IDENTIFICADOR	https://pacifista.tv/especiales/especial-los-influencers-de-la-guerra-reclutamiento-a-menores-a-traves-de-redes-sociales/
FECHA ORIGINAL	6 de septiembre de 2024 (publicación original en el archivo)
AUTORÍA / FIRMA	¡PACIFISTA! (firma institucional)
CLASIFICACIÓN	/especiales/ · Especial · Ver
HUELLA SHA-1	**d3ec94124abdc3c0** — huella del cuerpo archivado, calculada el 1 de octubre de 2026. No acredita el estado de la página en su publicación original.
DESCRIPTORES	Cauca · Conflicto · Grupos Armados · Guerra · Jovenes · Menores · Reclutamiento · Redes Sociales
ILUSTRACIÓN	25 figuras incrustadas; 5 elementos no reproducibles en papel

ESPECIAL

ESPECIAL | Los Influencers de la Guerra: Reclutamiento a menores a través de redes sociales.

Por **¡PACIFISTA!** · Publicado originalmente el **6 de septiembre de 2024** en *¡PACIFISTA!*

ESPECIALES

Los Influencers

de la Guerra

RECLUTAMIENTO DE MENORES

A TRAVÉS DE TIK TOK

Buscar el hashtag #cauca o explorar los videos que utilizan la guaracha remix "Soy Guerrillero" en TikTok es adentrarse en un mundo muy alejado de las coreografías inocentes que suelen realizar niñas, niños y adolescentes en esta red social. En su lugar, uno se encuentra con videos protagonizados por uniformados, en su mayoría pertenecientes a las disidencias de las FARC, cuyo objetivo es claro: el reclutamiento de menores. El algoritmo de TikTok, reconocido por su precisión en la recomendación de contenido, comienza rápidamente a inundar la experiencia del usuario con material exclusivo de estos grupos al margen de la ley.

Por PACIFISTA! e INDEPAZ

Introducción: el infiltramiento

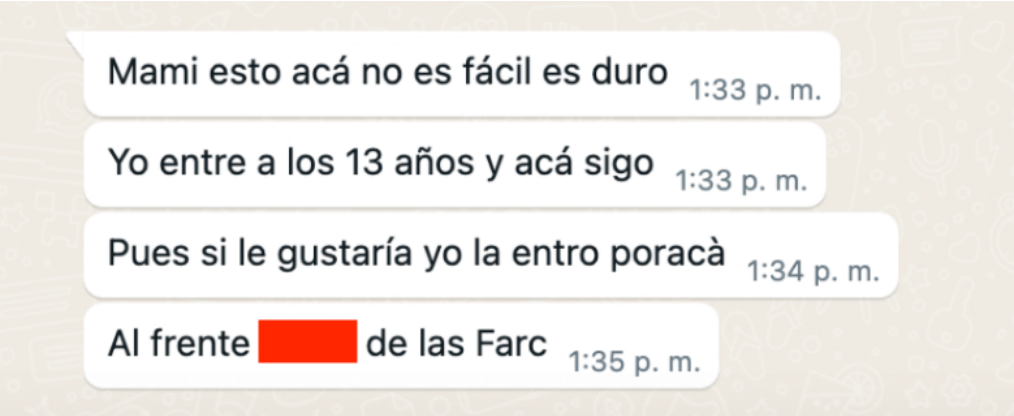
Intrigados por este fenómeno, en PACIFISTA decidimos adentrarnos en este oscuro submundo digital. Creamos una cuenta falsa en TikTok bajo el nombre de @silvia12345678 y, durante varias semanas, nos dedicamos a alimentar el algoritmo con contenido diseñado para parecer una joven del Cauca interesada en unirse a las filas armadas. El objetivo era simple: comprender desde adentro cómo operan los grupos armados en las redes sociales y cómo utilizan estas plataformas para atraer a los más jóvenes.

El resultado fue aterrador. La cuenta que creamos comenzó a llenarse de videos de las disidencias en nuestro explorador. Como “Silvia”, identificamos al menos 95 cuentas y revisamos en detalle 85 de ellas, todas vinculadas a personas relacionadas con grupos armados que utilizan TikTok como herramienta de reclutamiento.

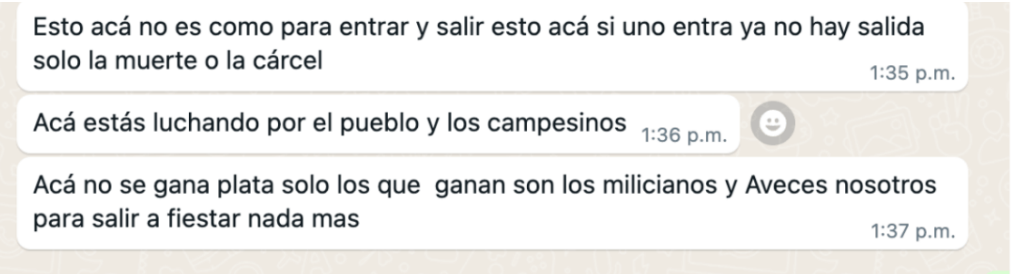
Al profundizar en nuestra búsqueda, notamos que el algoritmo de TikTok prioriza videos del Estado Mayor Central y de la Segunda Marquetalia, aunque también promueve contenido del Clan del Golfo, el ELN y del Ejército Nacional.

Nuestro experimento con la cuenta de “Silvia” fue más allá de simples interacciones. Conseguimos establecer contacto por WhatsApp con un joven combatiente de 20 años, Jhon (cambiamos su

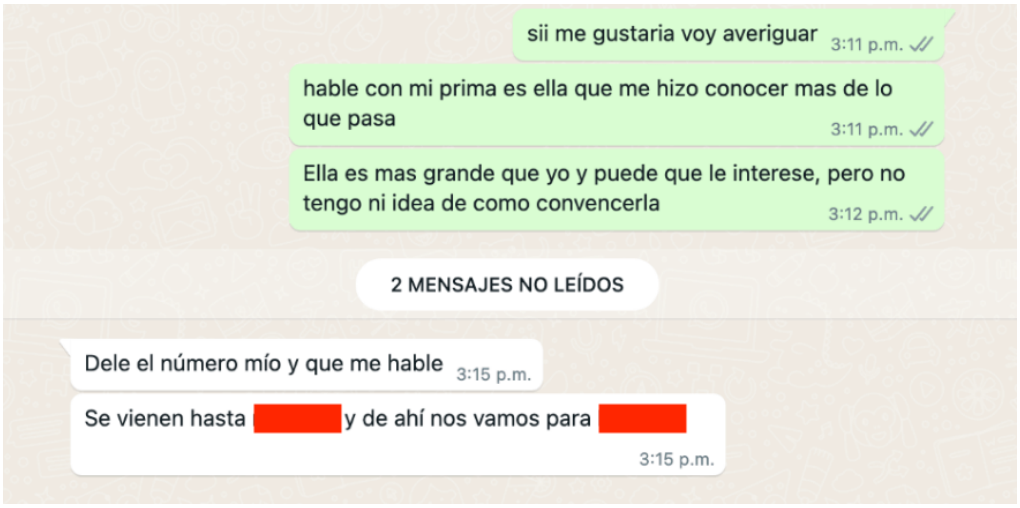
nombre por seguridad), quien se unió a las FARC a los 13 años. En nuestras conversaciones, Jhon mencionó rápidamente su lucha contra los Gaitanistas y se ofreció a ayudar a Silvia a unirse a su frente.



Sin embargo, advirtió que una vez dentro, es muy difícil salir. También aconsejó a Silvia que no se uniera a menos que estuviera realmente comprometida con la causa, no por dinero, sino por la lucha del pueblo.



Lamentablemente, la cuenta de Jhon ya no está disponible en TikTok; ha sido bloqueada. Sin embargo, las cicatrices de esta experiencia y los descubrimientos inquietantes que surgieron de ella, permanecen.



Aquí algunas de las notas de voz que Jhon envió a Silvia (alteramos su voz y censuramos su ubicación por seguridad):

> [Contenido audiovisual incrustado, no reproducible en papel. Origen: https://pacifista.tv/wp-content/uploads/2026/08/728e9a1728dfdae7.mp3]

Transcripción

“Pues de todas maneras hay que mirar cuánto valen los pasajes de * hasta acá hasta ***, que yo vengo por usted hasta ahí hasta la terminal y nos vamos, yo la entro. De todas maneras hay que mirar a ver cómo se hace. Pues a mí sí por lo regular a mí pues, me han dejado pues salir normal porque como yo he sido muy respetuoso, siempre he sido firme con la organización. No me les he quitado ni en los combates ni nada, ya son 13 años que yo me metí ahí luchando. Ya tengo 20 años, 20 años luchando.”**

ESPECIAL I Entrevistas.

Por: Flora Hermet

Durante una entrevista, un líder social del Cauca, a quien llamaremos Pablo por motivos de seguridad, confirmó lo preocupante de esta situación: **“Nosotros conocemos varios casos de jóvenes que, lamentablemente, se han vinculado a estos grupos armados a través de las redes**

sociales." Respecto al incremento en el reclutamiento de menores, Pablo afirmó: **"Decir que nunca ha habido reclutamiento de menores es una mentira. Siempre lo ha habido, pero ahora se ha intensificado muchísimo (...) Por respeto a los derechos humanos y todo, no van a bombardearlos si hay un menor de edad presente."**

En un interrogatorio realizado por la Segunda Marquetalia a dos menores combatientes del Bloque Occidental Frente Carlos Patiño, se les preguntó cómo habían establecido contacto con el reclutador. Su respuesta fue clara: "a través de Facebook." Además, le aseguraron a la adolescente que solucionarían cualquier problema familiar que tuviera. Puedes ver el video aquí

Joe Sauca, consejero mayor del CRIC (Consejo Regional Indígena del Cauca), afirmó en El Espectador que "les crean cuentas en redes donde los muestran con armas y dinero". Sauca también explicó que los menores son instrumentalizados para reclutar a otros jóvenes.

El reclutamiento de menores y jóvenes tiene un impacto devastador en las comunidades más afectadas por el conflicto armado. Según la Defensoría del Pueblo, el 68,4% de los menores reclutados pertenecían a comunidades indígenas, afectando principalmente a comunidades étnicas y rurales con poca presencia estatal. En su comunicado 511 del 12 de febrero de 2024, la Defensoría señaló que "los grupos armados ilegales que con mayor frecuencia recurren a esta cruel práctica son las disidencias de las FARC (91,1%), el ELN (7%), otros (1,3%) y los grupos post-desmovilización de las Autodefensas Unidas de Colombia (0,6%)".

