colaborador eficaz Jaime Villanueva, como parte de la investigación abierta contra una presunta trama criminal que involucra a la fiscal Patricia Benavides, donde señala que el periodista habría tenido una supuesta injerencia en la investigación del caso “Cócteles” que se le sigue a Keiko Fujimori, presidenta del partido Fuerza Popular.

Rosa María Palacios es la segunda periodista más atacada, también objeto de comunicación tóxica en 42 publicaciones (9.55%). La abogada y conductora de los programas “Sin Guion” y “A pensar más” recibió insultos que atacan su apariencia física, como un mecanismo de deslegitimar sus opiniones en los espacios digitales.

Tanto Gorriti como Palacios, al igual que la mayoría de los actores que encabezan la lista del Gráfico 3, son señalados como integrantes de una presunta “mafia caviar”<sup>1</sup> que trabaja en favor de intereses de un sector político vinculado a la izquierda.

<sup>1</sup> El término “caviar” suele emplearse para hostigar a figuras que expresan diversas opiniones sobre asuntos políticos. Dicha etiqueta intensifica la polarización en las redes sociales, y genera efectos negativos en la conversación digital al desincentivar la libre expresión tanto de periodistas como de otros usuarios.

## ¿Quiénes son los emisores de la comunicación tóxica?

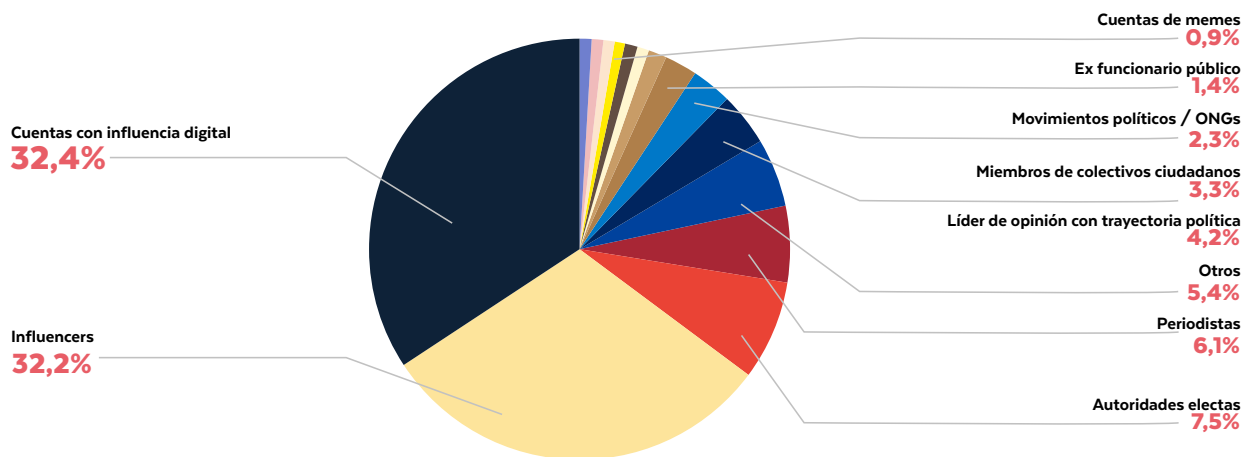


GRÁFICO 4. Porcentaje de publicaciones con comunicación tóxica por tipos de emisor.

El 64.6% de las 440 publicaciones que contienen comunicación tóxica fueron emitidas por “cuentas digitales” (138) e “influencers” (137)<sup>2</sup>, que si bien se distinguen entre sí por el carácter de anonimidad de las cuentas, su nivel de acción y alcance se manifiesta principalmente en las redes sociales. Utilizar el anonimato y un margen delimitado de acción, les permite actuar con mayor libertad a momento de emitir mensajes agresivos.

En la muestra analizada del 1 de febrero al 14 de abril, se identificaron 32 publicaciones tóxicas (7.5%) en contra de periodistas emitidas por autoridades electas, principalmente congresistas de la República. Si bien el porcentaje no es alto, los datos de eMonitor+ muestran que estas cuentas, debido a su cantidad de seguidores, tienen amplio alcance y un elevado número de reacciones de otros usuarios, lo cual amplifica su impacto.

