

Kit para el cubrimiento electoral

- 2026 -



Con el apoyo de:



Kit para el cubrimiento electoral

- 2026 -



Con el apoyo de:





Kit para el cubrimiento electoral

Fundación para la Libertad de Prensa, FLIP
2026

AUTOR

Esteban Sánchez Molina

EDICIÓN

César Andrés Paredes Peña

José Cubillos

CORRECCIÓN DE ESTILO

Ángela María Agudelo Urrego

ARTE Y DISEÑO EDITORIAL

Laura Merchán Calderón

IMPRESIÓN

Litho Copias

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD en Colombia

REPRESENTANTE RESIDENTE

Claudio Tomasi

REPRESENTANTE RESIDENTE ADJUNTA

Carla Zacapa

GERENTE NACIONAL DE GOBERNABILIDAD DEMOCRÁTICA

Blanca Cardona

OFICIAL DE COMUNICACIONES

Carlos Rivera

JEFE DE PROYECTOS EN ÁREA DE GOBERNABILIDAD DEMOCRÁTICA

Juan Felipe Cardona

ANALISTA DE PROGRAMA

Valeria Caballero

ANALISTA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

David Baracaldo Orjuela



La realización de este kit ha contado con el apoyo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Los contenidos presentados en este material son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no reflejan necesariamente los puntos de vista de estas organizaciones.

Contenido

Prólogo	04
Introducción	07
Antes de los comicios	08
¿Has identificado los riesgos de tu cubrimiento?	
Cobertura en zonas con presencia de grupos armados	
¿Es necesario acreditarse ante las autoridades electorales?	
¿Cuáles son las reglas de propaganda electoral?	
Propaganda electoral vs. contenido periodístico	
¿Qué hay que saber sobre la nueva ley de encuestas?	
Durante las jornadas de votación	18
Los derechos de las y los periodistas el día de las elecciones	
Al finalizar la jornada	20
La publicación de los resultados finales	
Rutas de atención	22
¿Qué hacer en caso de sufrir una agresión?	
Si la agresión es digital	
Recomendaciones para el cubrimiento electoral	30
Glosario de la desinformación	
Repositorio	33

Prólogo

El ejercicio del periodismo en contextos electorales no es solo una labor técnica: es el acto de sostener el espejo donde la sociedad se mira para reconocer su propio destino. Como lo ha señalado António Guterres, Secretario General de las Naciones Unidas, “sin una prensa libre, la democracia no puede sobrevivir. Sin libertad de expresión, no hay libertad”. Esta premisa guía la alianza entre la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

La labor periodística permite que quienes ostentan el poder rindan cuentas, asegura que las voces de las personas históricamente marginadas sean escuchadas y dota a la ciudadanía de información necesaria para tomar decisiones vitales, especialmente en el momento de acudir a las urnas. El acceso a información de calidad sobre asuntos de interés público es fundamental para que los miembros de la sociedad participen de manera significativa en la esfera pública, ya que permite a las personas tomar decisiones basadas en evidencia y contraste de múltiples fuentes, entablar un diálogo constructivo entre sí y crear las condiciones de confianza hacia las instituciones públicas.

El ecosistema donde ocurre esta conversación, sin embargo, está mutando con una celeridad sin precedentes. La revolución digital ha democratizado la voz ciudadana, pero este aumento en el acceso ha traído consigo la sombra de la polución informativa. La desinformación y

los discursos de odio no son solo ruidos en el sistema, son amenazas que ensucian la comprensión de temas críticos, desde la crisis climática hasta la integridad de los sistemas políticos y los resultados electorales, dando espacio tanto a la confusión accidental como a las mentiras deliberadas.

Este déficit de confianza no es una percepción aislada. El Informe sobre las tendencias mundiales 2022–2025 de la UNESCO advierte que la libertad de prensa ha experimentado su mayor declive desde 2012, un retroceso que nos sitúa en niveles de inestabilidad comparables a los de la Guerra Fría. En Colombia, esta fragmentación es palpable: el acceso a información veraz se ha convertido en un campo de batalla donde la autocensura ha crecido significativamente, impulsada por el miedo a represalias, el acoso digital y una fragilidad económica que asfixia a los medios, especialmente a los independientes y locales.

Con apenas un 32 % de confianza ciudadana en los medios de comunicación —la más baja en una década, de acuerdo con el Latinobarómetro— y una alta preocupación por la circulación de noticias falsas, el panorama es desafiante. Pero también ofrece una oportunidad de acción. Actualmente, numerosos periodistas, medios de comunicación y plataformas, como la FLIP, están redoblando esfuerzos para enfrentar este escenario complejo, mitigar la polución informativa y elevar los estándares de su labor diaria. El *Kit para el cubrimiento electoral*, una herramienta



pensada por periodistas para periodistas, es una prueba tangible de ese compromiso y adquiere una relevancia crítica en la coyuntura actual.

Superar el déficit de confianza en los medios y en la información no implica forzar consensos absolutos, sino garantizar que el debate público no desgarré el tejido social. La democracia requiere esferas públicas abiertas donde el compromiso cívico se base en los hechos y la razón. Por ello, el PNUD enfoca sus esfuerzos en fortalecer la resiliencia ciudadana frente a la desinformación y en promover prácticas de comunicación ética y estándares de transparencia en las instituciones. Trabajamos para fomentar entornos que protejan la seguridad de las y los periodistas y para contrarrestar las cámaras de eco que profundizan la polarización. Bajo la convicción de que el periodismo libre e independiente es nuestro mayor aliado para combatir la información errónea y la desinformación, apoyamos a periodistas de todos los ámbitos cuyo rigor sostiene sociedades basadas en la verdad fidedigna.