El **reclutamiento de menores constituye un crimen de guerra según la Corte Penal Internacional y el artículo 162 del Código Penal Colombiano.** Las estrategias para atraer a estos jóvenes son múltiples:

- Engaño con falsas ofertas de trabajo
- Engaño con nuevas oportunidades económicas
- Engaño con "enamoramiento"
- Amenazas a los jóvenes y la familia
- Violencia
- Adicción

- Redes sociales

Leer: https://pacifista.tv/notas/autopsia-de-las-agc/, algunas estrategias detalladas por expertos.

Pablo, líder social del Cauca, subraya otra táctica utilizada por estos grupos: **“Otro aspecto es el tema de las fiestas, que generalmente ocurren en discotecas u otros lugares de esparcimiento social donde abunda el alcohol y demás, y es a través de estos eventos que también se hacen acercamientos y reclutamiento**”. Esta estrategia se ha visto con frecuencia en el Cauca.

Luis, otro líder social del Cauca con quien conversamos, nos dio otra perspectiva: **“Los chicos también se meten en esos grupos, a través de ese lavado, se puede decir, desde el arte, desde la música, lo otro también, hay realidades familiares muy complicadas, no tener dónde dormir, dónde ir, dónde comer, eso es lo que hay que también atacar, entonces los chicos se van a los grupos armados por eso”**

El Ministro de Defensa, Iván Velásquez, y la Defensoría del Pueblo han corroborado estos hallazgos y emitido alertas al respecto. TikTok, Facebook e Instagram son las principales plataformas que estos grupos utilizan.

Hemos observado que muchas de estas cuentas no permanecen mucho tiempo activas en la plataforma; de las 85 cuentas que monitoreamos, 45 fueron eliminadas. Por su parte, Indepaz reportó que de las 43 cuentas que seguían, 11 fueron eliminadas.

La estrategia que no se oculta: el marketing criminal para reclutar menores en Colombia

Por: Juana Cabezas.

Investigadora del Observatorio de Conflictividades y DDHH de Indepaz.

En 2018 se reveló la estrategia que el grupo terrorista ISIS utilizaba para reclutar mujeres musulmanas de todo el mundo con el propósito de casarlas con combatientes y asignarles diversas tareas en las zonas de combate. Esta táctica se enfocaba principalmente en jóvenes y adolescentes

que, según su criterio, eran receptivas al discurso yihadista. A estas personas se las adoctrinaba intensamente hasta convertirlas en fanáticas y luego trasladarlas a Irak y Siria. El público objetivo de ISIS no solo compartía el ser mujeres, sino también ser jóvenes, muchas de ellas menores de edad, sin acceso a educación o empleo, y con un alto uso de las redes sociales. Esto no ha sido ajeno a otras guerras, también lo hemos visto en el reciente conflicto entre Ucrania y Rusia con vídeos de personas, mayoritariamente hombres de todo el mundo, que son atraídos por el mensaje de uno u otro sector y por los ofrecimientos de dinero que les hacen.



*Si le interesa, véase el documental: *Les femmes de Daesh* (Francia 2019)

Ahora, no en vano estos actores hacen uso de las redes sociales, se reconoce que son una herramienta que es difícil de controlar por parte de los estados, con alcances masivos, interacción directa, constante y con contenido de todo tipo, que, aunque se ha buscado limitar, sus usuarios se las han ingeniado para publicar lo que se les ocurre.

Aún, cuando este tipo de acciones de reclutamiento iniciaron con Facebook, Twitter e Instagram y aunque todavía continuan, **hoy el nicho de la acción está en TikTok, una red social con 1.562 millones de usuarios alrededor del mundo, de los cuales el 50,8% son hombres, el 49,2% mujeres y el 71% de las personas tienen entre 18 y 34 años.** Las cifras del alcance de esta red social no son solo un dato más, pues la capacidad de llegar a tantas personas, pone de manifiesto una preocupación por el uso que ciertos sectores le dan a esta red social.



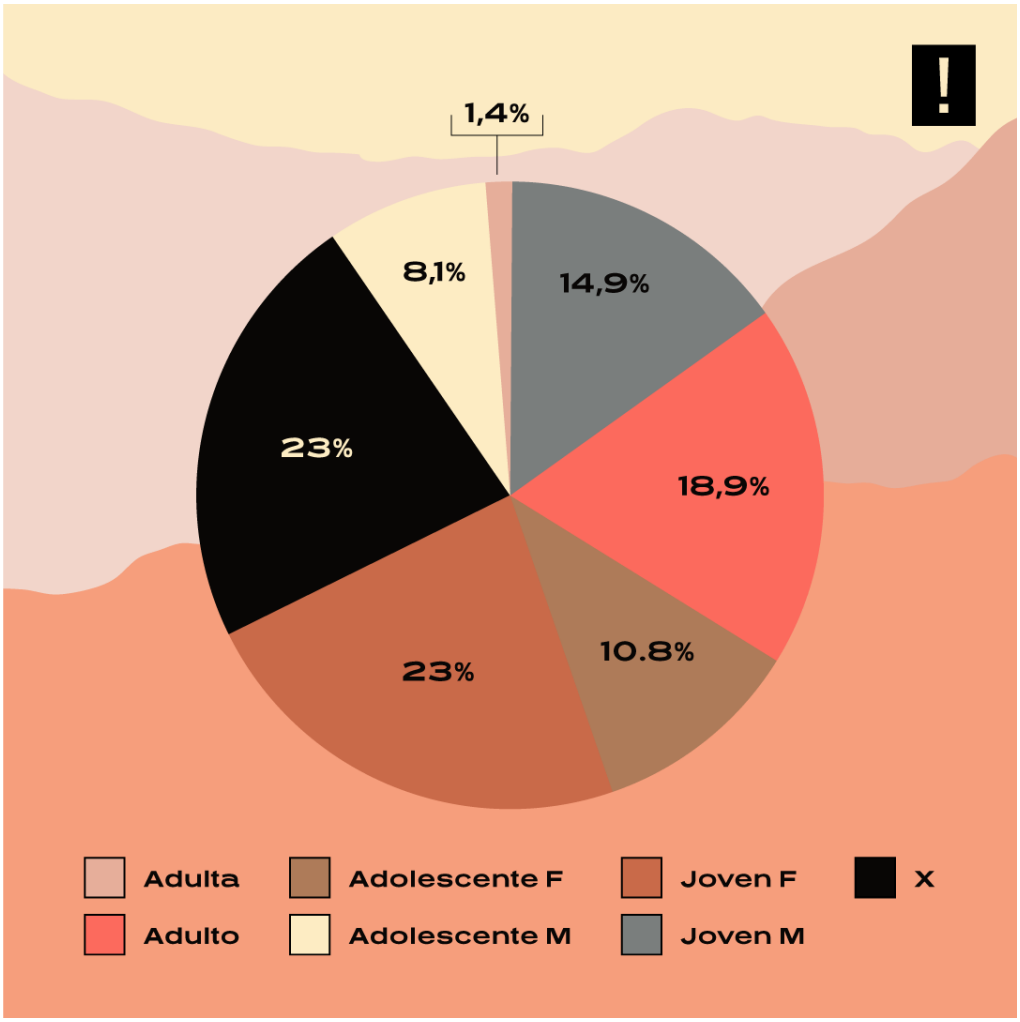
Colombia no es ajeno al uso masivo de las redes y menos de TikTok, tampoco lo es de Facebook e Instagram; sin embargo, el contexto de conflicto armado en el país, hace que el empleo de estas redes sociales tenga sus matices perversos, **uno de ellos, ha sido el reclutamiento de menores de edad en zonas de alta conflictividad armada a través del uso de estas plataformas digitales.** Antes era inimaginable pensar que las zonas rurales estuvieran conectadas y que un gran número de personas contara al menos con un dispositivo móvil smartphone por el cual pudiera acceder a internet y tener conexión con personas de cualquier parte del mundo, hoy es una realidad que viene generando un problema, **pues les ha funcionado a los grupos armados como una una herramienta eficaz para reclutar menores y lograr influir en la percepción de las personas, así como legitimar su discurso y el actuar en los territorios en los que tienen presencia.**