## PUBLICACIONES CON DISCURSO DE ODIO: 75

**Discurso de odio:** Cualquier tipo de comunicación que ataca, usa lenguaje peyorativo o discriminatorio hacia una persona o grupo en razón de su religión género, origen étnico, nacionalidad, raza, color, ascendencia, afiliación política u otro factor de identidad.

En estas publicaciones, la violencia de los ataques contra periodistas se intensifica. En 33 de las 75 publicaciones que contienen discursos de odio, se vincula a las personas que ejercen la labor periodística con acciones ilícitas sin sustento alguno.

Asimismo, se observó que el 74.1% de los ataques a periodistas y medios de comunicación están motivados por una supuesta afiliación política<sup>3</sup> (Gráfico 5), a pesar de que estos actores no han manifestado públicamente ser simpatizantes o estar vinculados a alguna ideología en particular. Se les tilda despectivamente de “caviares”, “comunistas” o “zurdos”, e incluso se les acusa de tener vínculos con el terrorismo.



# 74.1% DE LOS ATAQUES

A PERIODISTAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESTÁN MOTIVADOS POR UNA SUPUESTA AFILIACIÓN POLÍTICA (GRÁFICO 5).

<sup>2</sup> Las cuentas con influencia exclusiva en espacios digitales son cuentas que comentan temas de coyuntura desde una perspectiva individualizada, ya sean personas reales (influencers) o identidades ficticias (anónimas). Se monitorean aquellas que han logrado consolidar una audiencia de, al menos, 5 000 seguidores.

<sup>3</sup> Cabe precisar que, se identifica discurso de odio por afiliación política cuando la publicación ataca a una persona o a una comunidad por su ideología o su pertenencia a una organización política.

## Identidades atacadas por el discurso de odio

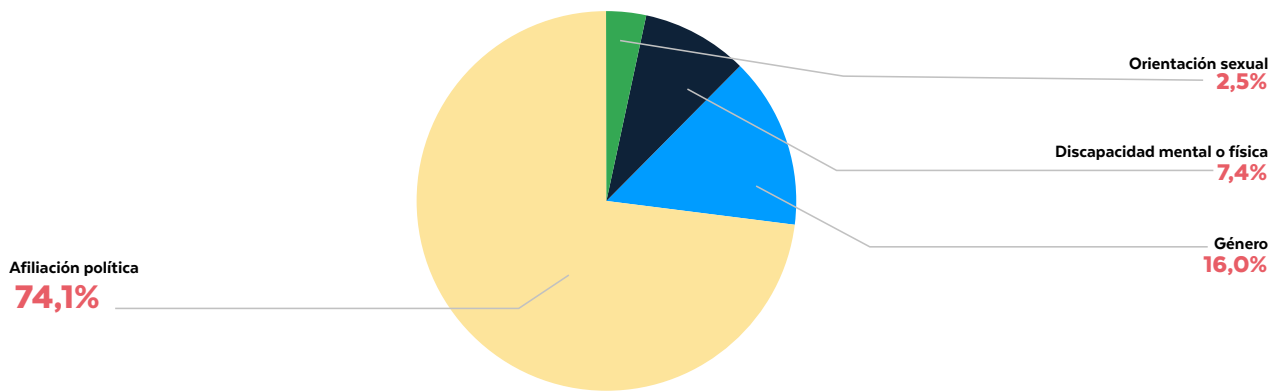


GRÁFICO 5. Número de publicaciones con discurso de odio por identidad atacada

## ¿Sobre qué actores se centró el discurso de odio?

De las 75 publicaciones con discurso de odio analizadas para este informe, un 72 % se dirigió contra los periodistas Gustavo Gorriti y Rosa María Palacios. Es decir, además de los insultos y otro tipo de comunicación tóxica en línea, también son los principales actores alcanzados por los ataques a la identidad, cuestionando principalmente su supuesta “afiliación política”.