Esta colaboración con la FLIP busca cualificar el trabajo de las y los periodistas cubriendo las elecciones, mitigar los riesgos de manipulación y fortalecer la capacidad de los actores del ecosistema informativo colombiano. Apostamos por un periodismo capaz de navegar la fragmentación actual, reconstruir el sentido de comunidad y garantizar que el derecho a la información siga siendo la brújula que guíe nuestra democracia hacia un futuro más transparente y participativo.

Al hacerlo, honramos una de las premisas de Gabriel García Márquez quien, antes que escritor, se autorreconocía con orgullo como periodista y nos recordaba la dimensión ética de esta labor: “En la carrera en que andan los periodistas debe haber un minuto de silencio para reflexionar sobre la enorme responsabilidad que tienen”. Este manual es, en esencia, una invitación a ese silencio reflexivo para luego volver al campo con la palabra más lúcida y el compromiso intacto.

**Claudio Tomasi, Representante Residente del
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
(PNUD) en Colombia.**

Introducción

Los y las periodistas están expuestas a presiones, intimidaciones y violencias que condicionan la manera en que se informa. Diversos actores —legales e ilegales— buscan controlar las narrativas, frenar investigaciones y restringir la circulación de información de interés público, una dinámica que suele agudizarse durante los periodos electorales, cuando el flujo de datos y la opinión pública se vuelven terrenos de disputa.

Ante este escenario, la FLIP presenta este kit con herramientas prácticas para fortalecer el cubrimiento periodístico antes, durante y después de las elecciones. Este documento incluye información clave sobre los derechos que amparan el ejercicio del periodismo y sitúa la seguridad como un eje central: desde la identificación de los riesgos potenciales, hasta la activación de rutas de atención y mecanismos de acompañamiento en caso de sufrir una agresión en el marco del periodo electoral.

Además, el kit reúne recomendaciones para mejorar la calidad del cubrimiento electoral, combatir la desinformación y fomentar un debate público informado, plural y respetuoso de la libertad de expresión. La exposición en redes sociales, la facilidad para rastrear la actividad en línea, así como el uso de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) y la creación de contenidos falsos, representan nuevos desafíos del entorno digital.

Cubrir unas elecciones exige una preparación integral para informar de manera rigurosa, estratégica y, sobre todo, segura, atendiendo a los posibles riesgos que existan.



Antes de los comicios



8

¿Has identificado los riesgos de tu cubrimiento?

El primer paso para una cobertura electoral segura es reconocer los riesgos asociados al ejercicio periodístico. Durante los períodos de elecciones, las y los periodistas cubren actos políticos, actividades de campaña, denuncias de corrupción, situaciones de orden público, entre otros temas, que pueden generar tensiones o reacciones adversas.

Los niveles y tipos de riesgo —físicos, digitales o jurídicos— varían según las dinámicas territoriales de cada municipio o departamento y pueden cambiar a lo largo del proceso electoral. Identificarlos de manera anticipada permite adoptar medidas de prevención y reducir la exposición a amenazas, agresiones o presiones indebidas.

- Las siguientes preguntas pueden orientar una primera evaluación del riesgo:

- 
- 
- ◇ ¿Qué actores políticos, económicos, sociales o armados pueden sentirse afectados por mi trabajo?
 - ◇ ¿Existen antecedentes de agresiones o presiones contra periodistas en esta zona?
 - ◇ ¿Qué temas son especialmente sensibles en el marco de esta campaña electoral (contratación pública, corrupción, orden público, economías ilegales)?
 - ◇ ¿Mi perfil —identidad de género, edad, reconocimiento público, pertenencia étnica, orientación sexual, discapacidad, línea editorial— representa un riesgo adicional?

El recrudecimiento del conflicto en algunas regiones, la fragmentación de los grupos armados, las negociaciones fallidas con estructuras criminales y los intereses políticos y económicos en disputa constituyen factores de riesgo que inciden directamente en la libertad de prensa y en la seguridad de quienes cubren el proceso electoral.

Las mujeres periodistas y quienes pertenecen a comunidades étnicas enfrentan violencias específicas por razones de género y raza. Este tipo de violencia puede manifestarse de distintas formas como acoso sexual, discursos de odio, campañas de desprestigio, abuso de poder y agresiones físicas y/o psicológicas. En entornos digitales, estos ataques suelen dirigirse a silenciar, humillar y desacreditar su trabajo y tienen un impacto directo en su seguridad y bienestar.

- **Mide Tu Riesgo** es una aplicación de autoprotección, creada por la FLIP, que te acompañará paso a paso a hacer un análisis de tu riesgo de acuerdo a tu perfil.



Conócela
aquí

Cobertura en zonas con presencia de grupos armados

El cubrimiento periodístico en zonas donde hacen presencia grupos armados exige una preparación rigurosa en lo físico, logístico y psicológico. Antes de desplazarse, se recomienda elaborar y compartir con una

persona de confianza o con el equipo de trabajo un plan de monitoreo que incluya información básica sobre el itinerario, horarios estimados, contactos y tiempos de reporte. Este registro permite activar alertas oportunas en caso de pérdida de comunicación.

¿TRABAJARÁS EN LUGARES CON Poca o Nula Cobertura?

Informa previamente el último punto de conexión disponible y acordar un tiempo estimado para restablecer el contacto.

Durante la cobertura es importante evitar la confrontación o relacionamiento directo con actores armados. Asimismo, no se debe ocultar la identidad periodística ni la labor que se realiza, salvo que represente un riesgo inminente para la vida o la integridad. La transparencia sobre el papel profesional contribuye a reducir malentendidos y posibles señalamientos.