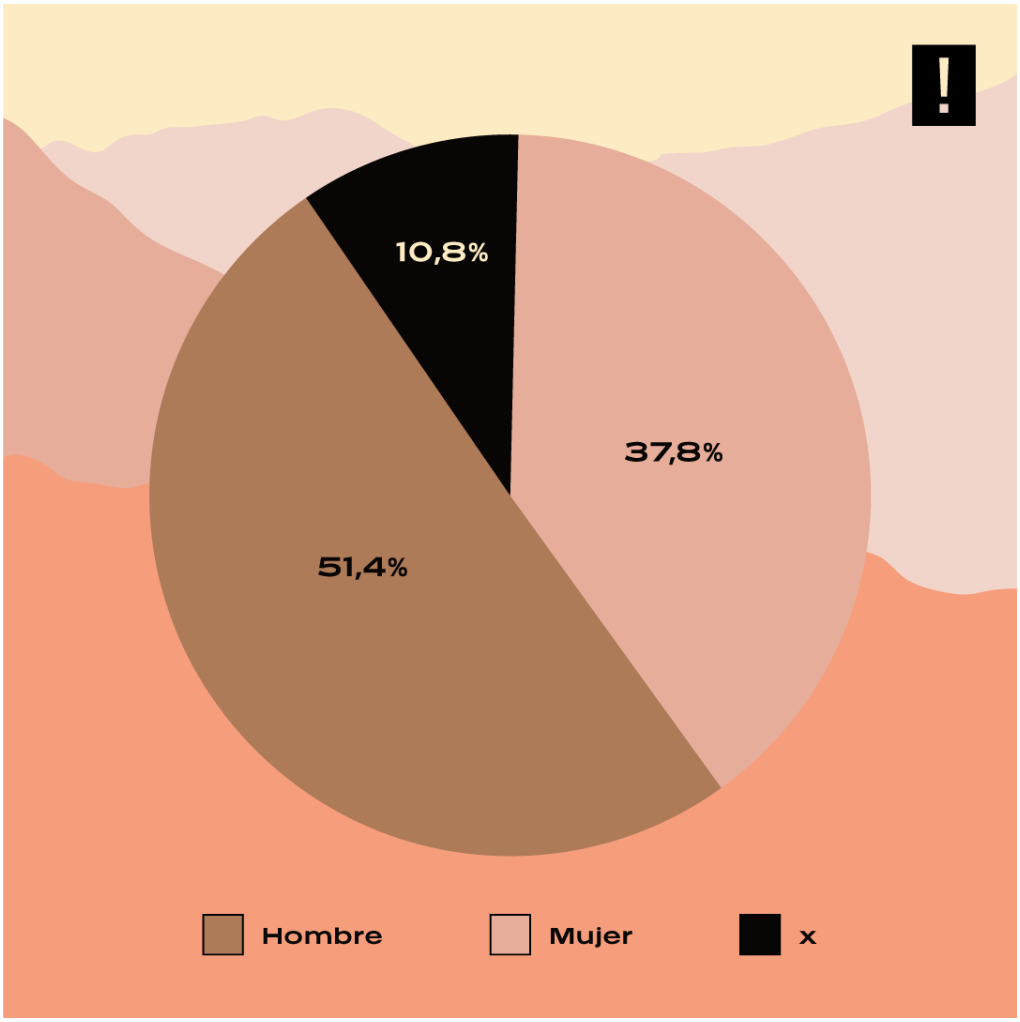
INSERTO PACIFISTA

Por: Flora Hermet

Entre la revisión conjunta de PACIFISTA e INDEPAZ se hizo la revisión de 125 perfiles en TikTok. En el caso de PACIFISTA se hizo el estudio de 85 perfiles **donde 37,8 % pertenecían a mujeres, 51,4% a hombres** y fueron 10,8 % en los que no fue posible determinar el género del perfil.

De los vídeos que revisamos, la mayoría de los perfiles eran de personas jóvenes. Pablo nos dijo que la edad va: "*de trece a catorce, quince, dieciséis, diecisiete, son como las edades más comunes y frecuentes.*". Lo que más impacta es la **diferencia en la distribución por edades entre mujeres y hombres en las cuentas que analizamos.** Observamos que entre las mujeres hay un porcentaje significativamente mayor de **cuentas pertenecientes a adolescentes (10.8%) y jóvenes (23%**), en comparación con las cuentas de mujeres adultas con un 1.4%. Por otro lado, en el caso **de los hombres, observamos una proporción notablemente mayor de cuentas adultas,** representando el 18%, mientras que las cuentas de jóvenes constituyen el 14.9% y las de adolescentes el 8.1% en las cuentas que revisamos. Estos datos sugieren que los hombres están más presentes en el manejo de las cuentas o en el proceso de reclutamiento. También hemos observado que en la mayoría de los vídeos protagonizados por mujeres jóvenes, se destaca la sexualización de estas.


!
1,4%
14,9%
8,1%
23%
18,9%
10.8%
23%
Adulta
Adolescente F
Joven F
X
Adulto
Adolescente M
Joven M

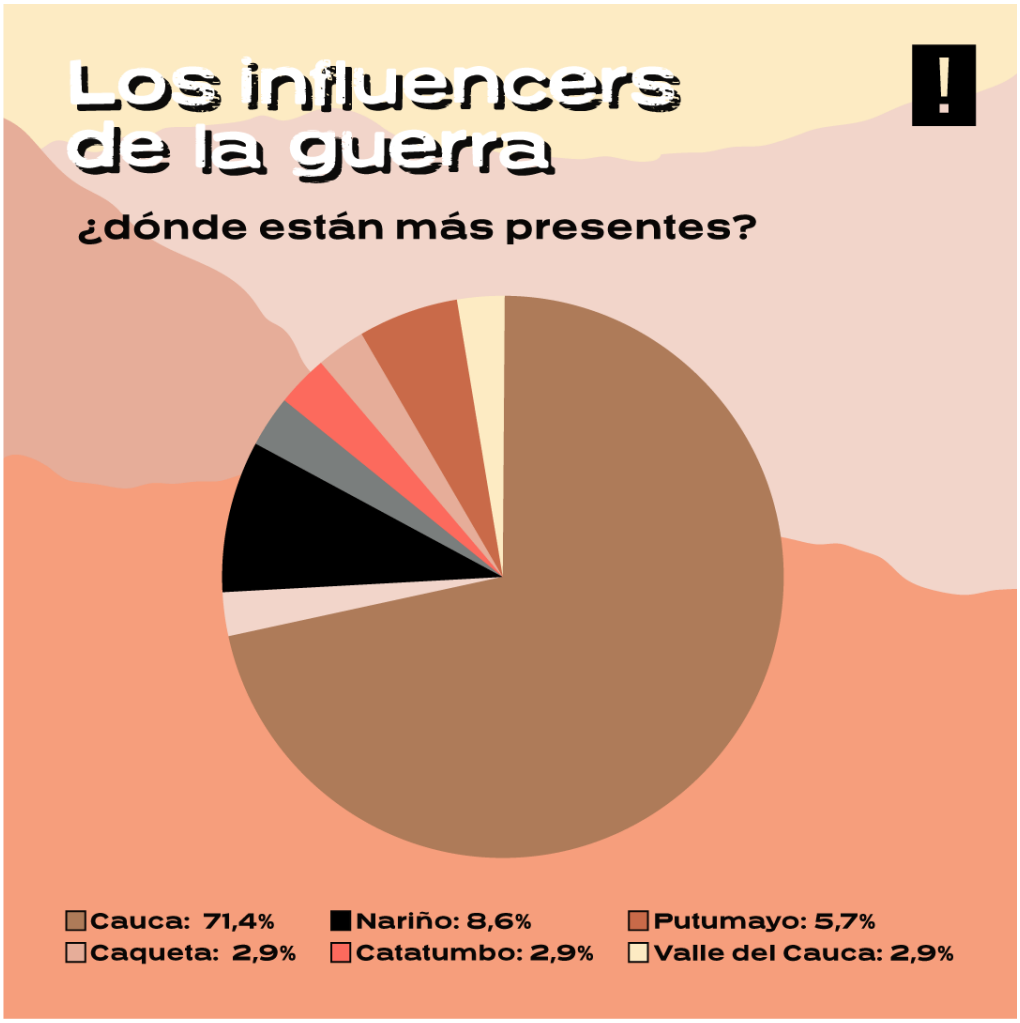


Los grupos al margen de la ley que usan las redes sociales como TikTok, adoptaron una estrategia digital con un “marketing” para promover sus grupos. De las 85 cuentas que hemos examinado, solamente 3 tienen un discurso exclusivamente “politizado y revolucionario”. Pablo nos afirmó que “el tema político que antes manejaban las antiguas FARC, ya eso ya, digamos, de cierta forma ya está perdido, ya están a gusto buscando como su posición económica”. En Pacifista, hemos identificado el “material” de Marketing que nos había mencionado Juana Cabezas de Indepaz. Hemos organizado los diferentes discursos en una tabla. En varios perfiles, las categorías están entremezcladas. La mayoría incluye música popular o del tipo guaracha.



Pablo nos explicó que los símbolos "traquetos" y el dinero, también, son atractivos para las jóvenes. ***"Por el tema que las armas, que los carros, que el tema del narcotráfico, entonces hay muchas niñas que también, pues, sienten cierta atracción sobre esto, entonces por allí nos van, y también van a decir: mi amiga es que se hizo la lipo, que se hizo esto, bueno, y van como, como por ahí, por esa línea más o menos y el dinero."*** **De lo que pudimos analizar, los frentes más presentes del Estado Mayor Central son: el Frente Jaime Martínez (23%), Carlos Patiño (8,1%) y Bloque occidental Jacobo Arenas, sin determinar el frente (4%). Las cuentas de las disidencias de las FARC sin que pudimos detectar el grupo armado representan 40%. Por otro lado, el ELN con 8% y la Segunda Marquetalia con un 7%. Además, en nuestro estudio encontramos que el departamento con mayor presencia de grupos**

armados en Tik Tok es el Cauca, representando el 71,4% de las cuentas analizadas. Este dato refleja la elevada tasa de reclutamiento que se observa en el Cauca.



El Cauca registra unos de los niveles más altos de violencia y es la región donde se produce la mayoría de los casos de reclutamiento de menores. De acuerdo con la Defensoría del Pueblo, 125 niños, niñas y adolescentes fueron reclutados en el Cauca en 2023 (Comunicado 125). Según Cxhab Wala Kiwe- Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca, 32 menores de edad fueron reclutados en el Cauca en 2024 y 817 “casos entre 1 de enero de 2020 al 30 de abril 2024”. Datos revelan que las principales víctimas provienen de comunidades indígenas, afrodescendientes y de zonas rurales. En la entrevista, Pablo, líder social del

Cauca, me explico: los jóvenes “ven tanta propaganda, tanta cosa en estas redes sociales, entonces ellos adquieren cierto gusto, hay municipios cercanos donde los grupos armados, andan libremente por las vías y todo eso, entonces simplemente van y los buscan y se contactan ya directamente con ellos”. **Cierre inserto Pacifista**

****Continúa texto Juana Cabezas****

Para dar cuenta de la situación, INDEPAZ realizó una revisión de al menos 35 perfiles de TikTok y Facebook, las redes predilectas de los grupos para compartir sus mensajes. 13 pertenecían a mujeres y 17 a hombres, sobre los 5 restantes no fue posible identificar el género al ser nombrados con nombres de estructuras armadas.

Esta pequeña revisión permitió reconocer algunos patrones sobre el accionar de los grupos armados que ponen de manifiesto una preocupación sobre la manera de atacar estos fenómenos que, aunque no son ocultos, si parecen ser más difíciles de combatir para el Estado. El análisis, estuvo dirigido a determinar las estrategias que se emplean para el reclutamiento de menores por estos medios, su contenido y el alcance de las publicaciones.