A ellos se suman periodistas como Romina Mella, Marco Sifuentes y Juliana Oxenford que lideran programas informativos y/o redacciones digitales.

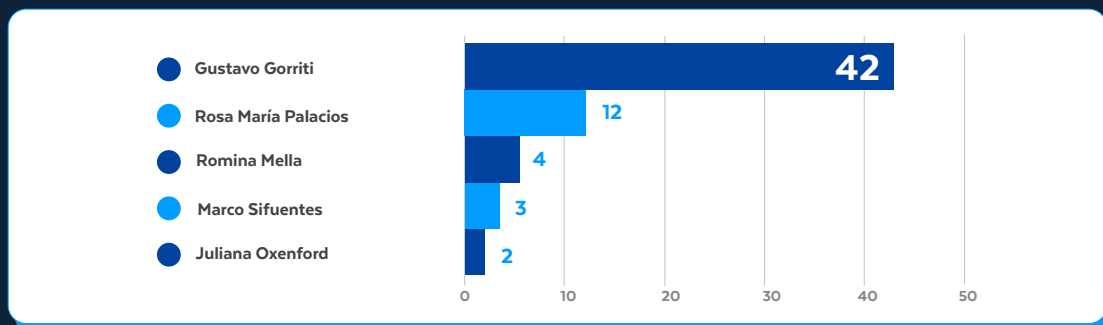


GRÁFICO 6. Publicaciones con discurso de odio contra periodistas/comunicadores más atacados.

## Intensidad de la violencia

Los discursos de odio que presentan mayores niveles de agresividad apuntan a una supuesta parcialización ideológica de estos periodistas, tachándolos de ser de izquierda o derecha mediante adjetivos deshumanizantes, comparándolos con animales e incluso vinculándolos directamente con acciones terroristas o fascistas.

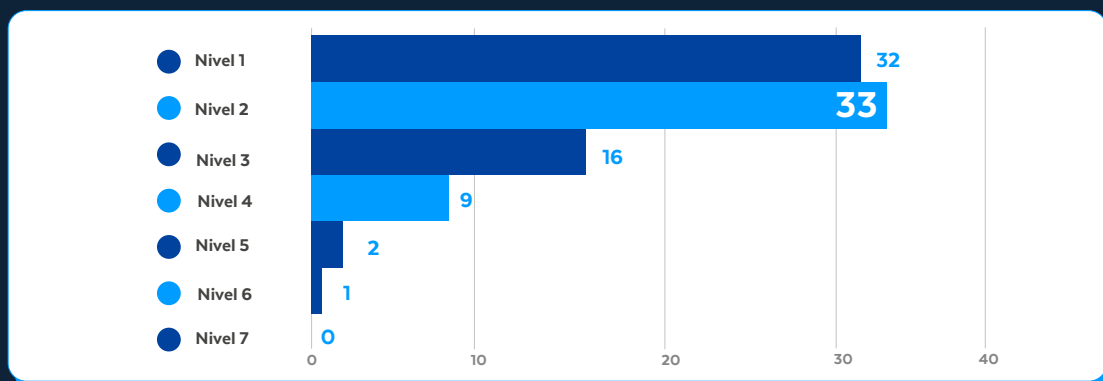


GRÁFICO 7. Número de publicaciones por nivel de intensidad del discurso de odio.

**LEYENDA**

- Nivel 1: Rechazo prejuicioso del discurso basado en la identidad del hablante
- Nivel 2: Vinculación de un individuo o grupo de identidad a actividades negativas o ilícitas
- Nivel 3: Insultos basados en la identidad
- Nivel 4: Demonización o deshumanización
- Nivel 5: Llamado a la vandalización de espacios o instituciones relevantes
- Nivel 6: Llamado a la violencia contra un individuo o población basado en su identidad
- Nivel 7: Llamado al asesinato contra un individuo o población basado en su identidad

En ese marco, los niveles 1 y 2 del Gráfico 7 son los más comunes en los ataques digitales contra periodistas y medios de comunicación. Esto se debe a que, a menudo, se busca vincularlos injustificadamente con actividades delictivas como el terrorismo o la corrupción, a pesar de que no exista ninguna evidencia sobre ello. Esto tiene como objetivo desacreditar y restar autoridad a las investigaciones periodísticas que realizan.