LA SALUD MENTAL TAMBIÉN MERECE ESPECIAL ATENCIÓN EN ESTOS CASOS

El cubrimiento de los eventos electorales y la exposición a contextos de violencia puede generar estrés, ansiedad, irritabilidad, dificultades para dormir o reacciones emocionales intensas. Reconocer estas señales y solicitar apoyo es parte del autocuidado profesional. Si las condiciones superan las capacidades personales o no existen garantías mínimas de seguridad, es legítimo reconsiderar la realización de la cobertura. Ten en cuenta las siguientes recomendaciones para el cuidado de su salud emocional:

- **Reconoce señales de agotamiento:** irritabilidad, ansiedad, dificultad para concentrarse o desconectarse del trabajo.
- **Establece pausas informativas:** evita la sobreexposición continua a redes sociales y noticias.
- **Define límites:** no es necesario responder a todas las agresiones o interacciones en línea.
- **Activa redes de apoyo:** comparte experiencias con colegas o equipos editoriales.

- **Planifica coberturas en equipo:** distribuir cargas reduce riesgos emocionales.
- **Busca ayuda profesional si es necesario:** el acompañamiento psicológico no es un signo de debilidad, sino de cuidado.

¿Es necesario acreditarse ante las autoridades electorales?

El artículo 120 de la Constitución Política establece que las autoridades electorales en Colombia son la Registraduría Nacional del Estado Civil y el Consejo Nacional Electoral (CNE). Ambas entidades tienen a su cargo la organización, logística, dirección y vigilancia de las jornadas electorales.

En los días previos a las elecciones, la Registraduría suele habilitar un proceso de acreditación virtual para los medios de comunicación. Aunque este registro se hace para que los y las periodistas accedan al centro de prensa en Corferias (en Bogotá), no puede convertirse en una excusa para impedir el acceso a los puestos de votación o para limitar la información de interés público.

En los últimos años, según lo ha documentado la FLIP, en algunos puestos de votación se han presentado restricciones al ingreso de la prensa, justificadas en la exigencia de acreditaciones o permisos especiales por parte de funcionarios de la Registraduría o de la Policía. Aunque muchas de estas situaciones obedecen a desconocimiento de las normas o a interpretaciones restrictivas de los protocolos de seguridad, las medidas de organización y protección no deben convertirse en barreras administrativas que limiten el ejercicio de la libertad de prensa ni en formas de censura indirecta.

- Si bien es recomendable mantenerse informado sobre los procesos de acreditación para ingresar en espacios específicos (como centros de prensa), la única identificación que las autoridades pueden exigir a un periodista es la cédula de ciudadanía o el pasaporte. Cualquier exigencia adicional (carnés, permisos especiales o acreditaciones de medios) no tiene soporte legal y puede constituir una barrera indebida al ejercicio de la libertad de prensa.

- Asimismo, es aconsejable establecer previamente canales de comunicación con la Policía local, quienes deben informar sobre las disposiciones de seguridad para garantizar el ejercicio ciudadano del derecho al voto y el acceso a la información de las y los periodistas.

¿Cuáles son las reglas de propaganda electoral?

Es común que, en época electoral, las y los candidatos busquen espacios en los medios de comunicación con el propósito de promover su nombre, sus propuestas o su imagen y obtener apoyo electoral al cargo al que aspiran. Para muchos medios, especialmente locales y comunitarios, estas publicidades pueden representar ingresos adicionales que contribuyen a su sostenibilidad económica.

- De acuerdo con el artículo 35 de la Ley 1475 de 2011, la propaganda electoral es “toda forma de publicidad realizada con el fin de obtener el voto de los ciudadanos a favor de partidos o movimientos políticos, listas o candidatos a cargos o corporaciones públicas de elección popular, del voto en blanco, o de una opción en los mecanismos de participación ciudadana”.

La propaganda electoral en medios de comunicación está sujeta a regulación específica del Consejo Nacional Electoral (CNE). Para cuñas radiales, avisos en prensa escrita, pautas en televisión e internet (incluidas redes sociales), el CNE fija límites de tiempo, frecuencia y fechas de difusión, que varían según el tipo de elección y la categoría del municipio. Antes de firmar contratos de propaganda, los medios deben verificar la resolución aplicable al medio correspondiente. Para las próximas elecciones deben consultarse las Resoluciones 00215 y 00216 de 2025 del CNE, así como la Ley 1475 de 2011 y la Ley 996 de 2005¹.

1. La Ley de Garantías, o Ley 996 de 2005, establece medidas orientadas a asegurar condiciones de equidad y transparencia en las elecciones presidenciales, y contiene disposiciones relevantes para el pluralismo informativo. Para el periodismo, esta ley no sólo implica conocer las restricciones vigentes, sino también asumir un rol activo de vigilancia: especialmente en lo relacionado con la publicidad oficial, la contratación y la ejecución presupuestal de las entidades públicas.

RADIO

Categoría del municipio	Congreso	Presidencia
Sexta, Quinta, Cuarta, Tercera, Segunda	30 cuñas diarias de 15 segundos	25 cuñas diarias de 30 segundos
Primera, Especial, Capitales departamentales	70 cuñas diarias de 30 segundos	25 cuñas diarias de 30 segundos
Bogotá	100 cuñas diarias de 30 segundos	50 cuñas diarias de 30 segundos

Recuerda que conforme a la Resolución 2614 de 2022 del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, las emisoras comunitarias y comunitarias-étnicas están habilitadas para transmitir propaganda electoral en los términos establecidos por la ley.

PRENSA ESCRITA

Categoría del municipio	Congreso
Sexta, Quinta, Cuarta, Tercera, Segunda	3 avisos de hasta 1 página por edición
Primera, Especial, Capitales departamentales	5 avisos de hasta 1 página por edición
Bogotá	10 avisos de hasta 1 por edición

Presidencia	
Medios de circulación nacional	8 avisos de hasta 1 página por edición
Otros medios	4 avisos de hasta 1 página por edición



TELEVISIÓN

La Resolución 0216 de 2025 del CNE, habla únicamente de las reglas para elecciones del Presidente de la República: 10 cuñas televisivas diarias de hasta 30 segundos, sean canales nacionales, regionales o locales.