La estrategia y el contenido:

análisis semiológico de la música

Jugando con lo que las plataformas suelen volver masivo o tendencia, se reconoce que los más populares en el algoritmo son vídeos musicales de diferentes estilos., definitivamente la música es uno de los patrones que se repite, teniendo en cuenta que son imágenes movidas o quietas con transiciones que suelen ser bruscas a las que se le superponen canciones alusivas que nombran a estructuras en particular, bloques, frentes o comandantes de los grupos armados. **Suele ser música popular con sonidos tradicionales de las zonas donde se realiza el vídeo, estableciendo un vínculo con la cultura al apelar a los sonidos o canciones que tradicionalmente se escuchan.**

Definitivamente las letras tienen como fin transmitir un relato de legitimidad, status y glorificación de su actuar, no en vano en su mayoría las publicaciones repiten canciones como las que en su letra

dicen: **“Porque el pueblo pide, pide más gente que lo defienda” o “me gusta escuchar sonar los disparos cuando las balas pasan bien cerquita, aumentan los nervios y adrenalina al saber que una puede acabar mi vida”** y **“para que la cosa se ponga más buena mueve la cubierta la Jacobo Arenas”.**

Inserto Pacifista

Análisis semiológico por: María Andrea Parra

En Pacifista desarrollamos un análisis semiológico de estas letras de las canciones mencionadas en el contexto del reclutamiento de menores a través de redes sociales, el cual implicó desentrañar los significados subyacentes y cómo estos mensajes contribuyen a la manipulación y adoctrinamiento de los jóvenes. Aquí hay algunos puntos claves:

1. Legitimidad y Justificación

“Porque el pueblo pide, pide más gente que lo defienda. Porque el pueblo pide, pide más gente que lo defienda. Porque el pueblo pide, pide más gente que lo defienda”

> [Contenido audiovisual incrustado, no reproducible en papel. Origen: https://pacifista.tv/wp-content/uploads/2026/08/cbd0441fee72a399.mp4]

Esta frase sugiere una demanda popular de protección y defensa, legitimando la existencia y las acciones de los grupos armados como una respuesta a una necesidad colectiva. Esto puede influir en las y los menores al hacerles creer que unirse a estos grupos es una acción honorable y requerida por su comunidad.

2. Atractivo de la Emoción y la Adrenalina

“*Me gusta escuchar sonar los disparos cuando las balas pasan bien cerquita, aumentan los nervios y adrenalina al saber que una puede acabar mi vida”*

> [Contenido audiovisual incrustado, no reproducible en papel. Origen: https://pacifista.tv/wp-content/uploads/2026/08/bf6d45ec35f1bb91.mp4]

Esta línea glamoriza el peligro y la emoción de la vida armada, presentándola como una fuente de adrenalina y excitación. Esto puede ser atractivo para adolescentes en busca de experiencias intensas, y puede trivializar la violencia, haciéndola parecer una aventura emocionante en lugar de una realidad peligrosa y destructiva.

3. Glorificación y Status

"Para que la cosa se ponga más buena mueve la cubierta la Jacobo Arenas"

> [Contenido audiovisual incrustado, no reproducible en papel. Origen: https://pacifista.tv/wp-content/uploads/2026/08/6727627686e56bb4.mp4]

Al mencionar a una estructura armada específica (Jacobo Arenas), esta línea otorga una especie de glamour y reconocimiento a la pertenencia a estos grupos. La referencia a elementos específicos de la cultura armada puede crear un sentido de pertenencia y exclusividad, atrayendo a los menores con promesas de status y reconocimiento dentro de la comunidad armada.

4. Conexión Cultural y Afectiva

Música Popular y Sonidos Tradicionales

> [Contenido audiovisual incrustado, no reproducible en papel. Origen: https://pacifista.tv/wp-content/uploads/2026/08/c8b15549e28d1c64.mp4]

Utilizar música que resuena culturalmente con los jóvenes de determinadas zonas geográficas establece una conexión emocional y cultural. Los sonidos y canciones tradicionales crean un vínculo de identidad, haciendo que los mensajes de los grupos armados se sientan más cercanos y familiares. Esto puede facilitar la aceptación de estos mensajes y la integración de los jóvenes en la cultura de los grupos armados.

5. Narrativa de Protección y Resistencia

> [Contenido audiovisual incrustado, no reproducible en papel. Origen: https://pacifista.tv/wp-content/uploads/2026/08/0f50a010350512eb.mp4]

Las canciones y sus letras construyen una narrativa donde los grupos armados son presentados como protectores y defensores contra amenazas externas. Esto puede influir en los menores, especialmente aquellos que viven en áreas de conflicto, a ver a estos grupos como sus únicos defensores legítimos, alimentando un ciclo de reclutamiento basado en la percepción de necesidad y defensa.

Cierre Inserto Pacifista

Continúa texto Juana Cabezas

Ahora, las canciones están acompañadas por imágenes en las que salen mujeres y hombres muy jóvenes, algunos de ellos al parecer combatientes vestidos con uniformes camuflados, brazaletes de los frentes o subestructuras a las que pertenecen, fusiles o pistolas. otros lo hacen en medio de grandes extensiones de cultivos de coca predominantemente y otros en medio de recorridos en moto o carros. Sin embargo, lo que sí se repite es que no son zonas alejadas de población civil, todo lo contrario, tienen su origen en medio de vías terciarias que conectan distintas veredas y caseríos que algunos usuarios reconocen, como se expresa en los comentarios.

Los vídeos publicados en TikTok se movilizan con distintas etiquetas, entre ellas el #ParaTi, un hashtag que se ha popularizado entre la comunidad que comparte y ve las publicaciones, pero que en realidad es una estrategia clave para aumentar la visibilidad de los videos y llegar a una audiencia más amplia de personas fuera de la red de seguidores de los creadores. Este numeral permite que las publicaciones se ubiquen en el feed principal donde se muestran los recomendados de la red social. Otra de las etiquetas usadas es #Alucin o #Alucines que se refiere al estilo de vida de los narcotraficantes, o traquetos como se conocen también en Colombia. aunque está palabra normalmente es usada en México, viene aumentando su uso en el país para compartir vídeos y fotografías por parte de jóvenes que muestran carros de alta gama con algún tipo de modificación

en color o demás, joyas de oro, licores de ciertas marcas, mujeres, armas y grandes cantidades de dinero, generando toda una narcoestética y narcoculotura de opulencia y excentricidades que se encapsula alrededor de esta palabra. Su uso comúnmente se asocia a bandas criminales y se acompaña de canciones como corridos o música de banda mexicana.

De igual manera, se hace uso de hashtags con el nombre de los grupos armados, en específico de frentes a los que le suelen cambiar intencionalmente una letra del nombre para que pasen inadvertidos ante la segmentación del algoritmo, entonces modifican una ‘V’ por ‘B’ o una ‘Z’ por una ‘S’ en las denominaciones.



De hecho, en algunas publicaciones, ciertos cantantes promocionan sus conciertos en las zonas de actuación de los grupos usando esas mismas etiquetas. también estos numerales son utilizados por mujeres que dicen ser parte de estas estructuras, lo cual es publicado junto a emojis como:

> [Imagen no incrustada:]

(Suerte),

> [Imagen no incrustada:]

(Ninja),

> [Imagen no incrustada:]

(Colombia),

> [Imagen no incrustada:]

(Rosario),

[Imagen no incrustad



(Fuego), entre otros.

Una acción repetitiva en las publicaciones es la grabación de vídeos en medio de las fiestas de los pueblos, que suelen durar hasta tres días en zonas abiertas como polideportivos con licor y música en vivo o grabada. Asimismo, muestran en algunos casos el manejo de lanchas hacia el Urabá cargadas de licor que se contrabandea, el uso de celulares de alta gama, cuatrimotos, ropa, hombres disparando al aire, además de una serie de actividades que evidencian un tipo de unificación entre los miembros de las estructuras armadas que alaban a los comandantes. Llegan al punto de mostrarlos como personas con las que deben mantener una relación cercana para acceder a un estatus y poderío que les permita tener ciertos lujos, mujeres y mantener protección tanto para ellos como para sus familias en los lugares de actuación de los armados.

Ciertos vídeos publicados por menores y hombres jóvenes, tienen frases como: “Estudiar? Nunca he visto a un profesor en una Hilux o una Landcruiser”, “Quisiera irme para la guerrilla pero no tengo botas”, “Sí algún grupo me quiere reclutar aquí en Colombia no la pienso dos veces porque los granos y los enlatados se subieron de precio”, entre muchas otras frases que muestran el complejo panorama que se vive en la ruralidad por cuenta del uso de las redes sociales por parte de los grupos armados para apelar a las emociones y mantener relaciones cercanas con los menores.

El alcance

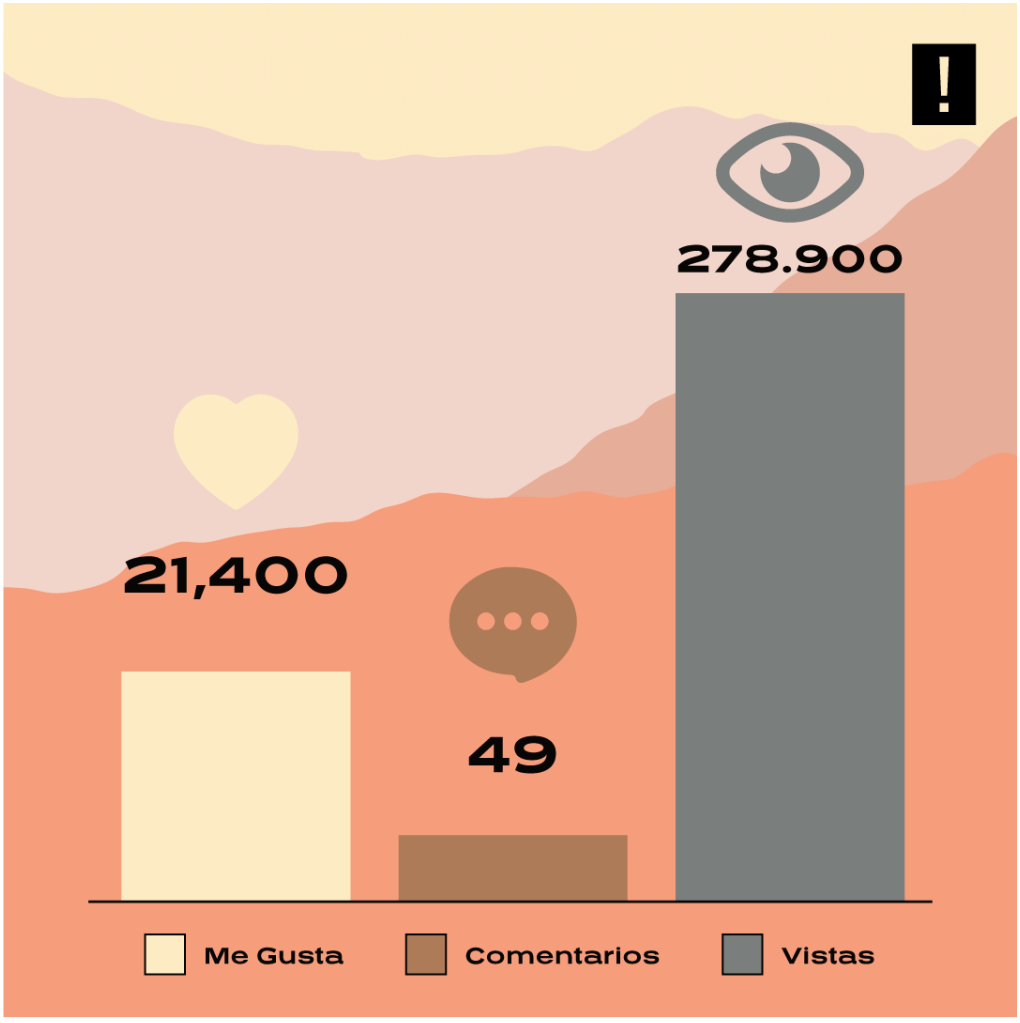
Los 35 perfiles revisados por INDEPAZ eran en su mayoría jóvenes, algunos de ellos menores de edad, predominantemente ubicados en los departamentos del Cauca, Caquetá y Nariño. En una muestra de 42 publicaciones observadas, estas sumaron 98.467 ‘me gusta’, 6.616 ‘guardados’ y 1.997 comentarios. De estos últimos, 193 eran de mujeres y hombres, algunos menores, que expresaban su intención de hacer parte de los grupos armados. Hay que decir que los vídeos analizados estuvieron determinados por la segmentación algorítmica de TikTok al mostrar publicaciones relacionadas entre sí; también que las publicaciones de Facebook eran los mismos vídeos subidos en la otra red social.