### ¿Quiénes son los emisores del discurso de odio en contra de periodistas y medios de comunicación?

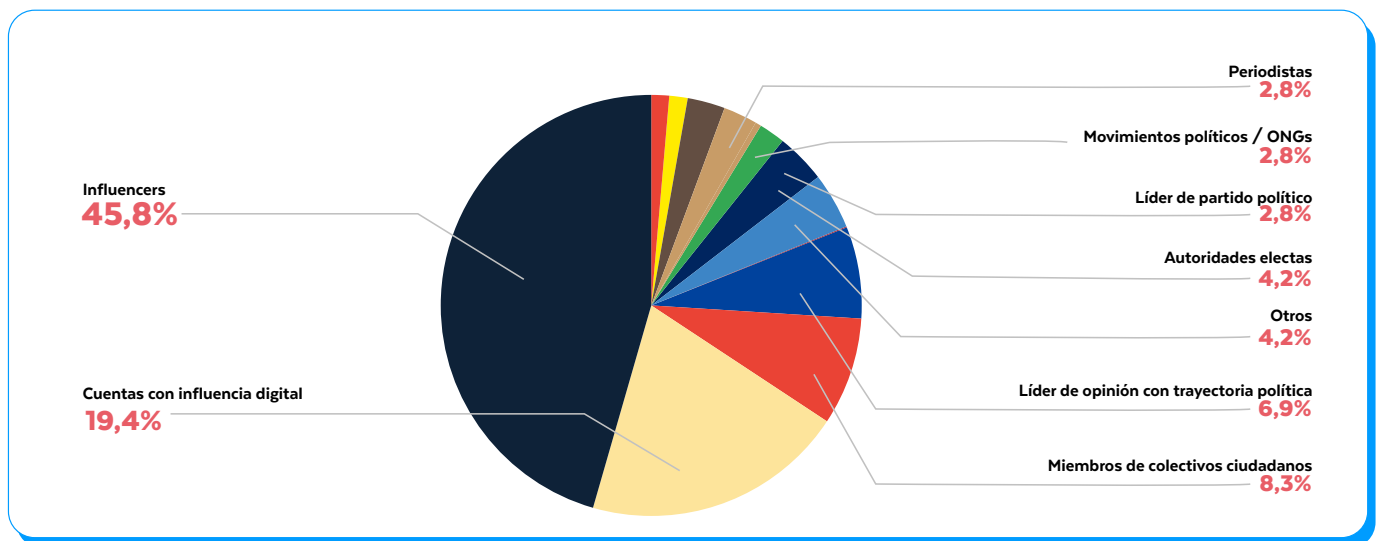


GRÁFICO 8. Porcentaje de publicaciones con discurso de odio por tipos de emisor.

Al igual que ocurre con la comunicación tóxica, los discursos de odio son emitidos principalmente por “cuentas digitales” e “influencers”, cuyas publicaciones suman un 65.2% de los discursos de odio registrados. Estas cuentas poseen una mayor impunidad para difundir mensajes agresivos, dado que su nivel de acción e influencia se manifiesta principalmente en las redes sociales.

En segundo lugar, aparecen cuentas de miembros de colectivos ciudadanos. Estas concentran el 8.3% de los discursos de odio analizados por eMonitor+. Dentro de esta categoría se identifican cuentas vinculadas al grupo “La Resistencia”, cuyos ataques offline han sido denunciados por diversos periodistas y personalidades políticas.



## PUBLICACIONES CON VIOLENCIA BASADA EN GÉNERO: 13



Dentro de las 75 publicaciones con discursos de odio registradas, 13 de ellas (16%) atacan directamente la condición de género.