En el caso de contenidos digitales, el CNE ha señalado que las publicaciones que promuevan directa o indirectamente candidaturas están sujetas al régimen de propaganda electoral. Esta regulación no aplica al cubrimiento periodístico ni a la opinión ciudadana espontánea, sino a publicidad contratada con fines electorales.

IMPORTANTE: Los medios que celebren contratos de propaganda electoral tienen la obligación de reportarlos al CNE, certificar su valor comercial real y registrarlos en el [sistema Cuentas Claras](#). Estos reportes permiten garantizar transparencia en la financiación de las campañas. Es importante tener en cuenta que:

- La propaganda electoral en medios sólo puede difundirse dentro del período legalmente habilitado, que comienza sesenta (60) días antes de la fecha de la votación.
- El día de elecciones la propaganda electoral está prohibida. Sin embargo, las emisiones gratuitas, especialmente en los medios públicos del Estado, deben finalizar cuarenta y ocho (48) horas antes de las votaciones.
- Una vez iniciado el período legal habilitado para la propaganda electoral, los medios deben reportar mensualmente al Consejo Nacional Electoral (CNE) los contratos celebrados en el mes inmediatamente anterior, dentro de los diez (10) días siguientes. Además, deben presentar un informe final dentro de los treinta (30) días posteriores a la fecha de la elección, en el que se detalle la totalidad de la propaganda electoral contratada durante el proceso.

Propaganda electoral vs. contenido periodístico

Es fundamental distinguir entre propaganda electoral y contenido periodístico. Los espacios contratados por campañas deben identificarse de manera visible y explícita para evitar confusiones con información independiente. Presentar publicidad como contenido editorial puede afectar la confianza del público y comprometer la credibilidad del medio.

- No se recomienda utilizar expresiones como “especial informativo” o “alianza estratégica” cuando se trate de publicidad electoral. Todo contenido pagado por campañas, partidos o terceros debe estar claramente identificado con rótulos visibles como “Publicidad política pagada” o “Contenido patrocinado”.
- En caso de que el medio fije una postura frente a una candidatura o propuesta, debe hacerlo mediante un editorial claramente identificado. Debe explicar las razones de su posición y diferenciarla del cubrimiento informativo diario.
- Si bien es legítimo publicar columnas de opinión, es recomendable mantener una pluralidad de voces cuando el debate electoral está altamente polarizado.

Al realizar debates o entrevistas, el medio debe procurar ofrecer el mismo tiempo a cada candidato para intervenir. Además, las preguntas que se formulen deben responder a una agenda temática coherente y no diseñarse para favorecer o perjudicar a una candidatura específica.

- En debates electorales se recomienda definir previamente los criterios de invitación (umbral electoral, inscripción formal, encuestas verificables, entre otros) y los mecanismos de moderación que garanticen orden y eviten intervenciones discriminatorias o trato diferenciado.



Los medios deben abstenerse de difundir propaganda que promueva discursos de odio, discriminación o violencia política basada en género, orientación sexual, pertenencia étnica u otras condiciones personales.

Conoce aquí la campaña #ElValorQueCompartimos

¿Qué hay que saber sobre la nueva ley de encuestas?



En 2025, el Congreso de la República aprobó la Ley 2494 que establece reglas especiales para la elaboración y divulgación de encuestas electorales y de opinión política. Aunque esta normativa regula principalmente la actividad de firmas encuestadoras, incluye disposiciones que los medios de comunicación deben observar al momento de publicar o difundir estos contenidos. Es importante distinguir entre:

- **Encuestas:** son estudios técnicos basados en muestras probabilísticas, cuyos resultados pueden ser generalizados a un universo poblacional definido.
- **Sondeos:** son mediciones no probabilísticas que no se consideran representativas de la población. Sus resultados no pueden extrapolarse al conjunto del electorado.



El artículo 3 de la Ley 2494 de 2025 prohíbe expresamente los sondeos sobre intención de voto electoral. Los sondeos sobre otros temas de opinión política pueden realizarse y divulgarse, pero los medios deben indicar de forma clara que no son estudios representativos del electorado y cumplir con los requisitos de transparencia previstos en la ley y en la reglamentación del CNE.

- La publicación de un sondeo debe ir acompañada de:
 - ◊ La persona o empresa que lo realizó
 - ◊ La fuente de financiación
 - ◊ El tamaño de la muestra
 - ◊ El texto literal de las preguntas formuladas las personas o instituciones por quienes se indagó
 - ◊ El espacio geográfico y la fecha o período de tiempo en que se realizó

Las encuestas que incluyan preguntas relacionadas con intención de voto solo podrán realizarse a partir de los tres (3) meses anteriores del primer día de inscripciones de candidatos. Una vez haya finalizado el término para la inscripción a elecciones, las encuestas tendrán que incluir a todos los candidatos inscritos para la respectiva contienda electoral. En ningún caso se pueden realizar o publicar encuestas, sondeos o proyecciones electorales el mismo día de los comicios.

- Antes de publicar una encuesta, verifica:
 - ◊ ¿La firma encuestadora está registrada ante el CNE?
 - ◊ ¿Se informa el tamaño de la muestra y el margen de error?
 - ◊ ¿Se indica la fecha de realización?
 - ◊ ¿Se identifica quién financió el estudio?
 - ◊ ¿Está dentro del período legal de divulgación?

Los requisitos para la publicación o divulgación de encuestas y sondeos son regulados por el CNE a través de la Resolución 1197 del 25 de febrero de 2026.

No está permitida la difusión de encuestas o sondeos falsos, manipulados o que incumplan los requisitos legales, ni el uso no autorizado de los emblemas o nombres de firmas encuestadoras registradas. Los medios deben evitar prácticas que puedan inducir a error o confusión en la ciudadanía.