En el caso de TikTok, de los vídeos revisados, el que tenía un mayor número de ‘Me Gusta’, fue el de una mujer que alcanzó 21.400, 49 comentarios y 278.900 vistas. este mostraba un recorrido en vehículo por la zona del Micay con presencia de cultivos de coca y de fondo un corrido mexicano que decía: “Soy de familia pobre alguien tenía que buscarle, los sueños estaban claros y las metas

por delante, le di vuelta a la moneda, yo quería billete grande". Otros vídeos de este mismo perfil muestran menores, entre ellos un niño de aproximadamente un año de edad rodeado de fajos de dinero y con una manilla de oro, vídeo que tiene 358.700 vistas. A estos vídeos responden en los comentarios: "Yo quiero una vida así para mi hijo", "¿No da trabajo jefa?", "Deme trabajo", "No están contratando", "Cómo entrar al negocio?", " ¿A quién se le pide trabajo?" y así cerca del 18% de los comentarios buscando hacer parte de los grupos y otro tanto alabando la vida que se muestra en las publicaciones. Alrededor de los comentarios, también se han puesto en evidencia los saludos que se envían entre combatientes de las estructuras armadas en los vídeos que comparten desde distintas zonas del país que allí se nombran.

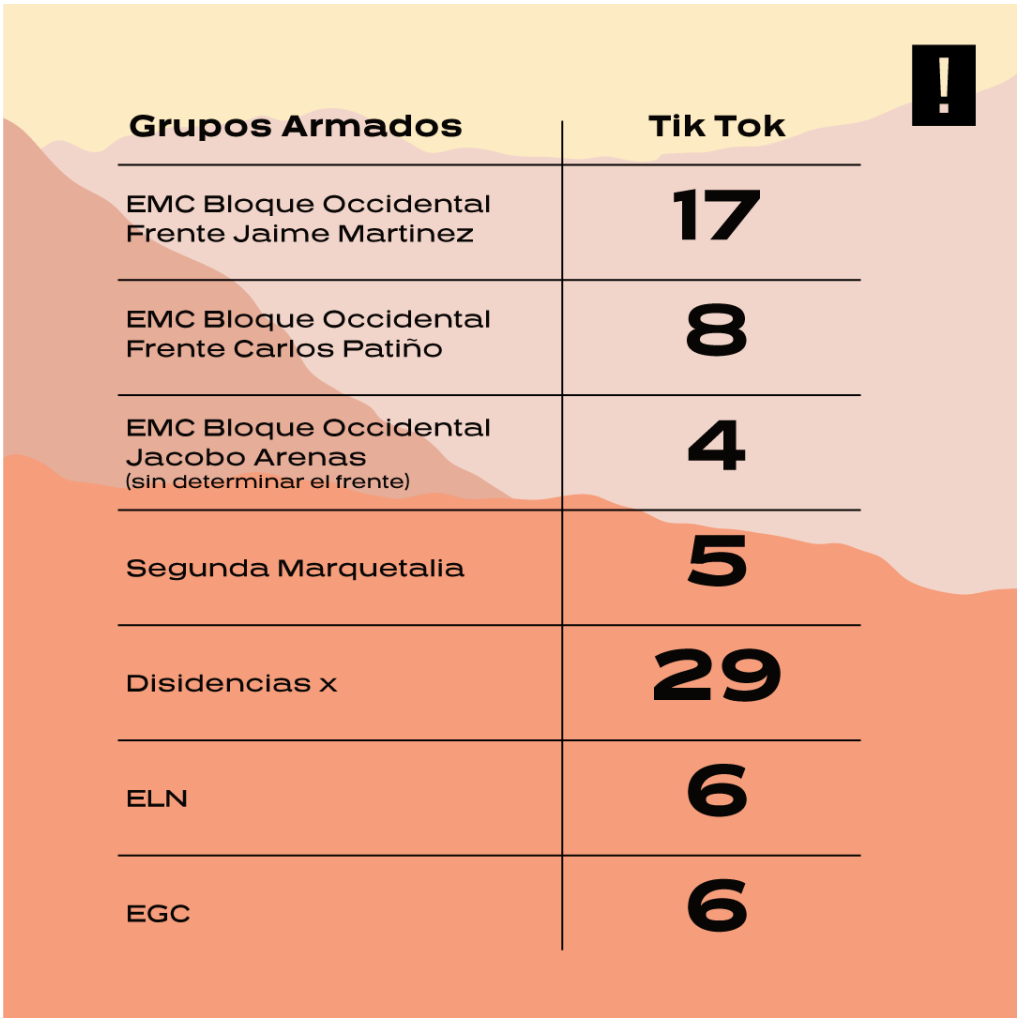
Alcance de Publicación video TikTok "Soy de familia pobre alguien tenía que buscarle, los sueños estaban claros y las metas por delante, le di vuelta a la moneda, yo quería billete grande"



En el caso de Facebook es menor el alcance, pero no deja de ser significativo allí. aunque se mueven vídeos que comparten en otras redes, aparecen más imágenes de jóvenes uniformados con armas y en formación; estas parecen fotografías más pensadas en función de mostrar su capacidad organizativa y armada. comúnmente son perfiles a nombre de las estructuras armadas que se crean y movilizan información por entre 3 y 6 meses para luego ser cerradas, lo cual puede estar asociado a denuncias de la comunidad de la red social por el tipo de contenido.

Con el nombre de una sola estructura se encuentran en Facebook entre 4 y 16 perfiles. Un Frente, en este caso perteneciente a las disidencias ubicadas en el Cauca, tenía 35 perfiles en la red social. Sin embargo, en su mayoría o tenían restricciones de visualización del contenido o sólo contenían una foto; muchos de ellos además tenían nombres y asociaciones con otros grupos con los que tienen disputas, lo que hace pensar que son creados por algunos usuarios que no están asociados a los actores armados ilegales.

El alcance y uso de las redes sociales se da en mayor medida por parte de las disidencias del Bloque Occiental Jacobo Arenas, pero también se encuentran vídeos y publicaciones de ciertos frentes o combatientes del Ejército de Liberación Nacional -ELN- en Chocó, Nariño y Arauca; de las Autodefensas Conquistadoras de la Sierra Nevada -ASCN- en la costa atlántica; de bandas de Antioquia, Chocó y Buenaventura y del Ejército Gaitanista de Colombia -EGC- principalmente en zonas de Antioquia. Cabe señalar que en TikTok al buscar vídeos con los nombres generales de los grupos o genéricos como guerrilla, autodefensas, grupos armados, etc..de inmediato se restringe la visualización con un mensaje que dice: *“Esta frase podría estar asociada con comportamientos o contenidos que infrinjan nuestras normas. Promover una experiencia segura y positiva es la principal prioridad de TikTok. Para obtener más información, te invitamos a consultar las Normas de la comunidad”.* Sin embargo, con las etiquetas antes nombradas y la ubicación de ciertos perfiles que mantienen publicando regularmente, se tiene acceso a ver cualquier tipo de contenido de estos grupos.



Los influencers de la Guerra

PARTE 2

Por PACIFISTA! e INDEPAZ

Análisis Estadístico de Reclutamiento de Niños, Niñas y Adolescentes (NNA) y Métodos de Reclutamiento a través de Redes Sociales

Por: David Restrepo, Investigador del Observatorio de Conflictividades y DDHH de Indepaz.

Hablar del reclutamiento de Niños, Niñas y Adolescentes (NNA) implica comprender las dinámicas del conflicto armado y la presencia de grupos armados ilegales en el país. Este fenómeno se desarrolla en el marco de campañas cívico-militares, desplazamiento forzado, condiciones

económicas adversas, entre otros factores, que propician el reclutamiento de menores.

En términos de cifras, es esencial destacar la concentración del conflicto en algunos departamentos y la magnitud de los hechos que evidencian el reclutamiento de NNA. Estos menores son instrumentalizados para aumentar las fuerzas de los grupos armados y extender su control territorial, centrándose en labores como vigilancia, mensajería, y milicianos. Según COALICO 2023, en su último informe a diciembre del año pasado, se registraron al menos 155 menores de edad reclutados en 70 eventos.

“El ONCA pudo verificar que, de las 155 víctimas identificadas, 17 eran menores de edad de nacionalidad venezolana, 12 de nacionalidad mixta colombo-venezolana y 2 de nacionalidad ecuatoriana, para un total de 31 NNA afectados, principalmente en departamentos fronterizos como Arauca, Nariño y Norte de Santander, lo que corresponde a un 20% de las víctimas reportadas” (COALICO, 2023. Pg. 30).