El tipo de ataques difiere según el género de la víctima (Gráfico 10). Mientras que a las mujeres se las agrede señalando cuestiones relacionadas con su apariencia física, los hombres reciben insultos homofóbicos y estereotipos que intentan señalar una falta de masculinidad.

### ¿Contra quiénes se emitió la VBG?

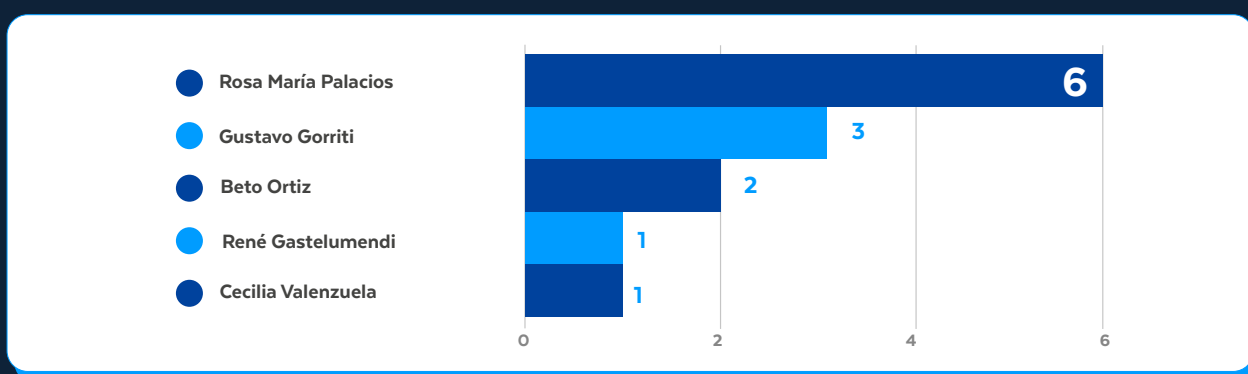


GRÁFICO 9. Periodistas y comunicadores atacados con violencia basada en género.

### Motivadores de la VBG

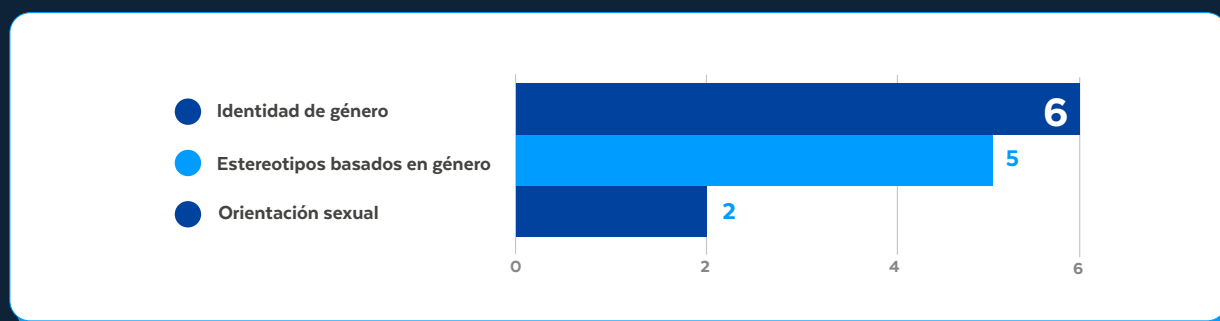


GRÁFICO 10. Número de publicaciones con violencia basada en género según el tipo de ataque.

# EVIDENCIAS DE LA COMUNICACIÓN TÓXICA Y DISCURSOS DE ODO EN REDES SOCIALES:



Nunca se olviden de éstos miserables !!  
RT



Lo vengo diciendo desde hace un tiempo, #GorritiDelincuente es el fiel seguidor y el continuismo del pensamiento Gonzalo. Tomar el poder (@FiscaliaPeru), destruir el estado, destruir los partidos políticos, destruir a los líderes políticos (@AlanGarciaPeru) #TerrorismoNuncaMás



Ella es @romina\_mella es el brazo periodístico de la organización criminal de Gustavo Gorriti (a) "El Tartamudo" Muy pronto rendirá @FiscaliaPeru para explicar la existencia de su escritorio en el Minist Público y porque @IDL\_R publicaba noticias reservadas y anticipadamente.