Durante las jornadas de votación

Los derechos de las y los periodistas el día de las elecciones

El día de la votación suele ser el punto más crítico del proceso electoral. Desde la apertura de los puestos de votación hasta el conteo de votos y el anuncio de los resultados, pueden presentarse obstrucciones al acceso a la información, intimidaciones o amenazas por parte de funcionarios públicos, candidatos, equipos de campaña o particulares.

Para prevenir estas situaciones de riesgo, es fundamental conocer los derechos que amparan el ejercicio periodístico durante la jornada de votación.

- a. Las y los periodistas tienen derecho a estar en los puestos de votación, registrar el desarrollo de la jornada mediante celulares, cámaras y otros equipos, e informar sobre el ambiente electoral. Este derecho no puede interferir con el carácter secreto del voto ni en la labor de los jurados.
 - Las medidas logísticas o de seguridad no pueden convertirse en barreras injustificadas para el ejercicio de la libertad de prensa. Ni agentes de la Policía, ni funcionarios de la Registraduría pueden prohibir el ingreso de periodistas a los puestos de votación.

→ En cada puesto de votación habrá un delegado de la Registraduría encargado de la organización del lugar. Puedes acercarte e identificarte como periodista: esto puede ser útil para tener una garantía de apoyo y soporte institucional.

b. Las autoridades no pueden exigir acreditaciones de medios de comunicación, títulos profesionales o credenciales de entidades como la Registraduría. La Corte Constitucional, en su [Sentencia C-087 de 1998](#), ha reiterado que el periodismo es una actividad de libre ejercicio que no está sujeta a habilitaciones previas ni requisitos especiales.

→ La cédula de ciudadanía o el pasaporte son los únicos documentos que se le pueden exigir a un periodista para su identificación.

→ Se recomienda usar prendas como camisetas, gorras, chalecos o adhesivos que te identifiquen claramente como periodista. Asimismo, se sugiere contar con algún soporte que acredite tu labor, como enlaces, copias o registros de publicaciones del medio para el que trabajas.

c. Las autoridades, veedores, jurados y candidatos no pueden decomisar, borrar, inspeccionar o dañar cualquier material periodístico. Hacerlo puede acarrear consecuencias penales y disciplinarias para estas personas.

→ Se sugiere llevar memorias y baterías adicionales para no perder información en caso de que ocurra un decomiso irregular o pérdida del material o equipo.



Al finalizar la jornada

La publicación de los resultados finales

Una vez cerrados los puestos de votación, la prensa puede acceder a los boletines oficiales con los resultados preliminares del proceso electoral. La Registraduría Nacional del Estado Civil puede definir los tiempos y mecanismos de entrega de esta información, pero en ningún caso puede negar ni restringir su acceso.

En procesos electorales anteriores, el Ministerio del Interior ha



emitido directrices señalando que, después del cierre de la jornada, los medios deben basar la divulgación de resultados en información proveniente de fuentes oficiales. Estas orientaciones buscan evitar la circulación de datos falsos o proyecciones sin sustento técnico.

Se recomienda que, al publicar resultados parciales, los medios incluyan información contextual mínima, como:

- La fuente oficial
- El número de mesas reportadas y sus porcentajes
- El total de mesas de la circunscripción

Sin embargo, la FLIP ha advertido que estas directrices no pueden interpretarse como restricciones a la labor periodística. Limitar la difusión exclusivamente a información oficial puede afectar la pluralidad informativa, el análisis independiente y el escrutinio público sobre el proceso electoral.

En este sentido, aunque los resultados oficiales constituyen la fuente primaria durante la jornada, los medios conservan el derecho a:

- Contextualizar la información
- Contrastar datos
- Investigar irregularidades
- Realizar análisis periodísticos sobre el desarrollo del proceso electoral

Rutas de atención

Durante el período electoral se intensifican las agresiones contra la prensa. Por ejemplo, en las últimas elecciones territoriales de 2023, la FLIP documentó un aumento de ↘

ESTIGMATIZACIONES:

declaraciones públicas de autoridades, funcionarios o figuras políticas que desacreditan a un periodista o medio de comunicación porque su cobertura o línea editorial no está alineada con sus opiniones, intereses o posturas políticas.

ACOSO JUDICIAL:

uso abusivo de mecanismos legales con el propósito de intimidar, censurar o silenciar el ejercicio periodístico.

ACOSO:

acciones que buscan establecer contacto no deseado con un periodista con el propósito de intimidar o generar miedo y que pueden tener graves repercusiones, físicas, psicosociales o morales.

OBSTRUCCIONES AL ACCESO A LA INFORMACIÓN:

acciones u omisiones que impiden o dificultan el acceso a información pública.

AGRESIONES FÍSICAS:

cualquier afectación a la integridad física de un periodista ocurrida antes, durante o después de un cubrimiento periodístico.

DOXING:

divulgación, en línea, no autorizada de datos personales como dirección, teléfono o información familiar.

¿Qué hacer en caso de sufrir una agresión?

a. Registra y toma evidencias: siempre que no represente un riesgo mayor, procura hacer una grabación o registro fotográfico de los hechos. Toma capturas de pantalla y guarda enlaces, audios, correos electrónicos o mensajes en caso de recibir una amenaza a través de medios electrónicos.

→ Si un funcionario público es quien te agrede —por ejemplo, algún integrante de la Registraduría o Policía— anota el nombre o número de identificación de la persona.

b. Denuncia y reporta: aunque existen canales institucionales a los que puedes acudir en caso de sufrir una agresión, en algunas ocasiones presentar una denuncia formal puede aumentar el riesgo. Evalúa la situación, el tipo de actor que comete la agresión y selecciona la ruta más adecuada de atención.

- **Fiscalía General de la Nación:** Si eres víctima de amenazas, violencia física, acoso u otro tipo de agresiones que afecten de manera directa tu vida o integridad, puedes interponer una denuncia ante la Fiscalía a través de los canales virtuales de la entidad o en una estación de Policía.