Demografía de Menores
Reclutados por Nacionalidad
!
VEN
COL
ECU
124
17
12
2
menores
Colombianos:
124 menores
Venezolanos:
17 menores
Colombo-venezolanos:
12 menores
Ecuatorianos:
2 menores



De los 77 eventos registrados, 155 menores fueron reclutados mediante diferentes modalidades; entre estas se incluyen amenazas a familiares, extorsiones y el uso de redes sociales para incentivar el reclutamiento. Los departamentos más afectados en 2023 fueron Cauca, Chocó y Caquetá, seguidos por Guaviare y Meta.

Es vital comprender que, dentro de los mecanismos usados por los grupos armados para el reclutamiento, se encuentran secuestros, amenazas y extorsiones, afectando no solo a los NNA sino también a sus familias que intentan protegerlos.

El aumento porcentual de eventos y víctimas entre 2023 y 2022 es notable y evidencia un avance en los métodos de reclutamiento de menores a lo largo del tiempo, así como en las dinámicas de guerra que se desarrollan en los territorios. En 2022, según COALICO, se registraron 66 eventos con al menos 159 menores reclutados. Esta cifra refleja un aumento significativo y una variación



La variación porcentual refleja 11 casos más en comparación con las cifras de 2022, lo que indica un incremento del 16,67% en los eventos de reclutamiento y del 2,52% en el número de menores víctimas.

La relatividad de los casos y el aumento de la violencia contra menores, así como su respectivo reclutamiento, está directamente relacionado con la presencia de grupos armados en las zonas más afectadas. Para 2024, las cifras no parecen mejorar; según reportes de las fuerzas militares, hasta mayo de este año se han recuperado al menos 116 menores reclutados de manera forzosa, una cifra que probablemente superará la del año anterior.

La población de entre 12 y 17 años es la de mayor interés para los grupos armados en el territorio nacional debido a sus condiciones físicas y psicológicas. Estos menores se encuentran en ciclos escolares 4 y 5 en las instituciones educativas (de octavo a onceavo grado).

Es fundamental entender que los mecanismos de reclutamiento han evolucionado, permitiendo que los NNA se enlisten de diferentes formas. Una modalidad emergente es el uso de redes sociales como atractivo para los menores.

Según la Defensoría del Pueblo, para mayo de 2024, “Los grupos armados ilegales que con mayor frecuencia habrían recurrido a tan cruel práctica fueron las facciones disidentes de las FARC (91,1 %), y la guerrilla del ELN (7 %)”. Es crucial destacar el uso de las redes sociales como un mecanismo de incitación al reclutamiento de menores y personas en general dentro del territorio. Las disidencias de las FARC son quienes más visibilizan el proceso de reclutamiento en redes sociales, aunque otros grupos armados también utilizan esta estrategia.


PUEBLO
747
16
31
9
frente Jaime Martinez · 05-31



En plataformas como Facebook e Instagram, el aspecto propagandístico se utiliza para atraer a menores, mostrando una “calidad de vida” y “oportunidades” falsas. Los perfiles desde los cuales se publican estos contenidos suelen ser borrados entre 1 a 3 semanas, lo que dificulta su rastreo. Existe un modus operandi en la creación de estos perfiles, que, si no son borrados, se replican utilizando diferentes fechas y correos de verificación. Publican esporádicamente, mostrando acciones de poder, armas y dinero.

Las respuestas a los comentarios de jóvenes interesados en unirse se dan en uno o dos días, y estas publicaciones buscan contactar a los menores, utilizando la información pública en sus perfiles para identificar sus vulnerabilidades (abusos familiares, problemas económicos, problemas físicos o psicológicos, etc.).

Los factores económicos juegan un papel crucial en el uso de redes sociales como mecanismo de reclutamiento de menores. TikTok, en particular, se utiliza de manera propagandística, atrayendo a adolescentes que ven videos que incitan a unirse a estos grupos. La población joven que utiliza esta red representa el 36% a nivel mundial.

Las necesidades básicas y el deseo de mejoras económicas son explotados en estos videos, que muestran grandes camionetas, montos de dinero y armas. Estratégicamente, los videos también suelen estar ubicados en departamentos donde las cifras de reclutamiento son más altas, como Cauca, sugiriendo una cercanía con los grupos armados.


Buscar contenido relacio...
Buscar
16 comentarios
como le ago pa ingresar ps
06-10 Responder
1
Ver 2 respuestas
cómo se llama la canción
06-06 Responder
Ver 1 respuesta
yo quierooo ir para haya
5 día Responder
yo quiero ir para haya
5 día Responder



El uso de redes sociales en este contexto fomenta el interés de los jóvenes, quienes, atraídos por las falsas ilusiones que se presentan, se enlistan en los grupos armados. Sin embargo, los beneficios prometidos, como pagos, celulares y lujos, son transitorios. Tras uno o dos meses, estos desaparecen, y los menores encuentran difícil regresar a sus hogares, quedando atrapados en los grupos armados. Como lo expresa un menor reintegrado después de haber sido reclutado:

> *"Él siempre me dijo que allá íbamos a tener una mejor vida, que a mí más nunca me iba a faltar nada ni me iban a volver a abusar como en mi casa. Yo no tenía a dónde ir porque nadie me creía en mi familia y con él sentí seguridad. Después vi que así cogían a varias y ya no se podía echar para atrás" (Unidad Para las Víctimas, 2024).*

Estas muestras de poder en redes sociales generan una tendencia en la población, que busca soluciones económicas rápidas al integrarse en los grupos armados. Los perfiles que promueven este tipo de contenido suelen tener entre 1,500 y 2,000 seguidores, con videos que alcanzan hasta 8,000 vistas. Luego, los videos son borrados y subidos de nuevo desde otras cuentas para evitar ser detectados.

La situación actual del país no difiere mucho de la registrada en años anteriores, con jóvenes siendo reclutados mediante el uso de redes sociales, lo que facilita el trabajo de los grupos armados y perpetúa la utilización de menores en el conflicto armado

Los influencers de la Guerra

PARTE 3

Por PACIFISTA! e INDEPAZ

“ -¿Por qué luchas? – Por mí misma”

El uso de redes sociales para el reclutamiento forzado de niños, niñas y adolescentes: una mirada con enfoque de género

Por: Salomé Beltrán Valdés

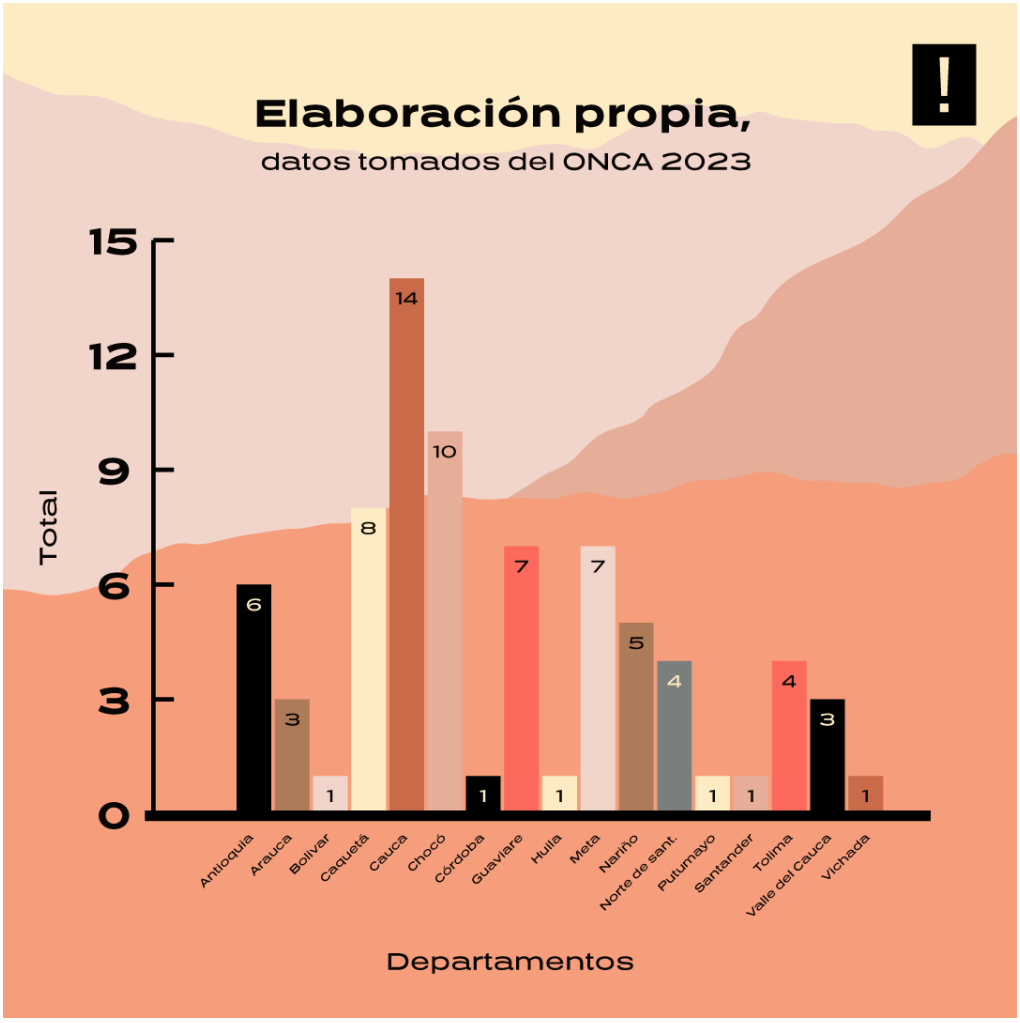
A pesar del *continuum* de violencia, las formas en las que se expresa el conflicto armado cambiano y se reajustan con cierta rapidez. El país se enfrenta entonces ante el reto constante de tener que entender las transformaciones de la guerra para actualizar también las posibles soluciones a ella.

Uno de los delitos que presenta innovaciones en sus estrategias es el reclutamiento forzado. Este hecho es un crimen de guerra sin importar la forma en que se haya conseguido, sin embargo, existen datos que indican que los niños, niñas y adolescentes (en adelante NNA) están siendo convencidos de unirse a grupos armados ilegales a través de redes sociales como Tik Tok.

¿Por qué las redes sociales?