Jajaja los de IDL se volvieron loquitos? Jajajaja me alegra tanto que los ciudadanos vayan a ese local de IDL a elevar su voz de protesta ante las declaraciones de Jaime Villanueva. Aplausos para esos patriotas que están ejerciendo sus derechos fundamentales.

ENFOQUE 300 @ENFOQUE300Rep - 12 feb.  
Protestas frente al local de IDL. Empleados de esta organización interrumpen y amenazan a manifestantes que expresan su rechazo a la cuestionada ONG y a su líder Gustavo Gorriti.



Cacieres periodistas, jueces, fiscales, policías, militares, docentes Encabezados por Gorriti y Vizcarra están destruyendo el país para salvarse Por que estamos tan pasivos ante estos hechos deplorables?



SIGUE LLORANDO ROJO

Eloy Marchán @eloymarchan - 6 abr.  
Aquí los pronunciamientos de Bolivia y Chile a la irrupción de la embajada de México en Quito. Son comunicados enérgicos y condenatorios, todo lo contrario a lo que acaba emitir @CancilleriaPeru. Hasta en temas diplomáticos la gestión de Dina Boluarte es una lágrima.



QUE TIENEN EN COMÚN SIGRID BAZÁN @sigridbazan PAOLA UGAZ @larryportera y ROMINA MELLA @romina\_mella LAS TRES SON ROJAS, DEFENSORAS DE ODEBRECHT, AMIGUITAS DE GORRITI Y SE HAN COMPRADO SU DEPARTAMENTO POR 300 MIL DÓLARES SIN NINGUNA EXPLICACIÓN DE DONDE SACARON ESE DINERO

**Disclaimer:** Las publicaciones aquí presentadas son una muestra de los mensajes en redes sociales que contienen discursos tóxicos y de odio. El equipo de eMonitor+ no comparte el discurso contenido en estas publicaciones.



## Precisiones metodológicas:


eMonitor+ trabaja actualmente con un total de 1.254 cuentas de Facebook y Twitter. Esta muestra ha sido construida con base a los criterios de centralidad, cercanía e intermediación. La centralidad es la capacidad de un actor para definir y rechazar políticas públicas; la cercanía se refiere a la influencia sobre los decisores de políticas públicas; y la intermediación se refiere a los actores que tienen el control editorial sobre las redes de comunicación masiva y digital.

Esta muestra se divide en 480 cuentas priorizadas y 774 cuentas no priorizadas, cuyas publicaciones son capturadas por eMonitor+ de forma separada, con una frecuencia diaria, semanal, y desde el mes de abril, también de forma mensual a fin de garantizar la fluidez de la plataforma. Cabe señalar que para las capturas semanales y mensuales se realizan búsquedas retrospectivas de las cuales se consideran para el análisis aquellas publicadas en los 10 días más recientes. Todas las publicaciones capturadas pasan por el filtro de 19 algoritmos de toxicidad.

Posteriormente, estos datos filtrados pasan a un equipo humano para un segundo filtro, que consiste en lo siguiente:

- 1** Extraer las publicaciones que tengan relevancia en la esfera política, y descartar las que se refieren a la coyuntura deportiva o de entretenimiento. También se descartan aquellas publicaciones duplicadas o con links fallados.
- 2** Clasificar cada publicación mediante formularios para complementar la información con datos cualitativos vinculados a las formas, herramientas, intensidad, motivos del discurso tóxico, de odio y de violencia basada en género.
- 3** Producir informes longitudinales (con data semanal o de mayor periodo) que permitan identificar tendencias en la comunicación tóxica, discursos de odio y violencia basada en género.

Cabe precisar que la plataforma eMonitor+ se encuentra en una etapa de mejora de sus procesos. Ello implicó limitaciones en el acceso a la información y captura de data para este informe.





Únete a la comunidad



Canada 