Si la amenaza ocurre en algún puesto de votación, puedes ubicar al personal de entidades como la Defensoría del Pueblo para la activación de rutas y articulación de medidas de protección urgentes, si existe una situación de riesgo que requiera atención inmediata.

- **Unidad Nacional de Protección (UNP):** La UNP es la entidad encargada de articular, gestionar y ejecutar medidas de seguridad y protección para personas, grupos y comunidades en alto riesgo. Como periodista puede iniciar un análisis de riesgo para determinar si se otorgan medidas de protección. Para obtener más información puede consultar el documento ABC ruta de protección.

- Procuraduría General de la Nación: si la agresión proviene de alguna autoridad, se puede interponer una queja disciplinaria en la página web de la Procuraduría.

También puedes comunicarte con organizaciones no gubernamentales que pueden acompañarte en caso de sufrir una agresión:

- Misión de Observación Electoral (MOE): en algunos puestos de votación, la MOE contará con observadores electorales, quienes estarán registrando los distintos hechos que afecten el desarrollo de las elecciones, incluyendo las restricciones al cubrimiento periodístico.
- Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP): la FLIP se encarga de registrar y monitorear las agresiones contra la libertad de prensa en el país. Además, brinda acompañamiento a periodistas y medios de comunicación que enfrentan riesgos relacionados con el ejercicio de su labor.

En caso de requerir asesoría jurídica especializada u orientación sobre rutas de protección, o cuando la denuncia ante instituciones del Estado pueda incrementar el nivel de riesgo, puedes comunicarte directamente para recibir acompañamiento y evaluar la estrategia más adecuada según el contexto del caso.



LÍNEA DE ATENCIÓN:
3202311308



CORREO ELECTRÓNICO:
documentacion@flip.org.co



PÁGINA WEB:
<https://flip.org.co/atencion-de-casos>



REDES SOCIALES:
flip_org

c. Identifica tus redes de apoyo: ante una situación de riesgo es fundamental identificar las redes de apoyo personales: colegas, amigos y

familiares con quienes puedes crear entornos seguros y acciones de cuidado colectivo. De quienes, además, puede recibir apoyo emocional.

Las mujeres periodistas enfrentan riesgos específicos durante periodos electorales, como ataques digitales (*trolling*, *doxing*), discurso de odio sexista, estigmatización, acoso sexual y agresiones físicas. En algunas ocasiones estas situaciones pueden ser ignoradas, minimizadas o perpetuadas por autoridades y funcionarios públicos, lo que puede generar una doble victimización, autocensura e impunidad.

Aunque existen rutas institucionales de atención, ante este tipo de agresiones se recomienda buscar primero el acompañamiento de organizaciones especializadas, como la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP), que pueden brindar apoyo integral, orientación jurídica y asesoría en seguridad con enfoque de género.

- Las agresiones contra periodistas no son normales ni deben tolerarse. Documentarlas y reportarlas es clave para su protección y para la defensa de la libertad de prensa.



Si la agresión es digital:

Las agresiones en entornos digitales pueden incluir insultos, campañas de desprestigio, difusión no autorizada de información personal, amenazas o mensajes que incitan al odio y a la violencia contra periodistas.

Antes de reportar o eliminar contenido en las plataformas de redes sociales, se recomienda registrar las pruebas disponibles. Procura tomar capturas de pantalla, guardar enlaces, perfiles, fechas y cualquier mensaje, audio o correo relacionado con la agresión.

- También es importante adoptar medidas de autoprotección digital. Revisa la configuración de privacidad de tus redes sociales, activa la verificación en dos pasos, limita la visibilidad de tu información personal y evita responder directamente a las personas que realizan los ataques, ya que esto puede aumentar la exposición o escalar la situación.

RECOMENDACIONES DE AUTOPROTECCIÓN DIGITAL

Recomendación	¿Para qué sirve?
Usar gestores de contraseñas como Bitwarden, 1Password o similares	Estas herramientas permiten crear, almacenar y administrar claves robustas y únicas para cada servicio digital. En lugar de reutilizar la misma contraseña —una práctica que aumenta la vulnerabilidad ante filtraciones— estas aplicaciones generan combinaciones largas y complejas.
Activar la autenticación multifactor a través de Google Authenticator o Authy	Esta es una medida de seguridad que exige, además de la contraseña, un segundo mecanismo de verificación para acceder a una cuenta. Este segundo factor puede ser un código temporal, una huella o reconocimiento facial. Se recomienda, siempre que sea posible, utilizar aplicaciones de autenticación en lugar de códigos enviados por SMS.

Recomendación	¿Para qué sirve?
Realizar escaneos de filtración de datos: Have I Been Pwned	El escaneo de filtraciones permite comprobar si una dirección de correo ha aparecido en alguna base de datos comprometida. Esto no significa necesariamente que la cuenta esté vulnerada, pero sí que debe considerarse en riesgo. Si un correo aparece en una filtración, se recomienda cambiar inmediatamente la contraseña en ese servicio y en cualquier otra cuenta donde se haya reutilizado.
Realizar chequeos de seguridad de Google y Meta	<p>En el caso de Google, el Centro de Seguridad permite revisar la actividad reciente de la cuenta, los dispositivos conectados, los inicios de sesión sospechosos y las aplicaciones de terceros con acceso autorizado. Allí también es posible verificar si la autenticación en dos pasos está activada, actualizar métodos de recuperación y cerrar sesiones abiertas en dispositivos que ya no se utilizan.</p> <p>Meta ofrece herramientas similares en el Centro de Seguridad de Facebook e Instagram. Estas opciones permiten consultar intentos de inicio de sesión, alertas de seguridad, dispositivos activos y configuraciones de privacidad.</p>
Utilizar VPNs (Red Privada Virtual)	Una VPN cifra el tráfico entre tu dispositivo y un servidor remoto, protegiendo tus comunicaciones frente a interceptaciones, filtraciones o monitoreo indebidamente accesible en redes públicas (como Wi-Fi libre en espacios públicos o puntos de conexión masiva).