En un video publicado por una adolescente donde ella comenta que se unió a las disidencias de las FARC, un adulto le pregunta en uno de los comentarios “camarada ¿Por qué lucha?” y ella le responde “por mí misma”. Los contenidos que encontramos y analizamos en redes sociales permiten hacer una aproximación a los mecanismos y motivaciones que resultan en el reclutamiento de NNA, que, lejos de la afiliación por razones de concordancia política que pudo existir en el relato de otras épocas, aquí tiene que ver con las aspiraciones sociales, laborales y económicas de esta población.

Siendo los departamentos del Cauca y el Caquetá los que más casos de reclutamiento han registrado los últimos años (COALICO, 2023), conversamos con una educadora rural que ha trabajado en varios territorios colectivos del Pueblo Nasa en el Cauca. Al preguntarle por el uso de celulares e internet en las jornadas escolares, nos comentó que varias escuelas han tenido que llevar a cabo políticas de cero celulares en las aulas. También afirmó que últimamente en la región se ha sentido un cambio drástico, pues mientras hace algunos años ver un celular inteligente era bastante extraño, ahora hasta las familias más empobrecidas cuentan con al menos uno de estos dispositivos en casa. El consumo de internet aumentó en poco tiempo y la dependencia a sus contenidos, también. Ella nos comenta que los mismos maestros y maestras, quienes favorecieron su uso para continuar con los contenidos escolares durante la pandemia, se sienten arrepentidos al no haber previsto estos efectos no deseados.



Por otro lado, tanto ella como un periodista comunitario consultado y cuyo trabajo se focaliza en Argelia, Cauca, comentaron que una de las medidas que están adoptando las familias para prevenir el reclutamiento es mantener a sus hijas e hijos encerrados, ya que salir, así sea para asistir al colegio, representa un riesgo alto. La situación es de tal gravedad que la Guardia Indígena ha llegado a escoltar a los niños a la entrada de las escuelas para que no sean abordados por terceros. En este contexto, muchos se quedan en casa ¿Haciendo qué? pues, sin duda, consumiendo contenido online.

Atravesando puertas y paredes, los grupos armados optaron por acceder a las pantallas con las que cotidianamente interactúan niños, niñas y adolescentes. Con una narrativa cercana, se comunican de manera directa, rápida y constante a través de videos para convencerlos de hacer parte de sus organizaciones, hasta el momento de las Disidencias y el ELN. Estos grupos se valen de otros NNA, que comparten muchas de las características de quienes buscan reclutar, para difundir los videos.

La efectividad de este mecanismo ha logrado aumentar de forma preocupante el reclutamiento forzado. Los departamentos donde hemos encontrado estos videos, identificables por los hashtags que incluyen los usuarios, son Cauca, Caquetá, Valle del Cauca, Nariño y Putumayo.

¿Qué se vende a través de ellas?

Tras revisar más de sesenta cuentas de Tik Tok con videos alusivos a grupos armados ilegales colombianos, es posible reconocer un conjunto de patrones en las imágenes, narrativas y comentarios que allí se exponen. Cabe mencionar que si bien Tik Tok es la plataforma de producción y divulgación, existe la probabilidad que los videos también se compartan a través de otras redes sociales como Facebook y Whatsapp. Según un estudio de Telefónica, el Whatsapp es la aplicación de mensajería más usada en Colombia (Telefónica, 2022), con el agravante que no es fácil rastrear los contenidos que se comparten por este canal: los estados desaparecen después de 24 horas, los mensajes se pierden en el mar de información que circula allí, y si no se pertenece a los grupos o cadenas de distribución, va a ser casi imposible identificar contenidos, emisores y destinatarios. Por lo tanto, es altamente probable que el alcance de este tipo de convocatorias sea mucho mayor al que encontramos directamente en Tik Tok.

¿Qué encontramos en estos videos? Los símbolos, imágenes, canciones y mensajes que se comparten son variados, pero se mantiene un hilo conductor distintivo en la totalidad de las cuentas consultadas y es la aparición de dos emojis juntos: el de un ninja y el de la bandera de Colombia. Las variaciones se presentan en la narrativa, en particular por la variable de género. Aquellos perfiles manejados por usuarios hombres suelen tener fotos y videos donde se los ve con uniformes camuflados (en pocos casos muestran el rostro), armas, alcohol, carros, camionetas y motos, además de dinero en efectivo, cultivos de coca y algunas cocinas de cocaína. En contraste, los perfiles de mujeres suelen ser grabaciones o imágenes fijas de ellas en primer plano cantando y bailando. También se ven algunas fotografías en las que portan un uniforme y se ve su cuerpo en silueta ocultando su cara. No obstante, en la mayoría de los casos, las niñas develan su rostro y aparecen sonriendo; usan escotes, se muerden los labios al cantar, se ponen filtros o maquillaje. Mientras que los hombres suelen exhibir lo que tienen y lo que hacen, las mujeres se exhiben a sí

mismas en videos de formato *selfie*.

Dejando a un lado la imagen, es interesante detenerse también en la marca sonora de estos perfiles, que suele ser una canción o un audio de una frase corta, pero en ningún caso la voz de los NNA. Las canciones suelen ser corridos mexicanos, himnos de las organizaciones armadas, temas de reggaetón y en algunos casos, cumbia. Las letras más reiterativas tienen mensajes como: “soy guerrillero, mas no soy malo”, “honor, patria, libertad”, “si muero en algún combate no me vayan a llorar”, “prohibido renunciar”, “soy de familia pobre alguien tenía que buscarle”. Tanto niños como niñas usan las mismas canciones, sin embargo, en los perfiles femeninos se escucha reggaeton y cumbia con más frecuencia que en los masculinos, donde encontramos casi que exclusivamente música de los grupos armados y corridos mexicanos, lo cual, combinado con la aparición repetitiva de tequila, sugiere un imaginario presente alusivo a los carteles de ese país.

También se pueden escuchar audios cortos o *trends* de Tik Tok, es decir, grabaciones hechas por otros usuarios que se vuelven virales y son tomados y adaptados por nuevos usuarios. En esas ocasiones, los mensajes más comunes son: “otros de fiesta, yo a mis 17 años tratando de seguir adelante”, “¿Pena? pena me daría invitarlas a salir con la plata que me daban de mesada”, “a trabajar duro mijo, porque hombre flojo no monta caballo fino ni goza de mujer bonita”, “esto es pa machos, no pa muchos”, “venimos de abajo pero vamos pa arriba hijueputa”, “Dios, quítame lo pobre, que lo feo me lo quita la plata”. Las dos últimas frases aparecen tanto en perfiles femeninos como masculinos, las demás aparecen exclusivamente en contenido realizado por hombres.

Estos jóvenes se muestran en la plataforma como personas fuertes, valientes, resilientes y adineradas. Asimismo, los objetos que acompañan la puesta en escena, como uniformes, artículos caros o de lujo, armas y billetes, proyectan una imagen de éxito, autorrealización y posicionamiento frente a otros. En el caso de las mujeres, parece importante mostrarse sensuales, pero también independientes, fuertes y luchadoras, aunque sea poco común ver un arma en sus videos. Existen alusiones constantes a que tienen una personalidad agresiva o vengativa, a que tienen “el carácter de un hombre”, y que no necesitan de otros, pues son autónomas. Un perfil de una joven escribe: “mi papá quería un niño, mi mamá una niña. Y nací yo, mujer pero con el carácter de un hombre”.

En ambos casos, niños y niñas hacen alusiones a una *ausencia* de miedo hacia la muerte y, adicionalmente, destacan el sacrificio y el trabajo como un valor, en múltiples comentarios donde son criticados por hacer parte de estos grupos argumentan que están ejerciendo "un trabajo como cualquier otro".

En cuanto a los comentarios, cabe mencionar que pueden clasificarse en tres tipos y que varían claramente según el género del o la dueña de la cuenta, encontramos: mensajes de odio, mensajes preguntando cómo entrar a hacer parte del grupo y, en el caso de las niñas, emojis de corazones y frases como "uy yo por ella me iría a la guerrilla", "mi nena linda, mi flaca hermosa".

¿Quiénes son las y los niños detrás de esas pantallas?

Algunos NNA hacen pública su identidad a veces con sus nombres o con sus rostros, lo que denota un interés por ser reconocidos por su pertenencia a estas organizaciones ilegales. Aunque en otros contextos podría parecer vergonzante o riesgoso, se pierde el anonimato por presión del propio grupo o por su propia validación en la era de Tik Tok.

La generación de la que estamos hablando son niños, niñas y adolescentes que nacieron del 2006 en adelante y que enfrentaron la pandemia con catorce años o menos y que, pasada la firma del Acuerdo de Paz en 2016, no vieron su implementación con presencia del Estado sino un cambio de poder en el control territorial.

Los grupos armados ilegales que operan en estas regiones se están aprovechando de la crisis de identidad que sufren los más pequeños en contextos donde todo apunta hacia una perspectiva de *no futuro*. En el caso de las comunidades indígenas del Cauca, se mantiene una guerra no sólo directa, sino que también política y simbólica contra el Consejo Nacional Indígena del Cauca – CRIC. Esto genera una doble crisis en las infancias y juventudes indígenas, pues el proyecto al que deciden apostarle estos NNA tienen afectaciones no solo individuales sino que también colectivas. La profesora consultada menciona otro factor y es la herencia familiar: las nuevas generaciones nacieron en un contexto donde el conflicto armado interno ya estaba instaurado y cargan con imaginarios que corresponden a personalidades revolucionarias o personajes de grupos insurgentes del pasado. La falta de revisión de estos relatos familiares es un factor importantísimo a

reexaminar.

También es llamativo entender cómo los mandatos de género, en conjunción con la pertenencia étnica, influyen en el reclutamiento de estas organizaciones. El dominio de la fuerza física, la capacidad de utilizar la violencia interpersonal frente al conflicto y el poder o la fuerza, han sido socialmente valoradas como cualidades positivas de *lo masculino*. En contraste, la feminidad se asocia con la vulnerabilidad física, la incapacidad de usar la violencia de manera efectiva y la obediencia.

Dichos atributos son valorados positivamente tanto por hombres como por mujeres y no están dadas por el sexo, es decir, la masculinidad no es una facultad dada a los hombres por el hecho de ser hombres, sino que para llegar a ella es necesario performar y reafirmar constantemente que se es "masculino" o "macho", mérito que se pierde si se demuestran prácticas contrarias como llorar, ser débil, e incluso, ser homosexual, por ejemplo. Lo anterior, termina por moldear la forma como niños y adultos se perciben y perciben a los demás, pues resulta más deseable *ser de una manera* que de otra.