Si un contenido o perfil vulnera las normas de las plataformas, puedes reportarlo a través de los mecanismos internos de redes como Facebook, Instagram o WhatsApp. Cuando las agresiones incluyan amenazas directas, suplantación de identidad o divulgación de datos personales, es posible acudir a mecanismos legales. Puedes presentar una denuncia ante las autoridades judiciales o interponer una acción de tutela.



Ataques coordinados en redes sociales: durante los periodos electorales es frecuente que periodistas y medios enfrenten ataques coordinados en redes sociales. Estos ataques no solo buscan intimidar individualmente, sino también generar autocensura, erosionar la confianza pública y distorsionar el debate democrático.

- Las respuestas individuales pueden amplificar el ataque o alimentar la narrativa de hostigamiento. Es recomendable evaluar si conviene responder, aclarar información falsa o mantener silencio.
- El debate y la crítica son parte del entorno democrático. Sin embargo, cuando existen patrones de repetición, uso de cuentas automatizadas, amenazas o intentos de silenciar, estamos ante una conducta que afecta el ejercicio periodístico y puede requerir medidas adicionales.

Las plataformas permiten limitar comentarios, filtrar palabras clave, restringir etiquetas o bloquear cuentas. Sin embargo, en caso de escalamiento acuda a la FLIP para recibir orientación sobre las rutas de protección digital y jurídica.

¿QUÉ HACER SI UNA PUBLICACIÓN ES ELIMINADA DE UNA PLATAFORMA DIGITAL?

Si una plataforma ha eliminado tu contenido o restringido tu cuenta debido a una denuncia o por considerar que vulneran sus normas comunitarias, y no estás de acuerdo con esa decisión, puedes solicitar una revisión mediante el mecanismo de apelación que ofrecen las redes sociales. Este procedimiento permite pedir que el caso sea evaluado nuevamente y presentar argumentos o información adicional que respalde el carácter periodístico del contenido.

Aunque estos mecanismos no siempre generan respuestas rápidas, se recomienda agotar primero las vías internas de la plataforma. Para ello, es importante consultar las políticas de seguridad y los procedimientos de apelación específicos de la red social donde ocurrió la eliminación, seguir los pasos indicados y conservar evidencia del material retirado.

Cuando la plataforma confirma la eliminación y el medio o periodista considera que se trata de una decisión injustificada que afecta la libertad de expresión, puedes:

- Publicar una nota explicativa sobre lo ocurrido.
- Redistribuir el contenido a través de otros canales propios: sitio web, boletines, otras redes sociales.
- Buscar acompañamiento de organizaciones especializadas en libertad de expresión como la FLIP.

La eliminación de contenido periodístico no debe asumirse automáticamente como un cierre definitivo del debate público. En contextos electorales, donde el interés informativo es alto, la transparencia frente a la audiencia es una herramienta clave para preservar la credibilidad.

Recomendaciones para el cubrimiento electoral

El periodismo en contextos electorales enfrenta desafíos cada vez más complejos. El avance de las tecnologías digitales y de la Inteligencia Artificial (IA) ha transformado las rutinas en las salas de redacción y, al mismo tiempo, ha amplificado los riesgos de desinformación, manipulación de contenidos y ataques coordinados en entornos digitales. La experiencia reciente en Colombia y en otros países demuestra que estos fenómenos tienden a intensificarse durante las elecciones, lo que puede afectar la calidad del debate público y la confianza ciudadana en el proceso democrático.

- Una de las principales herramientas para contrarrestar la desinformación es el rigor periodístico. Esto implica verificar la información antes de su publicación, contrastar fuentes, contextualizar los datos y evitar la difusión de contenidos no confirmados, especialmente aquellos que circulan de manera masiva en redes sociales o servicios de mensajería.
- Informar con veracidad no solo contribuye a reducir el impacto de la desinformación, sino que también protege la credibilidad de los medios y ayuda a disminuir los riesgos para los y las periodistas.

Antes de los comicios es previsible un aumento en la circulación de contenidos falsos o manipulados mediante herramientas de IA, incluyendo

imágenes, audios o vídeos alterados (*deepfakes*). Estos contenidos pueden usarse para desacreditar candidaturas, inflamar conflictos locales o sembrar desconfianza en los resultados. Debido a su creciente sofisticación, resulta cada vez más difícil identificar estos materiales y advertir sobre su carácter engañoso. En este contexto, es fundamental fortalecer redes de colaboración entre medios de comunicación, academia y organizaciones de la sociedad civil. Estas alianzas estratégicas permiten compartir metodologías de verificación, mejorar la contextualización de la información y garantizar mayor precisión en temas sensibles.

- Para verificar desinformación en Colombia puedes utilizar portales especializados como [Colombiacheck](#) o el Detector de Mentiras de La Silla Vacía, que ofrecen análisis, chequeos y herramientas para contrastar contenidos dudosos.
- Asimismo, las herramientas de búsqueda inversa permiten rastrear el origen de imágenes y encontrar otras versiones publicadas en internet. Por ejemplo, con [Google Lens](#), es posible identificar cuándo se publicó una imagen por primera vez y en qué contextos ha sido utilizada.
- Algunas aplicaciones de inteligencia artificial —incluido ChatGPT— pueden servir como apoyo en procesos de verificación. También existen herramientas específicas, como [Al or Not](#) que estiman la probabilidad de que un contenido haya sido generado artificialmente.

Los y las periodistas deben asumir un papel activo en la identificación y reporte de información falsa para mitigar su impacto. Por esta razón, es fundamental establecer rutinas para reportar contenidos engañosos, ofensivos o dañinos a través de los mecanismos que ofrecen las plataformas digitales.