En relación con las implicaciones de pertenecer a un grupo armado donde los roles de género son tan marcados, las mujeres se sitúan en un lugar de mayor vulnerabilidad, pues son vistas como inferiores. Las niñas y adolescentes de las regiones donde se ha recrudecido esta problemática, viven en contextos donde el sexismo es aún más fuerte que en otros escenarios, por lo cual, encarnar el rol de *guerreras*, tener un uniforme, portar un arma, hacer parte de un colectivo con capacidad de ejercer violencia física y obtener dinero, es atractivo e incluso una cuestión de supervivencia. Adoptar este rol es abandonar el rol predestinado de mujeres que les dio la sociedad y que no encaja con sus planes de vida, lo cual es evidente en los videos revisados, donde hacen alusiones constantes a su independencia y fuerza. La posibilidad de obtener un trabajo como cuidadoras de animales y "raspachinas" (que es lo que suelen ofrecer estos grupos, así no sean las labores finales que ellas van a desempeñar) y "ganarse" el respeto de sus pares, parece atractiva a los ojos de mujeres jóvenes, algunas de ellas ya madres, en un contexto social de pocas oportunidades que las excluye y las maltrata.

A pesar de conllevar peligros y altos riesgos, entrar a una organización criminal se contrarresta con los beneficios que estos menores de edad creen que pueden obtener allí. Sin embargo, estos videos usados para el reclutamiento forzado, como cualquier otra publicidad, suelen vender una realidad muy distinta a la que terminan encontrando estos niños, niñas y adolescentes. Tal y como se ha demotrando en las investigaciones del macrocaso 07 de la Jurisdicción Especial para la Paz, JEP, y en el informe *Una Guerra Sin Edad* del Centro Nacional de Memoria Histórica, las situaciones y violaciones de derechos que viven los y las menores de edad al interior de los grupos armados son extremadamente traumáticas.

Apuntes finales

Esta revisión de cuentas y contenidos compartidos a través de Tik Tok para el reclutamiento forzado por parte de grupos armados ilegales en Colombia ofrece insumos para la caracterización de cómo opera actualmente para NNA, pero no puede ser considerada como una muestra representativa de las experiencias de vida de esta población, puesto que es probable que quienes suben estos videos e interactúan con este tipo de redes sociales sean aquellos a quienes les han asignado este rol de divulgación o que sean genuinamente los “más convencidos” y privilegiados por tener acceso a un celular inteligente o una conectividad a internet. Adicionalmente, es de suponer que detrás de estas cuentas están adultos de más alto rango dentro de las organizaciones armadas.

Los niños, niñas y adolescentes son una población de especial protección por parte del Estado y la sociedad en su conjunto, pero tal responsabilidad ha sido fallida. Según el Registro Único de Víctimas, desde 1985 hasta la actualidad son más de 9.000 niños, niñas y adolescentes han sido reclutadas forzadamente por grupos armados ilegales (UARIV, 2024). Esta cifra evidencia que es necesario activar procesos de prevención y salvaguarda; generar conversaciones abiertas con ellas y ellos cara a cara y a través de las plataformas y, por supuesto, incidir en la garantía de derechos para proteger su seguridad y libertad. Todo ello como parte de una exigencia al Estado en el compromiso fundamental de acabar con el conflicto histórico que se ha vivido en el país.

Conclusión:

Toda esta información presentada tiene como finalidad, mostrar que las estrategias de la guerra se transforman rápida y continuamente, por lo cual el Estado también lo debe hacer con el fin de combatir este tipo de fenómenos que utilizan instrumentos propios de las nuevas generaciones para hacer llegar sus mensajes, especialmente a aquellos que sienten exclusión dentro de su ambiente social habitual o que están formando una identidad, siendo más susceptibles a ser atrapados y representados por estos discursos y estéticas si su círculo cercano también es parte de ello. Asimismo, debe leerse muy bien la situación, los mensajes más usados no están enfocados al 100% en vender un enemigo como si lo hacen en el medio oriente, más bien apelan a movilizar a menores ofreciendo poder y status en sus territorios, creando relaciones en línea, comunicación y construcción de lazos sociales entre personas de cualquier lugar y edad.

La estrategia de marketing criminal utilizada por los grupos armados para reclutar menores en Colombia evidencia un uso deliberado y sistemático de las redes sociales para atraer a jóvenes vulnerables, esto refleja una adaptación rápida de las tácticas de reclutamiento, que ahora se enfocan en explotar las tendencias digitales y la conectividad global para difundir su propaganda y atraer a jóvenes que buscan pertenencia y oportunidades en un entorno de exclusión. La revisión de perfiles y publicaciones muestra la sofisticación de estas estrategias, donde se emplean hashtags, vídeos musicales y elementos de la “narcocultura” para crear un relato atractivo de poder y estatus.

Finalmente, el fenómeno del reclutamiento infantil a través de las redes sociales en Colombia subraya la necesidad urgente de desarrollar estrategias multidimensionales que combinen la regulación, la prevención y la inclusión social para proteger a los menores y contrarrestar la influencia de los grupos armados. Sin embargo, uno de los mayores desafíos actuales es concientizar a los menores y a sus familias para que comprendan estos hechos como un delito, ya que a menudo consideran que acceder voluntariamente a los grupos armados a temprana edad es una transgresión legal que ellos como menores cometen, lo cual impide que se denuncie, generando así un subregistro significativo del problema. Esta voluntariedad, influenciada por una estrategia de marketing criminal, dificulta enormemente la identificación y protección de las víctimas, y resalta la necesidad de campañas de concienciación que informen a las comunidades sobre los riesgos y consecuencias del reclutamiento infantil, así como la importancia de denunciar

estos hechos ante las entidades encargadas.

Columna Editorial

PACIFISTA!

TikTok Se Ha Convertido en Terreno Fértil para el Reclutamiento de Menores.

En la era digital, donde las redes sociales se han convertido en una extensión de nuestra realidad, hemos sido testigos de cómo estas plataformas pueden ser usadas tanto para el bien como para el mal. Hoy, lamentablemente, nos encontramos denunciando una de las caras más oscuras de esta modernidad: el reclutamiento de menores en Colombia a través de TikTok y otras redes sociales.

En PACIFISTA, en colaboración con INDEPAZ, hemos llevado a cabo una investigación exhaustiva que nos ha llevado a un hallazgo alarmante: grupos armados ilegales están utilizando TikTok, una plataforma popular entre adolescentes, para atraer, manipular y finalmente reclutar a menores para sus filas. Estos actores ilegales han encontrado en las redes sociales un nuevo campo de batalla donde los likes y los follows se convierten en armas de influencia y poder.

Nuestros hallazgos no solo revelan la sofisticación con la que estos grupos operan en plataformas como TikTok, sino también la peligrosa ineficacia de las políticas de moderación y seguridad de estas redes sociales. Videos que glorifican la violencia, el uso de armas, y promesas falsas de poder y pertenencia están siendo

transmitidos a una audiencia vulnerable, sin filtros y con una velocidad aterradora.

Desde PACIFISTA, rechazamos enfáticamente esta práctica repugnante y exigimos una respuesta inmediata y contundente de las plataformas digitales involucradas. A Facebook, Instagram, WhatsApp, y en especial a TikTok: ¿Qué van a hacer al respecto? La evidencia es clara y está frente a ustedes. No pueden seguir escondiéndose detrás de algoritmos que promueven contenido peligroso mientras los menores de edad son arrastrados a un mundo de violencia y crimen. Es su responsabilidad proteger a los usuarios, especialmente a los más jóvenes, y no ser cómplices silenciosos de la explotación y el abuso.

Exigimos que TikTok y las demás redes sociales implementen medidas inmediatas para identificar y eliminar este tipo de contenido. Las políticas actuales son insuficientes, y la moderación basada en inteligencia artificial claramente no está a la altura del desafío. Es necesario que estas plataformas asignen recursos humanos reales, con un enfoque culturalmente informado, para la revisión de contenido que pueda poner en riesgo a menores.

Además, requerimos transparencia. Queremos saber qué medidas concretas se están tomando para abordar este problema, cómo se están identificando las cuentas involucradas en estas actividades y qué acciones se están tomando para cerrar las brechas que permiten a los reclutadores acceder a nuestros niños y adolescentes.

A quienes nos ven, les invitamos a compartir, seguir y estar al tanto a este Especial que sacamos junto a INDEPAZ, y que estamos lanzando con esta columna y se seguirá publicando en los próximos días. PACIFISTA continuará denunciando cualquier uso indebido de estas plataformas para reclutar a menores, e INDEPAZ gracias por todo el trabajo que realizan en cuanto al monitoreo de estos eventos. La sociedad civil no puede ni debe quedarse callada ante este nuevo frente de guerra que ataca a nuestros jóvenes a través de la pantalla.

UNA INVESTIGACIÓN DE



CÓMO CITAR ESTE DOCUMENTO

FORMATO APA 7ª EDICIÓN

¡PACIFISTA! (2024, 6 de septiembre). ESPECIAL | Los Influencers de la Guerra: Reclutamiento a menores a través de redes sociales.. ¡PACIFISTA!. https://pacifista.tv/especiales/especial-los-influencers-de-la-guerra-reclutamiento-a-menores-a-traves-de-redes-sociales/

FORMATO CHICAGO (NOTAS Y BIBLIOGRAFÍA)

¡PACIFISTA!. «ESPECIAL | Los Influencers de la Guerra: Reclutamiento a menores a través de redes sociales.». ¡PACIFISTA!, 6 de septiembre de 2024. https://pacifista.tv/especiales/especial-los-influencers-de-la-guerra-reclutamiento-a-menores-a-traves-de-redes-sociales/

FORMATO MLA 9ª EDICIÓN

¡PACIFISTA!. "ESPECIAL | Los Influencers de la Guerra: Reclutamiento a menores a través de redes sociales.". ¡PACIFISTA!, 6 de septiembre de 2024, https://pacifista.tv/especiales/especial-los-influencers-de-la-guerra-reclutamiento-a-menores-a-traves-de-redes-sociales/.

ACCESO ABIERTO

Derechos de ¡PACIFISTA! y de sus autores. Archivo histórico de consulta pública. Documento generado por el Centro de Memoria de ¡PACIFISTA! a partir de la pieza conservada en su archivo histórico. Se distribuye para consulta, citación, estudio e investigación. Verifique siempre la versión en línea, que es la fuente autorizada.