Finalmente, la transparencia en los procesos de reportería es clave para fortalecer la confianza de las audiencias. Esto implica comunicar de manera clara las fuentes utilizadas, explicar los métodos de verificación y dar contexto sobre cómo se realizó la investigación periodística y sus motivaciones.

Glosario de la desinformación²

DESINFORMACIÓN

Información falsa creada o difundida deliberadamente para causar daño o beneficio político/económico, a menudo a través de contenidos audiovisuales.

MISINFORMACIÓN

Información que es falsa, pero que no fue creada con la intención de causar daño.

MALINFORMACIÓN

Información verdadera utilizada fuera de contexto o de manera manipuladora para causar daño.

PROPAGANDA

Comunicación estratégica con fines políticos para influir en opiniones y comportamientos, que puede usar información verdadera o falsa.



2. Basado en el marco de "information disorder" de Claire Wardle y Hossein Derakhshan (Consejo de Europa, 2017) y en el manual Journalism, 'Fake News' & Disinformation de la UNESCO para formación de periodistas.

Repositorio

- Herramientas y recursos para adelantar investigaciones periodísticas:

- ◇ [PILASCONELVOTO](#)

Este sitio web creado por la Misión de Observación Electoral (MOE) permite a los habitantes de Colombia informar sobre las irregularidades electorales que perciben en sus municipios y departamentos.

- ◇ [La Lupa Contractual](#)

Es una plataforma especializada para el monitoreo de los contratos celebrados para la organización de elecciones en Colombia. Esta herramienta, alimentada con datos oficiales del Sistema Electrónico para la Contratación Pública (SECOP), permite visibilizar los procesos de contratación que sustentan la operación electoral, tales como la logística para la inscripción de candidaturas, la adquisición de kits electorales, tecnologías biométricas, servicios de transporte, comunicaciones, entre otros.

- ◇ [Informe sobre la financiación de campañas](#)

La Misión de Observación Electoral (MOE) detectó que desde el 8 de enero al 9 de febrero de 2026, solo el 11,4 % de las candidaturas ha hecho el reporte de sus ingresos y gastos en el aplicativo [Cuentas Claras](#). Es decir, apenas 165 de las 1.080 al Senado y 166 de las 1.811 a la Cámara de Representantes han efectuado los reportes.

◇ [Documentos de ruta electoral](#)

Serie de guías elaboradas por la MOE sobre: Inscripción de cédulas, inscripción de candidaturas, grupos significativos de ciudadanos, financiación de las campañas políticas, Ley de Garantías, jurados de votación e inhabilidades, entre otros temas, para las elecciones de Congreso y Presidencia de la República 2026.

• Manuales y guías de seguridad y autoprotección

◇ [Mapas y Factores de Riesgo Electoral](#)

Desde 2007 la MOE realiza un estudio donde consolida los factores de riesgo electoral. Para las elecciones de 2026 la organización identificó 170 municipios en riesgo asociado a la violencia y el fraude, un aumento del 30% en relación con las elecciones de 2022.

◇ [Guía para coberturas peligrosas: Periodismo Bajo Riesgo](#)

Esta guía elaborada por Ojo Público y PNUD, ofrece un panorama condensado y versátil de buenas prácticas, recursos técnicos, referencias internacionales y criterios de seguridad seleccionados para introducir a los usuarios-lectores en todos los aspectos indispensables de atender con miras a una cobertura segura.

◇ [Medios y elecciones. Guía para profesionales electorales](#)

Esta guía del PNUD busca fortalecer la comprensión de la relación entre medios y elecciones, y está organizada en diez capítulos independientes que pueden consultarse según el interés de cada lector.

◇ [Manual de seguridad para periodistas](#)

Este documento elaborado por Reporteros Sin Fronteras comprende consejos prácticos para trabajar en todo tipo de contextos que puedan afectar a la integridad física y psíquica del periodista.

- Desinformación e inteligencia artificial

- ◊ [Desinformación al descubierto: Aprendizajes, retos y recomendaciones](#)

En septiembre de 2023, la III Cumbre Global sobre Desinformación presentó una serie de encuentros que abordaron el estado actual de la desinformación, de qué manera afecta al periodismo, a los lectores de noticias y qué estrategias se utilizan hoy para combatirla. Cinco meses después, la Fundación Gabo y el Proyecto Desconfío, lanzan la guía digital Desinformación al descubierto.

- ◊ [Guía para garantizar la libertad de expresión frente a la desinformación deliberada en contextos electorales](#)

Documento elaborado por la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, para garantizar la libertad de expresión frente a la desinformación deliberada en contextos electorales.

- ◊ [Guía de integridad de la información en contextos electorales](#)

La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), la Registraduría Nacional del Estado Civil, el Consejo Nacional Electoral (CNE) y la Misión de Observación Electoral (MOE) presentan la Guía de Integridad de la Información en Contextos Electorales, un documento que reúne orientaciones técnicas, pedagógicas y normativas para proteger la conversación pública durante procesos electorales.



- Género

- ◊ [Mujeres periodistas y salas de redacción: avances, desafíos y recomendaciones para prevenir la violencia y luchar contra la discriminación](#)

El informe elaborado por la CIDH releva la situación de las mujeres periodistas en la región, examina las obligaciones de los Estados y del sector privado en la eliminación de los principales obstáculos y riesgos especiales o adicionales que enfrentan las mujeres periodistas en el ejercicio de su libertad de expresión.

- ◊ [Violencia en línea contra las mujeres periodistas](#)

Este informe presenta una instantánea de las primeras conclusiones sustanciales de una encuesta mundial sobre la violencia en línea contra las mujeres periodistas realizada por la UNESCO y el Centro Internacional para Periodistas (ICFJ) a finales de 2020.

30 FLIP
AÑOS

Con el apoyo de:

