



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE PERIODISMO**

**PORTADA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN PERIODISMO**

**TEMA**

**DIVULGACIÓN INFORMATIVA A TRAVÉS DE FUENTES  
EXCLUSIVAS EN PLATAFORMAS Y SERVICIOS DE MENSAJERÍA  
INSTANTÁNEA**

**TUTOR**

**Mg. Lcdo., JOHNNY ALVARADO DOMÍNGUEZ**

**AUTORES**

**ALBERTO JAVIER MAHAUAD CAMPODÓNICO**

**GUAYAQUIL**

**2020**

<b>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>		
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> Divulgación informativa a través de fuentes exclusivas en plataformas y servicios de mensajería instantánea		
<b>AUTOR/ES:</b> Mahauad Campodónico, Alberto Javier	<b>REVISORES O TUTORES:</b> Alvarado Domínguez, Johnny Ignacio	
<b>INSTITUCIÓN:</b> <b>Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil</b>	<b>Grado obtenido:</b> Licenciado en Periodismo	
<b>FACULTAD:</b> CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO	<b>CARRERA:</b> PERIODISMO	
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> 2020	<b>N. DE PAGS:</b> 110	
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Periodismo e Información		
<b>PALABRAS CLAVE:</b> medios de comunicación de masas, educación sobre medios de comunicación, psicología de la comunicación, opinión pública, persuasión		
<b>RESUMEN:</b> El presente trabajo plantea que el periodismo contemporáneo, repartido en una multiplicidad de nichos de mercado, al servicio de intereses comerciales como forma de supervivencia económica, y operando en una sociedad políticamente polarizada y enajenada tecnológicamente de la realidad, ha promovido la creación y difusión de ‘noticias’ falsas en redes sociales y servicios de mensajería instantánea que degeneran incluso en instancias de agresión grupal, subvirtiendo así el debate democrático, y toda vez evitando la regulación amparándose en el ideal de la libertad de expresión. Se utiliza la investigación de campo cualitativa, de carácter exploratorio, enfocado en el estudio del caso de los linchamientos en Posorja, registrados el 16 de octubre de 2018, para construir un paradigma comunicativo del periodismo contemporáneo local.		
<b>N. DE REGISTRO:</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>

<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b> Mahauad Campodónico, Alberto Javier	<b>Teléfono:</b> +593 99 532 5897 +593 04 285 2110	<b>E-mail:</b> mahauad- campodonico@hotmail.com
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	MsC. Patricia Jurado Ávila (Decana) <b>Teléfono:</b> (04) 259 6500 <b>Ext.</b> 250 <b>E-mail:</b> pjuradoa@ulvr.edu.ec Mg. Lcdo. Federico Varas Chiquito (Director de Carrera) <b>Teléfono:</b> (04) 259 6500 <b>Ext.</b> 251 <b>E-mail:</b> fvarasc@ulvr.edu.ec	

# CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

## Tesis de pregrado

por Alberto Javier Mahauad Campodónico



**Fecha de entrega:** 23-sep-2020 09:41p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1395423766

**Nombre del archivo:** tesis\_MAHAUAD.docx (153.43K)

**Total de palabras:** 25512

**Total de caracteres:** 140819

## Tesis de pregrado

### INFORME DE ORIGINALIDAD

**4%**

INDICE DE SIMILITUD

**4%**

FUENTES DE INTERNET

**0%**

PUBLICACIONES

**1%**

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://www.publicnow.com">www.publicnow.com</a> Fuente de Internet	<1%
2	<a href="http://repositorio.ulvr.edu.ec">repositorio.ulvr.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1%
3	<a href="http://www.lexis.com.ec">www.lexis.com.ec</a> Fuente de Internet	<1%
4	<a href="http://www.labarraespaciadora.com">www.labarraespaciadora.com</a> Fuente de Internet	<1%
5	<a href="http://www.eluniverso.com">www.eluniverso.com</a> Fuente de Internet	<1%
6	<a href="http://ultimahoraec.com">ultimahoraec.com</a> Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to Infile Trabajo del estudiante	<1%
9	<a href="http://opinionkichwa.blogspot.com">opinionkichwa.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1%

*J. B. L. L.*

10	<a href="http://www.fundamedios.us">www.fundamedios.us</a> Fuente de Internet	<1 %
11	<a href="http://pesquisa.bvsalud.org">pesquisa.bvsalud.org</a> Fuente de Internet	<1 %
12	<a href="http://lta.reuters.com">lta.reuters.com</a> Fuente de Internet	<1 %
13	<a href="http://nelsonoria.blogspot.com">nelsonoria.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1 %
14	<a href="http://www.cnn.com">www.cnn.com</a> Fuente de Internet	<1 %
15	<a href="http://www.academiccourses.es">www.academiccourses.es</a> Fuente de Internet	<1 %
16	<a href="http://www.etcetera.com.mx">www.etcetera.com.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
17	<a href="http://www.abp.es">www.abp.es</a> Fuente de Internet	<1 %
18	<a href="http://elrojodelsur.blogspot.com">elrojodelsur.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1 %
19	<a href="http://angelricoes.blogspot.com">angelricoes.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1 %
20	<a href="http://acento.com.do">acento.com.do</a> Fuente de Internet	<1 %
21	<a href="http://www.liliaarellano.com">www.liliaarellano.com</a>	

*Alb... - 1/1*

	Fuente de Internet	<1%
22	<a href="http://www.comoves.unam.mx">www.comoves.unam.mx</a> Fuente de Internet	<1%
23	<a href="http://forum.wordreference.com">forum.wordreference.com</a> Fuente de Internet	<1%
24	<a href="http://josezegarra.com">josezegarra.com</a> Fuente de Internet	<1%
25	<a href="http://www.madridhabitable.org">www.madridhabitable.org</a> Fuente de Internet	<1%
26	<a href="http://thechaltontorspot.blogspot.com">thechaltontorspot.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1%
27	<a href="http://www.cubaencuentro.com">www.cubaencuentro.com</a> Fuente de Internet	<1%
28	<a href="http://lamordazaec.com">lamordazaec.com</a> Fuente de Internet	<1%
29	<a href="http://basessibi.c3sl.ufpr.br">basessibi.c3sl.ufpr.br</a> Fuente de Internet	<1%
30	<a href="http://www.apdh.com.ar">www.apdh.com.ar</a> Fuente de Internet	<1%
31	<a href="http://dbpedia.org">dbpedia.org</a> Fuente de Internet	<1%
32	<a href="http://ftp.kspei.com">ftp.kspei.com</a> Fuente de Internet	<1%

*Al - L //*

33	<a href="http://www.criterioclub.com">www.criterioclub.com</a> Fuente de Internet	<1 %
34	<a href="http://www.academia.edu">www.academia.edu</a> Fuente de Internet	<1 %
35	<a href="http://lajornadamorelos.com">lajornadamorelos.com</a> Fuente de Internet	<1 %
36	<a href="http://www.theaterkrant.nl">www.theaterkrant.nl</a> Fuente de Internet	<1 %
37	<a href="http://www.aporrea.net">www.aporrea.net</a> Fuente de Internet	<1 %
38	<a href="http://www.euskadi.net">www.euskadi.net</a> Fuente de Internet	<1 %
39	<a href="http://hq.unhabitat.org">hq.unhabitat.org</a> Fuente de Internet	<1 %
40	<a href="http://users.ipfw.edu">users.ipfw.edu</a> Fuente de Internet	<1 %
41	<a href="http://elfarodigital68.blogspot.com">elfarodigital68.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1 %
42	<a href="http://www.inrena.gob.pe">www.inrena.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
43	<a href="http://www.lahaine.org">www.lahaine.org</a> Fuente de Internet	<1 %
44	<a href="http://www.asignar.com">www.asignar.com</a>	

*Alberto L. M.*

	Fuente de Internet	<1%
45	<a href="http://dialnet.unirioja.es">dialnet.unirioja.es</a> Fuente de Internet	<1%
46	<a href="http://www.indymedia.org">www.indymedia.org</a> Fuente de Internet	<1%
47	<a href="http://www.apromusica.org">www.apromusica.org</a> Fuente de Internet	<1%
48	<a href="http://nti.educa.rcanaria.es">nti.educa.rcanaria.es</a> Fuente de Internet	<1%
49	<a href="http://www.piuranoticias.com">www.piuranoticias.com</a> Fuente de Internet	<1%
50	<a href="http://www.ucm.es">www.ucm.es</a> Fuente de Internet	<1%
51	<a href="http://www.primicias.ec">www.primicias.ec</a> Fuente de Internet	<1%
52	<a href="http://lakecontrola.blogspot.com">lakecontrola.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1%
53	<a href="http://www2.fices.unsl.edu.ar">www2.fices.unsl.edu.ar</a> Fuente de Internet	<1%
54	<a href="http://dle.rae.es">dle.rae.es</a> Fuente de Internet	<1%
55	<a href="http://imagenesdeisrael.com">imagenesdeisrael.com</a> Fuente de Internet	<1%

*Ala - 1/11/11*

56	<a href="http://www.oficialis.com.ar">www.oficialis.com.ar</a> Fuente de Internet	<1%
57	<a href="http://bimacademy.es">bimacademy.es</a> Fuente de Internet	<1%
58	<a href="http://creativecommons.org">creativecommons.org</a> Fuente de Internet	<1%
59	<a href="http://ficeda.com">ficeda.com</a> Fuente de Internet	<1%
60	<a href="http://www.welivesecurity.com">www.welivesecurity.com</a> Fuente de Internet	<1%
61	<a href="http://www.maryknollmall.org">www.maryknollmall.org</a> Fuente de Internet	<1%
62	<a href="http://glee.myblog.it">glee.myblog.it</a> Fuente de Internet	<1%
63	<a href="http://prensa.com">prensa.com</a> Fuente de Internet	<1%
64	<a href="http://www.grain.org">www.grain.org</a> Fuente de Internet	<1%
65	<a href="http://www.delitosinformaticos.com">www.delitosinformaticos.com</a> Fuente de Internet	<1%
66	<a href="http://www.cambiodemichoacan.com.mx">www.cambiodemichoacan.com.mx</a> Fuente de Internet	<1%
67	<a href="http://www.v100a.com">www.v100a.com</a>	

*J. L. L. L.*

	Fuente de Internet	<1%
68	ri.ues.edu.sv Fuente de Internet	<1%
69	www.tlahui.com Fuente de Internet	<1%
70	Alfonso Gutiérrez-Martín, Alba Torrego-González, Miguel Vicente-Mariño. "Media education with the monetization of YouTube: the loss of truth as an exchange value / Educación mediática frente a la monetización en YouTube: la pérdida de la verdad como valor de cambio", Cultura y Educación, 2019 Publicación	<1%
71	marialejandraparra.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
72	prod.cn.penguin.com Fuente de Internet	<1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

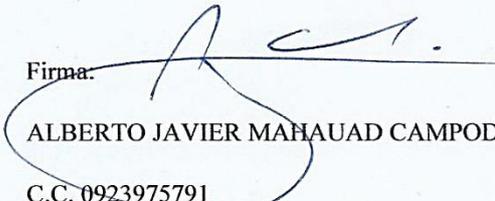
Apagado

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

El estudiante egresado ALBERTO JAVIER MAHAUAD CAMPODÓNICO, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, DIVULGACIÓN INFORMATIVA A TRAVÉS DE FUENTES EXCLUSIVAS EN PLATAFORMAS Y SERVICIOS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, corresponde totalmente a el suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Firma:



ALBERTO JAVIER MAHAUAD CAMPODÓNICO

C.C. 0923975791

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación DIVULGACIÓN INFORMATIVA A TRAVÉS DE FUENTES EXCLUSIVAS EN PLATAFORMAS Y SERVICIOS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: DIVULGACIÓN INFORMATIVA A TRAVÉS DE FUENTES EXCLUSIVAS EN PLATAFORMAS Y SERVICIOS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, presentado por el estudiante ALBERTO JAVIER MAHAUAD CAMPODÓNICO como requisito previo, para optar al Título de LICENCIADO EN PERIODISMO, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

  
JOHNNY IGNACIO ALVARADO DOMÍNGUEZ

C.C. 0915309496

## **AGRADECIMIENTO**

A todos quienes voluntariosamente participaron de este proceso.

## **DEDICATORIA**

A todos a quienes tengo el privilegio de poder llamar 'familia'.

## RESUMEN

El presente trabajo plantea que el periodismo contemporáneo, repartido en una multiplicidad de nichos de mercado, al servicio de intereses comerciales como forma de supervivencia económica, y operando en una sociedad políticamente polarizada y enajenada tecnológicamente de la realidad, ha promovido la creación y difusión de ‘noticias’ falsas en redes sociales y servicios de mensajería instantánea que degeneran incluso en instancias de agresión grupal, subvirtiendo así el debate democrático, y toda vez evitando la regulación amparándose en el ideal de la libertad de expresión. Se utiliza la investigación de campo cualitativa, de carácter exploratorio, enfocado en el estudio del caso de los linchamientos en Posorja, registrados el 16 de octubre de 2018, para construir un paradigma comunicativo del periodismo contemporáneo local.

**Palabras clave:** medios de comunicación de masas, educación sobre medios de comunicación, psicología de la comunicación, opinión pública, persuasión

## ABSTRACT

This research claims that modern journalism, dispersed throughout a fragmented media market, abiding by commercial interests as a form of economic survival, and operating within a politically polarized and technologically alienated society, has encouraged the production and eased the spread of fake news in social media and instant messaging services, fake news which in turn spawn into instances of group aggression, undermining in this way democratic debate, and all the same avoiding regulation by finding refuge under the ideal of free speech. Qualitative field research is used to explore the case of the ‘Posorja lynching’—which took place in the afternoon of October 16, 2018—and to build a communicational paradigm of local contemporary journalism around this case.

**Keywords:** mass media, media education, communication psychology, public opinion, persuasion

# TABLA DE CONTENIDOS

<b>PORTADA</b> .....	i
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	2
<b>1.1 Tema</b> .....	2
<b>1.2 Título</b> .....	2
<b>1.3 Planteamiento del problema</b> .....	2
<b>1.4 Formulación del problema</b> .....	3
<b>1.5 Sistematización del problema</b> .....	3
<b>1.6 Objetivos de la investigación</b> .....	4
1.6.1 Objetivos generales.....	4
1.6.2 Objetivos específicos .....	4
<b>1.7 Justificación de la investigación</b> .....	4
<b>1.8 Delimitación o alcance de la investigación</b> .....	5
<b>1.9 Hipótesis de la investigación o ideas a defender</b> .....	5
<b>1.10 Línea de Investigación Institucional   Facultad</b> .....	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	6
<b>2.1 Marco teórico</b> .....	6
2.1.1 Auge y declive del periodismo moderno .....	7
2.1.2 El internet, medios digitales, y convergencia mediática .....	10
2.1.3 La cultura del periodismo: objetividad e imparcialidad.....	12
2.1.4 Teorías de conspiración y discursos populistas .....	13
2.1.5 Información, mala información, y desinformación.....	14
2.1.6 Fake News.....	16
2.1.7 La sociedad posverdad.....	20
2.1.8 ‘Homo credulus’ .....	22
2.1.9 Psicología del rumor .....	24
2.1.10 Psicología de la agresión grupal.....	29
2.1.11 Comunicación de crisis .....	33
<b>2.2 Marco Legal</b> .....	34
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
<b>3.1 Metodología</b> .....	37
<b>3.2 Tipo de investigación</b> .....	37

<b>3.3 Enfoque</b> .....	37
<b>3.4 Técnica e instrumentos</b> .....	38
<b>3.5 Población</b> .....	38
<b>3.6 Muestra</b> .....	39
3.6.1 Unidades seleccionadas.....	39
3.6.2 Perfil de los comunicadores seleccionados.....	40
<b>3.7 Conceptualización &amp; Operacionalización</b> .....	42
3.7.1 Actores inmediatos.....	43
3.7.2 Periodistas digitales.....	43
<b>3.8 Discusión general de los resultados de los instrumentos y técnicas aplicadas</b> .....	46
CAPÍTULO IV: INFORME FINAL.....	50
<b>4.1 De los periodistas</b> .....	50
4.1.1 De los falsos rumores como noticias.....	50
4.1.2 De los ‘paramedios’.....	56
4.1.3 De los desmentidos.....	58
<b>4.2 De la crisis de credibilidad</b> .....	59
4.2.1 De las opiniones.....	59
4.2.2 De los periodistas en redes.....	62
4.2.3 De la falta de transparencia.....	64
<b>4.3 De los ciudadanos</b> .....	66
CONCLUSIONES.....	69
RECOMENDACIONES.....	71
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	72
ANEXOS.....	84
<b>Figura 1</b> .....	85
<b>Figura 2</b> .....	86
<b>Figura 3</b> .....	87
<b>Figura 4</b> .....	88
<b>Figura 5</b> .....	89
<b>Figura 6</b> .....	90
<b>Figura 7</b> .....	91
<b>Figura 8</b> .....	92

## INTRODUCCIÓN

¿Son los periodistas responsables de asesinato? Si un pueblo de pescadores, a plena luz del día, arrastra a tres seres humanos a la calle para matarlos a golpes, ¿tienen los periodistas sangre en las manos? ¿Es acaso posible que el origen de un acto de esta naturaleza sea un analista de inteligencia sentado detrás de un escritorio a miles de kilómetros de distancia desde un sitio tan remoto como Rusia? ¿Es posible que una sola persona, valiéndose de recursos digitales como los medios sociales o el internet, consiga manipular a toda una comunidad de periodistas profesionales para que repitan un falso rumor hasta el cansancio? ¿Es acaso posible que lo ocurrido en Posorja la tarde del 16 de octubre de 2018 sea una consecuencia tangible de la sociedad posverdad en la que el mundo ha entrado?

Ciertamente, todo lo anterior parece exagerado. Y, puede que en gran medida lo sea. Sin embargo, las preguntas obedecen a problemas reales. Y, el presente trabajo de investigación—utilizando como caso de estudio los linchamientos en Posorja, parroquia rural de Guayaquil—busca explorar las problemáticas que moldearon este fenómeno social, con particular énfasis en el rol que los periodistas ejercieron en la propagación de los falsos rumores que dieron origen a los disturbios aquella tarde, disturbios que terminaron con la muerte de tres personas. Igualmente, la presente investigación busca analizar las características que el periodismo contemporáneo del siglo XXI, con las herramientas que lo gobiernan o los modelos de negocio que lo sostienen, tiene en relación con el periodismo practicado antaño, durante el siglo XX. Sin embargo, como los fenómenos sociales no ocurren en un vacío de causas, parte del esfuerzo se enfoca por reconstruir no solamente los hechos, sino por reconstruir el contexto social, económico, o histórico, en el cual se desarrollaron estos hechos. Y, en analizar el estado del arte en relación con los paradigmas preexistentes que permitan explicar o dar forma a un fenómeno de esta naturaleza.

Posverdad no es un desierto apocalíptico. Pero, posverdad tampoco es una idea que solamente exista en la mente de los intelectuales de países desarrollados. Es algo real, es algo tangible. Es algo capaz de subvertir naciones, socavar democracias, o promover escenarios de agresión grupal a escalas inimaginables. Y, en el centro de este fenómeno yacen los periodistas. No porque así lo quisieran sino porque las circunstancias así lo han determinado. Explorar este fenómeno es un primer paso indispensable en el proceso de encontrar soluciones a los inminentes desafíos que esta problemática traerá consigo.

# CAPÍTULO I

## DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1 Tema

Divulgación informativa a través de fuentes exclusivas en plataformas y servicios de mensajería instantánea.

### 1.2 Título

Divulgación informativa a través de fuentes exclusivas en plataformas y servicios de mensajería instantánea.

### 1.3 Planteamiento del problema

Sostener un periódico en las manos es una práctica completamente ajena para tantas personas en nuestros días. Ni siquiera los estudiantes de periodismo suelen consumir noticias de diarios impresos. Ellos se mantienen al tanto de lo que pasa en el mundo con las publicaciones que aparecen en sus muros de Facebook, Instagram, o Twitter. Y las fuentes de aquellas noticias no siempre son medios de comunicación de prestigio o de credibilidad comprobada. Con demasiada frecuencia las ‘noticias’ que se comparten resultan ser falsas; rumores malintencionados que se propagan por redes sociales o por servicios de mensajería instantánea. Para un comunicador nacido en el siglo pasado, esta descripción parecería la escena de un libro de ciencia ficción, una experiencia completamente surreal. Sin embargo, este es el estado actual de las cosas.

Esta realidad ha dado paso a la llamada era posverdad, una sociedad caracterizada por el discurso populista polarizador, donde los argumentos racionales o comprobables son menos importantes que los sentimientos; donde todo tiene un sesgo político, hasta los medios de comunicación. Creemos o consumimos las noticias que concuerdan con nuestras ideologías políticas o formas de pensar. Y, descartamos el resto como falsas. En este contexto, los medios de comunicación tradicionales, predominantes en el siglo XX, empiezan a colapsar ante la competencia que presuponen las noticias inmediatas, no verificadas, gratuitas, y personalizadas según el gusto de quien las consume. Y, con el colapso de estas instituciones, también sucumben los valores deontológicos que gobernaron el ejercicio del periodismo durante más de cien años.

Sin embargo, mientras muchos periódicos emblemáticos detienen sus rotativas tras caer en bancarrota, otros muchos emprendimientos encuentran fama y fortuna. Y es que publicar noticias falsas o tendenciosas, aparentemente resulta buen negocio. Así, los modelos rentables del periodismo se reorientan hacia el entretenimiento o la desinformación, alejándose cada vez más de la objetividad o la búsqueda de la verdad que los caracterizaba. Lo que importa son los clics, al margen del estímulo que los genera. Y, esta realidad, aparte de sus consecuencias políticas o la amenaza que supone para la democracia, también produce consecuencias mucho más cercanas e inmediatas en la forma de violencia o agresiones grupales o de la disrupción del orden social.

Por ejemplo, ¿qué pasaría si, de repente, recibes la noticia de que trataron de robarse a los hijos de tu vecina? Y, que los secuestradores se encuentran ahí, en el UPC del vecindario. Pero a los policías ya les pagaron y por eso los protegen. Y que ya arreglaron con el juez y los van a soltar. Y que uno de los niños acaba de morir a causa de las heridas sostenidas durante el secuestro. Pero que igual los van a soltar. Y que tu hijo puede ser el siguiente. Estos fueron los rumores que circularon por redes sociales y servicios de mensajería instantánea, el 16 de octubre de 2018, en la parroquia rural de Posorja. Tres seres humanos fueron linchados, el UPC fue destruido, cinco motos policiales incendiadas, once personas sentenciadas a prisión por los disturbios. Y todos los rumores resultaron ser falsos.

#### **1.4 Formulación del problema**

- ¿De qué forma el periodismo contemporáneo ha promovido la creación y difusión de noticias falsas en redes sociales y servicios de mensajería instantánea y cómo se puede regular este ejercicio comunicativo sin afectar la libre expresión?

#### **1.5 Sistematización del problema**

- ¿Cuáles son las características del periodismo contemporáneo?
- ¿Cuáles son los antecedentes históricos que ilustran los cambios en los sistemas de valores dentro del ejercicio periodístico?
- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos que explican el fenómeno comunicativo que resulta del uso de nuevas tecnologías de información para la difusión de noticias?
- ¿De qué forma el periodismo contemporáneo manifiesta los valores de una sociedad posverdad?
- ¿Cuáles son las consecuencias, positivas o negativas, de la falta de regulación al flujo comunicativo en redes sociales y servicios de mensajería instantánea?

## **1.6 Objetivos de la investigación**

### **1.6.1 Objetivos generales**

Determinar la forma en que el periodismo contemporáneo ha promovido la creación y difusión de noticias falsas en redes sociales y servicios de mensajería instantánea y cómo se puede regular este ejercicio comunicativo sin afectar la libre expresión.

### **1.6.2 Objetivos específicos**

- Establecer las características del periodismo contemporáneo.
- Identificar los antecedentes históricos que ilustran los cambios en los sistemas de valores dentro del ejercicio periodístico.
- Explicar los fundamentos teóricos que ilustran el fenómeno comunicativo que resulta del uso de nuevas tecnologías de información para la difusión de noticias.
- Dilucidar la forma en que el periodismo contemporáneo manifiesta los valores de una sociedad posverdad.
- Estimar las consecuencias, positivas o negativas, de la falta de regulación al flujo comunicativo en redes sociales y servicios de mensajería instantánea.

## **1.7 Justificación de la investigación**

“¿Qué nuevas formas adoptarán los medios de comunicación del futuro?”, solía ser la pregunta que debatían los editores de periódicos o los presidentes de noticias en estaciones de radio o televisión frente a la nueva realidad que presuponían las innovaciones en tecnologías de información y comunicación. Los medios digitales permitían a cualquiera competir con los medios tradicionales al reducir significativamente el capital necesario para empezar un medio de comunicación: ya no era necesario contar con costosos equipos de telecomunicación ni con enormes imprentas. En un esfuerzo por mantenerse rentables, muchos medios empezaron a recortar su personal para reducir costos. Otros optaron por migrar sus ediciones a medios digitales únicamente. Y otros tantos cerraron sus puertas al caer en bancarrota. Sin embargo, la crisis no ha terminado para los medios de comunicación que aún quedan. Y, muchos siguen esperando que alguien descubra la fórmula que permita al periodismo del siglo XX regresar a ser la rentable industria que antes era.

Pero esos días han quedado en el pasado. Las nuevas formas del periodismo ya están vigentes. Y el resultado no ha sido lo que muchos esperaban. El problema parte de la premisa sobre la que muchos construían sus pronósticos del futuro: considerar el periodismo como un

oficio basado en principios de neutralidad o apego a la verdad. Cuando, en realidad, esa característica del periodismo surgió como una estrategia de mercadeo que respondía a las circunstancias tecnológicas e históricas de la era industrial. Así, el periodismo de inicios del siglo XXI es tendencioso. Personalizado de acuerdo con los gustos del consumidor. Selectivo con respecto a los datos que se muestran en favor de la postura que se defiende. Y esta nueva realidad trae consigo un sinnúmero de consecuencias globales. Desde interferencias en el proceso de elecciones democráticas, hasta instancias de violencia grupal a gran escala. Por ello, explorar esta nueva realidad desde el contexto local es fundamental para actualizar nuestras concepciones acerca del ejercicio del periodismo y para comprender las nuevas problemáticas que estas formas de comunicación propician en nuestra sociedad.

### **1.8 Delimitación o alcance de la investigación**

Área: Comunicación Digital

Campo: Periodismo Digital | Medios Sociales

Lugar de Investigación: Santiago de Guayaquil

Parroquia: Parroquia rural de Posorja

Temporalidad: octubre 2019 – marzo 2020

Población: Periodistas digitales, actores sociales en caso Posorja

### **1.9 Hipótesis de la investigación o ideas a defender**

El periodismo contemporáneo, repartido en una multiplicidad de nichos de mercado, al servicio de intereses comerciales como forma de supervivencia económica, y operando en una sociedad políticamente polarizada y enajenada tecnológicamente de la realidad, ha promovido la creación y difusión de ‘noticias’ falsas en redes sociales y servicios de mensajería instantánea que degeneran incluso en instancias de agresión grupal, subvirtiendo así el debate democrático, y toda vez evitando la regulación amparándose en el ideal de la libertad de expresión.

### **1.10 Línea de Investigación Institucional | Facultad.**

Línea institucional: Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación.

Dominio: Cohesión social y fortalecimiento de la institucionalidad democrática.

Línea de facultad: Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Marco teórico

El martes 16 de octubre de 2018, a las 15h24, la edición digital de Diario EL UNIVERSO inició la cobertura de los sucesos que se desarrollaban en ese momento en la ciudad de Posorja. La última actualización registrada, a las 22h30, daba cuenta del desenlace:

De repente, un pequeño puerto pesquero, donde muchos se conocen, se convierte en el epicentro de un linchamiento. A plena luz del día, ciudadanos ordinarios—no delincuentes—atacan un retén policial, desafían a la autoridad constituida, para salvajemente asesinar a tres personas acusadas de robar 200 USD. Ellos pensaban que los detenidos eran ‘robaniños’. Asignaron más legitimidad a la nota de voz anónima que recibieron vía Whatsapp que a la palabra de las autoridades constituidas que desmentían el rumor.

Y, desafortunadamente, no se trata de un hecho aislado sino de una tendencia. El 15 de julio de 2017, una multitud incendió un cuartel policial en la ciudad de Quevedo mientras intentaban linchar a otro supuesto ‘robaniños’ (“El rumor de un secuestro”, 2017). En aquella ocasión, las autoridades lograron evacuar al acusado. Días después, circularon rumores de secuestros de menores en Portoviejo y Calceta. Giovanni Ponce, entonces jefe de policía de la subzona de Manabí, tuvo que desmentir estos rumores que fueron incluso difundidos como noticias (“Policía indaga rumor”, 2017). En la ciudad de Cuenca, pocas semanas antes del linchamiento en Posorja, moradores incendiaron el vehículo de otro acusado de ‘robar niños’ (“Queman carro y casi linchan”, 2018). En todos estos casos, documentados por *eluniverso.com*, los falsos rumores se propagaron por redes sociales y servicios de mensajería instantánea.

Pero estos sucesos reflejan una realidad comunicativa aún mayor y significativamente más preocupante. La propagación de falsos rumores no ocurre solamente en Ecuador ni tiene que ver exclusivamente con el secuestro de menores. Se trata de una tendencia mundial que ha logrado influenciar el resultado de elecciones democráticas y socavar la confianza en los medios de comunicación tradicionales. Dentro del contexto de este fenómeno, y utilizando como paradigma el linchamiento de Posorja, el presente marco teórico busca explorar el estado del arte en relación con la propagación de rumores o noticias falsas, particularmente desde la perspectiva de los comunicadores y de su ejercicio profesional.

### **2.1.1 Auge y declive del periodismo moderno**

El artículo de la edición digital de diario EL UNIVERSO, fue publicado el 16 de octubre de 2018, a las 15h24, y fue modificado durante el desarrollo de la noticia, siendo la última actualización a las 22h30. Los diarios solían proteger con celo sus noticias para publicarlas al día siguiente, a manera de primicias, y así vender más. Sin embargo, la cobertura del linchamiento de Posorja fue publicada el mismo día que ocurría, y de manera gratuita, en la edición digital del diario. Y aunque esta inmediatez informativa resulte normal y cotidiana para personas de generaciones recientes, representa, en realidad, un significativo contraste para el modelo de propagación de noticias que durante tanto tiempo existió.

#### ***2.1.1.1 La evolución de la prensa***

Durante miles de años, los seres humanos han compartido historias, rumores, canciones, representaciones, testimonios. Inicialmente, de manera oral, posteriormente, de forma escrita. Sin embargo, el ejercicio del periodismo no equivale a cada una de estas formas de comunicación. Brock (2013, p.7) asegura que el periodismo, como actividad discernible, requiere de una comunidad dentro de la cual desarrollar su actividad y de un medio por el cual circular información y opinión.

En Europa, las condiciones para el surgimiento del periodismo se crearon con la invención y la propagación de la imprenta y el afianzamiento de una clase empresarial cada vez más importante, que requería información como herramienta de comercio. Así fue como, a finales del siglo XVI, los impresores europeos, buscando formas de ampliar sus ganancias, encontraron en la publicación de noticias y anuncios publicitarios un nuevo flujo de ingresos.

Los primeros periódicos parecían libros; la publicación de noticias aún no era posible y el producto resultante era una mezcla de tomos de historia con almanaque. Los impresores combinaban textos de origen diverso: recuentos de batallas luchadas en el exterior, cartas de comerciantes, juicios penales sensacionalistas o ejecuciones, catástrofes naturales, e historias de monstruos marinos. Corroborar la veracidad de la información no era una prioridad, sino encontrar material suficiente para vender estas publicaciones que aparecían de forma anual o semestral. Posteriormente, según se incrementaba la demanda, estas publicaciones fueron apareciendo de manera más regular y con información más reciente.

A finales del siglo XVII, la clase gobernante comenzó a prestar más atención al flujo de información a medida que distintas publicaciones empezaban a ejercer presiones sociales.

Ideas políticas o religiosas se propagaban rápidamente. Los rumores y las primicias empezaban a despertar el interés de las masas. Y, los impresores empezaban a marcar estilos cada vez más distintos y desarrollados en torno a sus publicaciones. La cantidad de información que circulaba dio paso a la figura del editor, quien daba forma y ordenaba este material a manera de rompecabezas por medio de un hilo narrativo o conductor.

Al otro lado del océano, en Norteamérica, el porcentaje de alfabetización crecía a medida que las colonias eran pobladas por granjeros protestantes que habían aprendido a leer la Biblia, lo cual favorecía el surgimiento de periódicos. En un territorio vasto y disgregado, los medios de comunicación se convirtieron en una forma de cohesión social. Tocqueville (según cita Brock, 2013, p.22), afirma que ‘el periódico los ha juntado, y el periódico es necesario para mantenerlos unidos’. Comunidades aisladas y colonias distantes empiezan a reconocerse como una nación unida por intereses comunes. Así, cuando la constitución fue redactada y la primera enmienda incorporada, la libertad de prensa fue expresamente protegida.

La guerra de independencia de los Estados Unidos, la Revolución francesa, y otros eventos traumáticos en la historia europea, estimularon aún más la demanda de la gente por estar al tanto de lo que ocurría alrededor del mundo en materia de política y comercio. Ahora, había un énfasis mucho más marcado por incluir noticias recientes según ocurrían y las ideas que circulaban. A la vez, el surgimiento de servicios postales, redes de caminos y carreteras, nuevos centros educativos, y una creciente clase comercial, estimularon el desarrollo y alcance del periodismo durante el siglo XVIII.

Pero el verdadero auge de la prensa llegó con la era industrial y el mercado de masas, durante la segunda mitad del siglo XIX. Mejoras tecnológicas abarataron los costos de impresión, permitiendo masificar la distribución de noticias lo cual permitió satisfacer la demanda de una creciente clase media letrada. Durante este periodo, la ciudad de Nueva York se convirtió en el epicentro del ejercicio periodístico. Cinco periódicos se crearon durante este tiempo, y las técnicas y estilos que desarrollaron llegarían a dominar el ejercicio profesional hasta la actualidad.

### ***2.1.1.2 Modelos del periodismo impreso moderno***

Benjamin Day con su periódico The Sun junto a James Gordon Bennett y su Morning Herald protagonizaron la era de los ‘penny papers’ o periódicos de centavo. Estos matutinos fueron los primeros en apelar al mercado de masas y en poner énfasis en la publicidad no

partisana para lograrlo. Así, estos diarios fueron los primeros en separar los artículos de opinión del resto de noticias y en no discriminar el tipo de publicidad que se pautaba. No importaba si se trataba de publicitar una subasta de esclavos o de promocionar servicios como el aborto, los periódicos de centavo adoptaron una postura neutral y consideraban las publicidades como un producto noticioso, algo de lo que el lector tenía derecho de estar informado (Campbell, Martin, & Fabos, 2016, p.275).

Décadas más tarde, otros dos periódicos neoyorkinos dejarían su marca en la historia del periodismo: el New York World de Joseph Pulitzer, y el New York Journal de William Hearst. Esta fue la llamada era del periodismo amarillista o sensacionalista. Estos diarios fueron los primeros en exagerar los aspectos dramáticos o sensacionales de las historias que cubrían con un particular énfasis en las vidas de las celebridades, los crímenes, los desastres, y los escándalos. Sin embargo, estos matutinos también se convirtieron en los campeones del pueblo al publicar historias de interés humano y los primeros reportajes de periodismo investigativo que exponían situaciones de injusticia social o de corrupción y, en muchos casos, lograban cambios en favor de los más desposeídos.

Durante el transcurso del siglo XIX, los periódicos que parecían no mostrar favoritismo por distintas corrientes ideológicas o políticas apelaban a una base de lectores cada vez más amplia y diversa. Adicionalmente, innovaciones tecnológicas como el telégrafo y alianzas periodísticas como Associated Press permitían llegar a un público más distante. Para satisfacer a todos los clientes, lectores, y el amplio espectro de perspectivas políticas, los periódicos empezaron a favorecer una actitud más imparcial. Aunque imposible de alcanzar (el periodismo es, después de todo, una práctica literaria, no una ciencia), la objetividad se convirtió de esta manera en el ideal de la prensa moderna (Campbell et al, 2016, p.279).

Así, el ideal de un modelo de noticias imparcial, o puramente informativo, fue la inspiración detrás del New York Times. A diferencia de los demás periódicos de la época que se enfocaban en exagerar historias o dramatizar eventos, el Times buscaba publicar ‘sólo los hechos’. Y, lo hacía organizando sus noticias según el modelo de la ‘pirámide invertida’, presentando la información más importante al inicio, de manera puntual, sin adverbios o adjetivos, de la misma forma que se lo hace en el presente.

Bajo la influencia de la objetividad, sin embargo, el periodismo moderno había minimizado un rol característico de la incipiente prensa partisana: ofrecer análisis e interpretación de los hechos. Por ello, a inicios del siglo XX, a medida que el mundo se

tornaba cada vez más complejo, algunos diarios empezaron a redescubrir la función analítica de la prensa. El resultado fue el periodismo interpretativo, el cual apunta a explicar problemáticas o situaciones fundamentales, contextualizándolas desde perspectivas sociales, económicas, culturales, históricas.

Durante el transcurso del siglo XX, el desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación permitió que las noticias fueran transmitidas por medios distintos al papel. La radio y, posteriormente, la televisión, pusieron fin al monopolio informativo de la imprenta. Y, aunque durante muchos años los periódicos fueron capaces de competir con la inmediatez que ofrecían estas nuevas tecnologías de información y comunicación, fue el inicio del declive para el modelo de negocios de la prensa. Un declive que alcanzó su punto más crítico con el advenimiento de la era digital.

### **2.1.2 El internet, medios digitales, y convergencia mediática**

A mediados del siglo XX, el Departamento de Defensa norteamericano buscaba continuar desarrollando las computadoras, máquinas que habían logrado un rol protagónico en la desciframiento de comunicaciones enemigas durante la Segunda Guerra Mundial. Estas computadoras eran enormes, del tamaño de una habitación, e inherentemente costosas, por lo que había solamente unas pocas en todo el país. Para maximizar el uso que investigadores podían darles, idearon un sistema de acceso remoto. Así, desde cualquier parte del territorio, era posible acceder a estas computadoras.

Esta red, que años más tarde se llamaría internet, se convertiría en la nueva ‘supercarretera de la información’. Así, a finales del siglo XX, el New York Times anunciaba (según cita Campbell et al, 2016, p.46), lo sencillo que resultaba recibir correos instantáneos desde un lugar tan distante como las Islas Galápagos, en medio del Pacífico Sur. La comunicación digital permitía convertir textos, imágenes, o sonidos, en señales electrónicas representadas por números binarios (o dígitos) que viajaban a la velocidad de la luz por cables de fibra óptica a cualquier lugar del planeta.

Ahora, ya no era necesario utilizar un medio de comunicación con una franja del espectro electromagnético asignada ni grandes antenas o equipos de telecomunicación para transmitir imágenes y sonidos. Tampoco era necesaria una gran imprenta para producir diarios que logran una circulación masiva.

La era digital dio paso a la convergencia mediática. En el internet se podía encontrar noticias, música, películas, libros, juegos. Inicialmente, era necesario poseer una computadora de escritorio. Pero, luego, aparecieron las computadoras portátiles, y, posteriormente, los teléfonos inteligentes y tabletas. La convergencia mediática permitió el acceso a cualquier contenido, desde cualquier parte.

A inicios del siglo XXI, nuevas herramientas empezaban a permear esta nueva cultura digital. Sistemas de mensajería instantánea, redes sociales, y sitios colaborativos cambiaron la forma de entender el internet: donde antes el usuario era un mero espectador, consumidor de contenido, ahora era el protagonista de sus propias historias, alguien con la capacidad de alterar aquella realidad virtual con la que interactuaba. Los medios sociales reemplazaron así el modelo impuesto por los medios de comunicación tradicionales: en lugar de ser un emisor para muchos receptores, ahora tenemos muchos emisores para muchos receptores.

La era digital indudablemente involucra cambios para los medios de comunicación tradicionales; trae consigo desafíos, pero también oportunidades. Para los periódicos, los medios digitales representan una forma de competir con la inmediatez informativa de la televisión o de la radio. Así, el universo.com pudo ofrecer una cobertura inmediata de los sucesos en Posorja en lugar de esperar al día siguiente para publicar su información. Sin embargo, la monetización de los servicios que se ofrecen continúa siendo un problema. Pocos usuarios pagan por una suscripción a un servicio de noticias por internet. Y, aunque los diarios ahora pautan publicidad en sus ediciones digitales, la mayor parte de sus ingresos proviene de la publicidad impresa. De acuerdo con información del Newspaper Association of America (según cita Campbell et al, 2016, p.299), menos del 10% de ingresos de un diario tradicional proviene de la publicidad en medios digitales.

Frente a este problema de rentabilidad, Batsell (2015) explica que la mejor estrategia para un medio digital es involucrar emocionalmente a la audiencia, haciéndolos sentir que son parte del proceso de generación de contenido, que son coautores de la noticia que consumen. Por ejemplo, el público podría no estar dispuesto a ‘gastar’ 10 USD mensuales para suscribirse a un medio digital. Pero, quizás a ese mismo público no le molestaría pagar 20 USD de admisión si los invitas a tomarse una cerveza mientras observan la entrevista en vivo a un ex presidente de la República. Así, ‘enganchar’ emocionalmente con la audiencia involucra organizar encuentros cara-a-cara (eventos, festivales, conversatorios); utilizar las redes sociales para generar discusión, impulsar esfuerzos colaborativos, forjar un sentido de

comunidad; o valerse de herramientas tecnológicas para apuntar a las audiencias específicas que componen la base de suscriptores, reportando lo que ocurre en sus barrios geográficos o abordando temáticas que sean importantes para ellos.

Desafortunadamente, existe otra forma, también rentable, aunque perniciosa, de ‘enganchar’ emocionalmente con las audiencias: el ‘periodismo de aseveración’.

### **2.1.3 La cultura del periodismo: objetividad e imparcialidad**

La objetividad e imparcialidad, como valores fundamentales del periodismo surgieron como una estrategia de mercadeo de publicaciones que buscaban alcanzar una amplia base de lectores. Jon Katz (según cita Campbell et al, 2016, p.481) afirma que a finales del siglo XIX los periodistas mutaron de comentaristas tendenciosos a reporteros imparciales para apelar al mercado de masas, antagonizando a la menor cantidad de lectores. Y, esta economía de escala era posible porque la cantidad de competidores era limitada. Esto se debía no sólo a lo costoso que resultaba montar una gran rotativa o una estación de telecomunicación con grandes antenas, sino también a lo finito del espectro electromagnético.

Pero, todo esto cambió con la llegada de la televisión por cable y, posteriormente, del internet. El mercado de medios era ahora capaz de ofrecer un sinnúmero de opciones para los consumidores. Así, a finales del siglo XX, se popularizaron los canales de deportes, de cocina, de naturaleza, de historia, de decoración... Y, también, se popularizaron los canales de noticias. La antigua masa se transformó en pequeños nichos con audiencias que buscan satisfacer intereses particulares. Y, en un mundo fragmentado, apelar a una audiencia diversa ya no tiene sentido económico. Campbell et al (2016, p.482) aseguran que, para sobrevivir, las agencias de noticias deben cultivar los grupos de interés dentro de su audiencia.

Siguiendo el ejemplo de emprendimientos periodísticos del siglo XVIII, las cadenas de noticias descubrieron que la parcialidad puede llegar a ser un buen negocio. Así, el consumidor ahora puede escoger un canal o portal que presente las noticias desde la perspectiva política de su agrado. En este mercado vemos un declive en el modelo neutral del periodismo que promovía la recolección de datos, documentos, y opiniones expertas, y mantenía la ‘objetividad’ como el ideal para la práctica profesional. En su lugar, vemos el surgimiento del ‘periodismo de aseveración’ (Kovach & Rosentiel según citan Campbell et al, 2016, p.482), caracterizado por comentaristas tendenciosos para quienes resulta más importante decir lo que el público quiere escuchar que reportar los hechos o la verdad.

Esto se refleja en el consumo de medios. En Estados Unidos, por ejemplo, los republicanos suelen escoger la cadena Fox News mientras que los demócratas prefieren CNN (Iyengar and Hahn según cita Hendricks & Vestergaard, 2019, p.81). Es desagradable no estar en lo correcto o que los hechos no sustenten lo que queremos que sea. Festinger (según citan Hendricks et al, 2019, p.80) define como ‘disonancia cognitiva’ el estado mental que resulta de recibir información objetiva que no encaja o que contradice nuestras opiniones.

Una forma sencilla de lograr siempre estar en lo correcto es decidir en lo que escogemos enfocar nuestra atención, seleccionando la información que concuerda con nuestras opiniones o descartando la información contraria a lo que queremos escuchar o creer. Este proceso se conoce como ‘razonamiento motivado’ (Hendricks et al, 2019, p.81). Stephen Colbert, presentador del programa satírico de noticias The Colbert Report, en cambio, propuso el concepto de ‘truthiness’ para referirse a la verdad que uno ‘siente en las tripas’ y no aquella que proviene de los hechos (Schlossberg, según cita Hendricks et al, 2019, p.79). Cuando este proceso de moldear la realidad a nuestra conveniencia se exagera en el contexto de una sociedad políticamente polarizada, el resultado es una actitud paranoica o conspiratoria con respecto a lo que es real.

#### **2.1.4 Teorías de conspiración y discursos populistas**

Una convicción conspirativa se puede definir como la creencia de que una organización compuesta de individuos o grupos, traman y actúan en secreto para alcanzar un objetivo específico, que suele ser perverso.

Según Barkun (según cita Hendricks et al, 2019, p.95), tres principios son característicos del pensamiento conspirativo. Primero, todo ocurre por una razón, nada ocurre de manera fortuita. Segundo, todo se conecta, todo encuentra una explicación dentro del gran contexto de las cosas. No importa si la información parece contradecir lo que se piensa, todo encuentra una explicación, todo eventualmente encaja sin importar cuan implausible o improbable sea. El mundo se simplifica, se reduce a lo absoluto: bueno-perverso, ellos-nosotros. Tercero, nada es lo que parece y la versión oficial de los hechos es definitivamente falsa. Esta clase de pensamiento inherentemente conduce a desconfiar de los organismos encargados de producir o certificar el conocimiento: instituciones académicas o científicas, medios de comunicación, aparatos gubernamentales.

Así, es posible refutar todo hecho comprobable o evidencia científica: seguramente fue falsificado o manufacturado por organismos que son parte de aquella gran conspiración.

Son los medios de comunicación corruptos, la partidocracia, la oligarquía, o la bancocracia, son los ricos, son los pelucones, son los imperialistas, son los americanos, contra nosotros, contra el pueblo, contra los pobres, los trabajadores... Según Hendricks et al (2019, p.86), esta narrativa ‘ellos contra nosotros’ es característica de los gobiernos populistas de derecha o de izquierda: los simpatizantes de Trump en Estados Unidos, los instigadores del Brexit en Reino Unido, o los seguidores de Chávez y Maduro en Venezuela. Los populistas se identifican con el pueblo. Cualquiera que disienta con ellos no es parte del pueblo, está en contra del pueblo, es parte de los ‘otros’.

El discurso populista contiene una narrativa fácil de popularizar: es simple y directa, contiene héroes y villanos, y despierta pasiones; por ejemplo, provocan enojo o indignación. Hendricks et al (2019, p.88) explican que este tipo de emociones son movilizadoras, por lo que empujan al interlocutor a tomar acción así sea en la forma de un ‘retweet’ o ‘share’ en redes sociales. Aunque la información contenida refleje de manera parcial o imprecisa la realidad, estas historias tienden a viralizarse.

### **2.1.5 Información, mala información, y desinformación**

Existen diferencias entre estar informado, estar mal informado, y estar desinformado. Estar informado involucra poseer información factual precisa acerca de un sujeto o de un tema. No estar informado sobre algún tema no es lo mismo que estar mal informado o desinformado. Al reconocer nuestro desconocimiento podemos abstenernos de emitir juicios o de desarrollar criterios. Estar mal informado, en cambio, involucra poseer datos o premisas falsas sobre las cuales construir nuestro análisis o sobre las cuales tomar decisiones. Mal informamos cuando compartimos información falsa de forma no intencional, es decir, la compartimos sin saber que es falsa. Cuando este acto es intencional o deliberado, sin embargo, estamos desinformando. El Diccionario de la Real Academia de la lengua española define así desinformar como el acto de “dar información intencionadamente manipulada al servicio de ciertos fines” (“Desinformar”, 2019).

Hendricks et al (2019, p.54) explican que la mala información no suele ser completamente falsa. Para lograr su encargo de engañar al público, la mala información no debe revelar fácilmente su origen fraudulento. Debe parecer confiable. Por lo general, es información real mezclada con algo incierto, confuso, no documentado, y esto mezclado a su vez con algo completamente falso. Por ello, desmentir estos compuestos resulta complejo dado que contienen elementos aparentemente reales. Estas características facilitan la

asimilación por parte del receptor, quien integra esta información adulterada a su proceso de tomar decisiones o formar juicios de valor. Cuando la desinformación triunfa, las decisiones de los electores o de los actores políticos no se toman en base a lo que realmente es sino a lo que han sido inducidos a creer.

La mala información se consigue de muchas formas. Para muchos periodistas, por ejemplo, encontrar el equilibrio en un reportaje significa presentar todas las perspectivas de una problemática sin favorecer a ninguna de las partes. Sin embargo, este ideal siempre ha sido difícil de alcanzar. Limitaciones de tiempo o espacio dificultan esta labor. Por ello, Campbell et al (2019, p.494) explican que, en la práctica, los periodistas se conforman con mostrar ‘las dos caras de la moneda’, reduciendo la realidad a dos extremos contrapuestos. Así, en nombre de la objetividad periodística, un reportero puede distorsionar la realidad al contraponer el testimonio de un científico de la NASA con el de alguien que afirma que la tierra es plana, como si estas dos opiniones gozaran del mismo peso o credibilidad.

Otro ejemplo de manipulación consiste en que, luego de reducir una situación a dos lados opuestos, se exagere el conflicto con fines sensacionalistas, mostrando sólo la información que sustente la narrativa propuesta, y omitiendo o minimizando toda evidencia o dato que parezca indicar lo contrario. Por ejemplo, un reportaje puede representar a empresarios o empleados como héroes o villanos. Quizás los empresarios sean abnegados ejemplos de cómo se levanta la economía de un país. O, quizás, sean los tiranos que explotan a la pobre clase trabajadora. Similarmente, los empleados pueden ser las víctimas de los abusos de quienes más tienen y menos hacen. O, quizás, sean los ociosos acostumbrados a que todo les den hecho, a expensas de los abnegados empresarios y del gobierno.

Sin embargo, existen formas mucho más destructivas de mala información; por ejemplo, los rumores. Aunque sean desmentidos o su falsedad demostrada con amplio sustento, los rumores tienen una enorme influencia en la percepción del público. Hendricks et al (2019, p.59) encuentran en este fenómeno, en este ‘eco’, la causa por la cual las campañas de desprestigio logran ser tan eficaces. Las falsas acusaciones, aunque sean fácilmente desbancadas, logran sembrar dudas o desconfianza. Así, el objetivo de las mentiras no siempre es persuadir a la audiencia, sino distraer la atención, dominar el discurso. Mientras más mentiras inundan el escenario político, por ejemplo, más difícil es para el electorado o la opinión pública discernir lo cierto de lo falso. El objetivo no siempre es engañar, sino crear caos y desconfianza.

### 2.1.6 Fake News

Un formato que ha demostrado ser altamente eficaz en la difusión de mala información son las noticias falsas, o ‘fake news’. Las noticias falsas se pueden describir como material ficticio que ha sido astutamente manipulado para simular un confiable reporte periodístico que puede ser fácilmente propagado por internet a una gran audiencia dispuesta a creer las historias y a difundir el mensaje (Holan según citan Hendricks et al, 2019, p.63).

Hendricks y Vestergaard (2019) aíslan cuatro razones principales que fomentan la creación y difusión de estos productos seudoperiodísticos: entretenimiento, dinero, publicidad, y poder.

Programas de entretenimiento como The Late Show con Stephen Colbert, The Daily Show con Trevor Noah, o incluso Saturday Night Live (SNL), simulan ser programas noticiosos, pero tienen como objetivo principal la comedia. Aún así, muchos americanos reconocen que se mantienen al tanto de lo que ocurre en el mundo sintonizando estos programas (Campbell et al, 2019, p.503). Otros ejemplos son el portal de noticias satíricas The Onion, The Borowitz Report de la revista New Yorker, o el Universo o el Mercioco en Ecuador. Estos medios claramente identifican su contenido como satírico. Sin embargo, también existen personas, comúnmente etiquetadas como ‘trolls’, que comparten noticias falsas, sin distinguirlas como tal, porque consideran gracioso engañar o confundir a la población (Hendricks et al, 2019, p.64).

Otra poderosa razón para difundir noticias falsas es el dinero. Las noticias falsas funcionan como ‘clickbait’ o carnada: consiguen que los usuarios de internet den clic en los enlaces. Estos enlaces conducen a sitios en internet donde se expenden o promocionan bienes o servicios. Mientras más personas visitan un sitio, mejores probabilidades de incrementar las ventas. Por ello, plataformas como Google o Facebook pagan a quienes desarrollan este tráfico web y lo redireccionan, sin importar si el estímulo que generó el clic fue la difusión de una noticia falsa, por ejemplo.

El concepto de incorporar el formato de una noticia a una publicidad, no obstante, tampoco es reciente. El padre de la publicidad, David Ogilvy (según cita Hendricks et al, 2019, p.66), exhortaba a sus colaboradores a mimetizar las publicidades con los medios en los que se publicaban. De esta forma, el producto promocionado se beneficiaba de la credibilidad de la que gozaba el medio. Cuando una publicidad o un patrocinio no se

presentan explícitamente como tal, pueden catalogarse como noticia falsa, por su carácter tendencioso, aunque las afirmaciones contenidas no lleguen a ser falsas.

Sin embargo, la industria publicitaria o del comercio por internet no inventaron las noticias falsas ni las noticias falsas no son un fenómeno reciente. En 1782, por ejemplo, durante la guerra de Independencia americana, Benjamin Franklin publicó en París un reporte falso denunciando la supuesta masacre de mujeres, niños, campesinos, a manos del ejército británico. La noticia la acompañó de publicidades de la ciudad de Boston, para simular un auténtico extracto noticioso. Su afán era influenciar a la opinión pública europea durante las negociaciones de paz (Berry, según citan Hendricks et al, 2019, p.67-68).

Las noticias falsas como arma política en una guerra de desinformación y propaganda existen desde siempre, explica Soll (según citan Hendricks et al, 2019, p.67). El objetivo siempre ha sido ganar poder político sembrando desconfianza, división interna, y confusión en el lado del oponente, y generando combatividad, lealtad, y apoyo entre los aliados. Las noticias falsas pueden ser una forma poderosa de propaganda en tiempos de conflicto. Así, estrategias de desacreditación, deslegitimación, o incluso deshumanización, pueden ser aplicadas en contra de personas o grupos humanos que se contrapongan a los intereses de quienes instigan estas campañas. La desinformación socava el debate político constructivo y civilizado y conduce al conflicto, la polarización, y al resentimiento social.

Rusia, por ejemplo, ha sido acusada de influenciar, en el 2016, las elecciones que convirtieron a Donald Trump en presidente de Estados Unidos y de favorecer el referendo que determinó la salida de Reino Unido de la Unión Europea (Mariani según citan Hendricks et al, 2019, p.69). La estrategia fue inundar el mercado mediático con noticias falsas, para generar confusión y desconfianza en el electorado. Y dos redes sociales fueron señaladas como sus principales herramientas: Facebook y Twitter.

#### ***2.1.6.1 Facebook y el microtargeting***

Facebook es la red social más grande del mundo con más de dos mil millones de usuarios. A medida que su alcance e influencia crecen desde su creación en el 2004, también así su rol como fuente de información. En Estados Unidos, por ejemplo, alrededor del 45% de adultos se mantienen al tanto de las noticias por medio de Facebook (Pew Research Center según cita PEN America, 2017, p.29). Este porcentaje de consumo de noticias es considerablemente superior al registrado en otras plataformas como Twitter (11%), YouTube (18%), o Instagram (7%).

Sin embargo, la calidad de la información que se comparte en redes sociales ha sido objeto de intenso escrutinio desde las elecciones de 2016 que declararon a Donald Trump presidente de Estados Unidos. La empresa ha sido señalada como una herramienta fundamental en la campaña de desinformación emprendida por Rusia para interferir en este proceso democrático. Al respecto, Mark Zuckerberg, fundador y CEO de Facebook, ha sostenido de forma reiterada que la compañía es una empresa de tecnología, no un medio de comunicación y que la responsabilidad de la información que se comparte en esta plataforma debe recaer en quienes publican esa información o en el público que la consume. A pesar de ello, Facebook ha reconocido que en los meses previos a las elecciones recibió aproximadamente 100,000 USD por pautar alrededor de 3,000 anuncios publicitarios originados de 470 cuentas inauténticas, afiliadas entre sí, y operando desde Rusia (PEN America, 2017, p.38).

La estrategia aplicada por Rusia y por compañías como Cambridge Analytica recibe el nombre de ‘microtargeting’ y consiste en utilizar la vasta cantidad de información personal que empresas de tecnología como Facebook o Google recolectan de sus usuarios y luego comercializan. Por medio de sistemas automatizados, esta información se sintetiza para configurar anuncios publicitarios personalizados que apelen a los intereses, miedos, o debilidades psicológicas de cada usuario. Estos anuncios no son públicos, es decir, solamente aparecen ante el usuario a quien van dirigidos. Por sus características, estos anuncios reciben el sobrenombre de ‘dark posts’ o anuncios ocultos. Si el anunciante decide publicitar información abiertamente falsa, nadie puede saberlo excepto el usuario que recibió el anuncio y los administradores de la plataforma (PEN America, 2017, p.39).

Supongamos que, en el contexto de una elección presidencial, agentes de desinformación desarrollen una noticia falsificada reportando que uno de los candidatos ha declarado su intención de cerrar el principal astillero de la región. Luego, dirigen esta noticia a los empleados o familiares de empleados del astillero, pero deliberadamente excluyen de la cadena a cualquier persona asociada con medios de comunicación o entidades gubernamentales. Así, el familiar de un empleado del astillero abre su Facebook y ‘casualmente’ se encuentra con esta noticia. Después, va a la tienda de su barrio y la comenta con sus vecinos, quienes también ‘casualmente’ se han topado con la misma noticia, reafirmando así su creencia en esta información falsa.

### **2.1.6.2 Twitter y los ‘bots’**

Twitter, fundado en julio del 2006, cuenta con 328 millones de usuarios; bastante menos que los dos billones de personas que utilizan Facebook. Y, solamente el 11% de adultos en Estados Unidos obtienen sus noticias de esta red social, a diferencia del 45% que obtiene sus noticias de Facebook (Pew Research Center según cita PEN America, 2017, p.49). A pesar de ello, su popularidad entre los comunicadores lo convierte en una de las principales redes sociales para hechos noticiosos. Es donde los comunicadores convergen para ‘tomar los signos vitales’ de una sociedad, para enterarse no solamente de lo que ocurre, sino del ánimo de las audiencias con respecto a un determinado suceso.

Twitter, a diferencia de Facebook, es una red diseñada para ser abierta; permite seguir personas sin necesidad de conocerlos y enlaza temáticas por medio de ‘hashtags’. Si yo busco tuits vinculados a los linchamientos de Posorja, puedo encontrar el tuit de un poblador, de un testigo presencial aquella tarde, junto a un tuit del Presidente de la República condenando los hechos. Lo que prima son las temáticas, no las relaciones socioeconómicas. Segundo, Twitter, a diferencia de Facebook, permite el anonimato; no obliga a sus usuarios a utilizar nombres reales. Y, tercero, la cantidad limitada de caracteres (280) obliga al usuario a ser sucinto en lo que comparte. Esta cualidad permite que la información se difunda de forma mucho más vertiginosa.

Sin embargo, la popularidad de esta plataforma entre actores mediáticos también la convierte en objetivo de la desinformación: volverse viral en Twitter es garantía de una amplia cobertura. En las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos, por ejemplo, circularon numerosos tuits alentando a los seguidores de Hillary Clinton a votar vía mensaje de texto, cuando esta no es una forma aceptable de sufragio. El propósito de aquella campaña era disuadir a los simpatizantes de Clinton de participar del proceso democrático, logrando que permanezcan en casa (PEN America, 2017, p.50).

Y, la herramienta principal que los agentes de desinformación utilizan en Twitter son los llamados ‘bots’. Un ‘bot’ es un programa informático sencillo que genera o comparte contenido de manera automática. Por ejemplo, el ‘bot’ del Instituto Geofísico del Ecuador publica un tuit cada vez que se registra un sismo, indicando la magnitud, ubicación, coordenadas, y un mapa con un marcador indicando el lugar del movimiento telúrico. Desafortunadamente, estos ‘bots’ también pueden ser programados para retuitear información falsa hasta convertirla en tendencia o pueden ser programados para ‘opinar’ a favor o en

contra de un actor político. De 328 millones de usuarios en Twitter, se estima que alrededor de 48 millones serían bots (PEN America, 2017, p.51).

Cuando la mala información o la desinformación alcanzan estos niveles, representan una amenaza para la democracia y para la seguridad interna de las naciones.

### **2.1.7 La sociedad posverdad**

El 20 de enero de 2017, Donald Trump asumía la presidencia de los Estados Unidos de América. En las posteriores ruedas de prensa, el primer punto en su agenda fue mentir con respecto a detalles de su inauguración. La cantidad de asistentes al evento y hasta el pronóstico del clima fueron objeto de discordia entre lo que los medios de comunicación atestiguaron y el discurso oficial de la Casa Blanca. El vocero Sean Spicer enfáticamente aseguró que la multitud que asistió era la más numerosa en la historia de las inauguraciones presidenciales a pesar de que esto era fácilmente refutable contraponiendo una fotografía de la multitud presente cuando Barack Obama asumió la presidencia. Similarmente, las aseveraciones de Trump respecto a que el sol brilló y las nubes se despejaron durante el evento eran contrarias a lo que el mundo presenció durante la transmisión en vivo del evento (Sharman según citan Hendricks et al, 2019, p.49).

Más allá del sustento visual, ambas aseveraciones eran fácilmente rebatibles cotejando información proporcionada por las autoridades de transporte y por los servicios meteorológicos. Al ser confrontada con esta evidencia, la asesora Kellyanne Conway respondió que las aseveraciones de la presidencia no eran mentiras ni falsedades, sino ‘hechos alternativos’ (Fitzgerald según cita Hendricks et al, 2019). Hendricks et al (2019, p.51) notan que esta expresión carece de sentido lógico. Decir, por ejemplo, que el ‘sol brilla’ sería verdadero solamente si el sol estuviera brillando, y esto al margen de cualquier afiliación política. No existe una realidad alternativa frente al hecho, por ejemplo, de que el sol no brilló durante la inauguración presidencial de Donald Trump.

Cuando el respeto o el reconocimiento de la realidad se tornan secundarios en una batalla por supremacía política, se dice que hemos entrado en una sociedad posverdad. Así, en el 2016, ‘post-truth’ o posverdad se convirtió en la palabra del año según Oxford Dictionaries. El diccionario de la Real Academia de la lengua española define el término como una “distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales” (“Posverdad”, 2019). Hendricks et al (2019, p.104) aseguran que una democracia se encuentra en un estado posverdad o post

factual cuando narrativas políticamente oportunas pero falsas dominan el debate nacional o determinan las decisiones que se adoptan.

En una sociedad posverdad no existe la neutralidad. Todo tiene un sesgo político, hasta la ciencia, el periodismo, o el derecho. Si la evidencia científica demuestra que el planeta se está calentando como consecuencia de la contaminación y que las industrias deben ser reguladas, entonces esas instituciones académicas y científicas se encuentran al servicio de los ‘otros’ y simplemente buscan socavar la competitividad de la economía nacional con sus mentiras. Si los medios de comunicación reportan sobre casos de corrupción dentro de la clase gobernante, entonces son periodistas corruptos que buscan desestabilizar la democracia. Si el aparato independiente de justicia sanciona esos mismos casos comprobados de corrupción, entonces esos jueces también forman parte de esa gran conspiración promovida por los ‘otros’ y deben ser destituidos. La realidad es construida por aquellos que tienen el poder (Suskind según citan Hendricks et al, 2019, p.105).

Es importante anotar que el estado post factual es el extremo de un espectro. El otro extremo del espectro, e igualmente pernicioso, es el estado factual o tecnocrático, donde las decisiones se toman estrictamente en función de la ciencia o del cálculo racional, en detrimento del factor humano o social. Krugman (según citan Hendricks et al, 2019, p.109), por ejemplo, acusa a los economistas de haber perdido contacto con la realidad al promover políticas de desarrollo donde priman las teorías o los cálculos matemáticos, pero desaparece el calor humano de la ecuación. Así, muchos han criticado las políticas de austeridad fiscal impuestas por la Unión Europea a países en recesión como Grecia e Italia, como condición para permanecer dentro del bloque. En la tecnocracia igualmente desaparece la democracia. No existe razón para el debate político porque las respuestas son dictadas por los números. Hendricks et al (2019, p.110) argumentan que décadas de gobiernos tecnocráticos han contribuido a la desconfianza del ciudadano común por la opinión de los expertos: prefieren creer lo que sienten en sus tripas, que lo que laureados economistas proclaman en cadenas nacionales.

Así, la verdad que viene de las tripas ha alcanzado la misma credibilidad que los hechos reales, debidamente documentados o sustentados. Y, el internet, la era digital, las redes sociales, han creado un ambiente propicio para que florezcan con la misma facilidad noticias reales a la par de noticias falsas (Moncanu según citan Hendricks et al, 2019, p.76). Cuando de competir por atención mediática se trata, la verdad no siempre le gana a las

mentiras. Lo real no siempre es viral, y lo viral no siempre es cierto. En un mercado libre de ideas, los productos inferiores, no corroborados o ilegítimos, no son descartados. Y, esto se debe a que somos humanos. Y los humanos somos criaturas emocionales, afectivas, que suelen sentirse más motivados por lo que sienten que por lo que piensan (Hume; Freud; Haidt, según citan Hendricks et al, 2019, p.77). Esto nos hace más susceptibles al engaño, a la manipulación. Por ello, resulta pertinente explorar los mecanismos psicológicos que comprende este fenómeno.

### **2.1.8 ‘Homo credulus’**

La facilidad con la que se propagan noticias falsas, políticas o no políticas, genera desconcierto. Aunque una sociedad políticamente polarizada exagera los efectos de este fenómeno, no necesariamente los causa ni los explica todos. Por ello, para comprender mejor esta problemática, es necesario analizar este fenómeno desde la psicología social. Un concepto en particular parece permear muchos de los casos estudiados: la credulidad. La credulidad se define como un fallo en la inteligencia social que causa que una persona sea fácilmente engañada, manipulada, o inducida a tomar acciones, incluso en su propio detrimento (Forgas & Baumeister, 2019, p.2).

La credulidad puede ser juzgada o inferida de dos situaciones. Catalogamos a una persona como crédula si sus creencias son manifiestamente inconsistentes con los hechos, con la realidad. O, si sus creencias discrepan con normas sociales consensuadas acerca de lo que es real. Así, la cuestión de la credulidad es mucho más compleja de lo que parece: mientras nuestro conocimiento sea incompleto y sujeto a revisión, identificar la credulidad es más un juicio de valor consensuado que un hecho absoluto incontrovertible. Por ello, resulta sencillo encontrar a lo largo de la historia de la humanidad ideas que en su momento definían la sociedad pero que ahora nos resultan inconcebibles. Desde los mesoamericanos que arrancaban los corazones latientes de sus víctimas como una ofrenda a los dioses para asegurar una buena cosecha, hasta la Iglesia que quemaba vivas en una hoguera a quienes eran acusadas de brujería. La realidad es una verdad consensuada.

Sin embargo, es esta misma capacidad de los seres humanos para creer lo que nos dicen lo que nos ha permitido gobernar el planeta. El aprendizaje social es lo que permite el progreso. De lo contrario, empezaríamos de cero cada vez que alguien muere. Estaríamos limitados por nuestra realidad inmediata. Pero, mediante la abstracción, el conocimiento se codifica en símbolos, se acumula de generación en generación, se transfiere, se desplaza. A

diferencia de los grupos de especies que alcanzan cohesión social o coordinación como resultado de sus interacciones cotidianas, la coordinación social a gran escala en sociedades humanas complejas e impersonales, se logra porque, de manera consensuada, los individuos aceptan o comparten como ciertas las distintas representaciones ficticias de la realidad.

Así, la credulidad es una característica evolutiva fundamental de los Homo Sapiens, para lo cual estamos genéticamente predispuestos. Y esta cualidad se expresa en distintos mecanismos de respuesta psicológica.

La búsqueda de patrones o significado, por ejemplo, es una característica del ejercicio mental que ha sido fundamental en el proceso de adaptación o de supervivencia de los seres humanos (von Hippel según citan Forgas et al, 2019, p.7). Nuestra comprensión del mundo que nos rodea se origina en gran parte de nuestra capacidad para identificar patrones. Esto explica la popularidad de la que gozan las supersticiones, los errores de causalidad, o las teorías de conspiración: dan sentido a nuestro mundo, así sea de forma errada.

Otra característica del cerebro humano es la inclinación por aceptar como verdadera la información que se presente por medio de historias distinguibles, narrativas coloridas, escenarios familiares, que capturen nuestra atención e imaginación (Kahneman & Tversky según citan Forgas et al, 2019, p.9). La información, sencilla, frecuente, o fácil de recordar, recibe más credibilidad de lo que intrínsecamente merece. Una de las formas más notorias en que las personas son influenciadas por información irrelevante es la mera repetición. En psicología experimental, este fenómeno se conoce como ‘efecto de verdad inducida por repetición’ (Dechêne et al; Hasher et al., según citan Forgas et al, 2019, p.42). Si la noticia aparece en Facebook, Twitter, e Instagram, entonces debe ser cierta.

Forgas et al (2019, p.10) señalan que la sobreestimación propia del individuo es otro mecanismo psicológico que fomenta la credulidad: tendemos a aceptar como cierta la información que nos halague a nivel individual o grupal. Así, por ejemplo, las retóricas nacionalistas que exaltan la idea de ‘nosotros somos mejores’, acusando de todo lo malo a las minorías, o personas extranjeras, o de etnias distintas, consiguen una gran repercusión.

Otra causa para la credulidad es el medio social. En un ambiente inherentemente ambiguo e incierto, los seres humanos espontáneamente construyen normas y estándares compartidos que, por arbitrarios que resulten, logran imponer una semblanza de orden consensuado y aportan predictibilidad al mundo que los rodea (Sherif, según citan Forgas et al, 2019, p.10). Estas normas, una vez establecidas, son resilientes y difíciles de cambiar, en

la medida que el cerebro humano aborrece la ambigüedad, el desorden, y la impredecibilidad (Jacobs & Campbell, según citan Forgas et al, 2019, p.11). Es preferible construir y mantener una representación consensuada que buscar una ‘verdadera’ representación de la realidad. Es decir, estamos más dispuestos a creer en noticias que representan el mundo como queremos que sea, que en aquellas noticias que desafían nuestras concepciones de la realidad.

Forgas et al (2019, p.11) exponen fallas en el monitoreo o en la corrección de errores epistemológicos como otro mecanismo psicológico que fomenta la credulidad. Muchos problemas de razonamiento no son corregidos a nivel metacognitivo, indicando fallas en el control y validación de la información que se recibe. La psicología evolutiva sugiere que estas desviaciones de ver el mundo como realmente es pueden conferir significativos beneficios que mejoran las probabilidades de supervivencia. Por ejemplo, un grupo de soldados que acata las directrices de sus superiores, respondiendo como un cuerpo disciplinado, tiene mejores probabilidades de supervivencia que si cada uno se pusiera a analizar la validez o las implicaciones éticas de cada orden que reciben.

Finalmente, otra potencial fuente de credulidad es el sesgo de aceptación, la tendencia de los seres humanos para aceptar más que rechazar la información que reciben (Gilbert según citan Forgas et al, 2019, p.9). El cerebro codifica toda la información que recibe como ‘verdadera’; determinar que un dato es falso requiere tiempo adicional o esfuerzo deliberado. Por ello, cuando las personas son distraídas con demasiada información, son enganchadas emocionalmente, o deben lidiar con restricciones de tiempo, su primer instinto es aceptar la premisa inicialmente propuesta como cierta, así se trate de un rumor.

### **2.1.9 Psicología del rumor**

Los rumores representan una de las formas potencialmente más destructivas de mala información. Fue, por ejemplo, lo que condujo a un pueblo de apacibles pescadores a macerar los cráneos de seres humanos en la mitad de la calle a plena luz del día. Pero, los rumores no son inherentemente malos. Los rumores son, en algunos casos, indispensables.

Los rumores son la respuesta de los seres humanos ante una situación incierta o apremiante. Que si ocurre un terremoto, las personas inmediatamente tuitean acerca del potencial colapso de distintas estructuras como puentes o edificios, que pudieron ser afectados por el sismo. Que si ocurre un atentado terrorista, las personas especulan acerca de los posibles grupos responsables para definir acciones que impidan otros atentados similares. Que si una empresa enfrenta dificultades financieras, las personas empiezan a alertar sobre la

necesidad de buscar otras fuentes de ingresos ante los inminentes despidos. En ninguno de estos casos, la información es confirmada. Quizás ningún edificio colapse ni se reporten daños estructurales tras la inspección. Quizás los grupos inicialmente señalados en el ataque terrorista no tengan responsabilidad. Quizás la empresa no quiebre ni despida a ningún empleado. Pero, de la misma manera, quizás todos los rumores resulten ciertos.

Existen algunas características que diferencian los rumores de otras formas informales de comunicación como los chismes o las creencias populares (Di Fonzo et al, 2007, p.14).

Los chismes, por ejemplo, no contienen información importante; usualmente son juicios evaluativos acerca de las vidas privadas de las personas. Y, su función comunicativa principal, a más de entretener, es construir o mantener la cohesión social de un grupo. Los chismes, a diferencia de los rumores, no son necesariamente infundados. Algunos chismes pueden ser de buena fuente. Sin embargo, su contenido siempre es superficial. Otra función de los chismes es socializar normas o valores grupales. Así, quienes salen de la norma social sufren el escarnio público, lo cual, a su vez, sirve de advertencia a los demás.

Las creencias populares o mitos urbanos, en cambio, son historias, regularmente actualizadas a circunstancias familiares, que se cuentan con el propósito principal de entretener pero que usualmente también contienen alguna moraleja. Por ejemplo, escuchar alguna historia acerca de un marido infiel que fue sedado con escopolamina para despertar al día siguiente en calzoncillos en plena vía pública, resulta entretenido, pero a la vez educa sobre los riesgos que traen el adulterio o acudir a bares en busca de chicas. Los mitos urbanos, a diferencia de los rumores o de los chismes, nunca son específicos.

Di Fonzo et al (2007, p.13) definen los rumores como información instrumentalmente relevante, no verificada, en circulación, que se origina de situaciones de ambigüedad, peligro, o de posible amenaza, y sirven para ayudar a la gente a orientarse y afrontar el riesgo.

Si uno de los principales bancos del país de repente aparece fuera de línea, genera incertidumbre o pánico. De forma grupal, se busca una posible explicación a lo que ocurre:

—¿El banco tiene problemas de solvencia, está en riesgo de cerrar?

—No, los parámetros económicos no sustentan aquella explicación.

—El sistema informático del banco está fuera de línea, pero las agencias se encuentran abiertas. ¿Ocurrió algún daño en los servidores, en la plataforma electrónica?

—Es poco probable. Un sistema tan complejo seguramente tiene múltiples respaldos. Dificilmente una simple actualización del sistema haya ocasionado el problema.

—Quizás el banco se encontraba bajo ataque informático, y para evitar la filtración de información decidieron tirar abajo el sistema.

—Sí, esa explicación cumple con los criterios de plausibilidad.

Es importante anotar que los rumores no son información verificada. Son explicaciones que surgen en circunstancias de crisis. Algunos rumores son más vulnerables a la comprobación que otros. Por ejemplo, si algunos rumores afirman que el banco se encuentra en dificultades económicas, esto podría ser fácilmente refutado por documentos contables, incluso de compañías auditoras externas. Pero, otros rumores son más difíciles de comprobar. Por ejemplo, algunos rumores pueden asegurar que la suspensión temporal del servicio fue el resultado de una conspiración política que busca generar desconfianza en el sistema financiero. El rumor puede incluso sostener que las autoridades decidieron ocultar detalles del ataque para no sembrar pánico. Esta afirmación es más difícil de desmentir porque no se basa en una realidad observable.

Los rumores tienen implicaciones directas e inmediatas sobre la realidad, al margen de si su contenido llega a ser confirmado o, por el contrario, desbancado. Los rumores financieros, como en el ejemplo antes descrito, pueden causar el colapso de un saludable sistema bancario si no son contenidos. Los bancos no mantienen todo el dinero de los depositantes en efectivo porque lo invierten a largo plazo en proyectos que generan intereses sobre ese capital. Si todos los depositantes deciden retirar su dinero al mismo tiempo, el banco no podría honrar todos los retiros en tan poco tiempo, lo cual precipitaría su quiebra. Esto, a su vez, podría provocar una reacción en cadena si los depositantes de otros bancos se contagian del pánico. Un país puede terminar en la ruina económica por culpa de los rumores.

Los rumores tienen una influencia tan poderosa que modifican el comportamiento de las personas, aunque las personas no crean en los rumores que escuchan (Di Fonzo et al, 2007, p.42). Por ejemplo, el rumor de un posible tsunami tras un terremoto, aunque sea desmentido por los institutos geofísicos, empuja a la población a buscar refugio en terrenos altos. Los rumores de huelgas conducen a los consumidores a sobre abastecerse de alimentos u otros productos de primera necesidad, generando escasez en el mercado, aunque las consecuencias de estas paralizaciones no se perciban como catastróficas. El rumor de un supuesto comportamiento inadecuado por parte del sacerdote de la parroquia podría generar

cierta suspicacia entre los feligreses, aunque se trate de una persona que siempre ha demostrado una gran integridad. Las personas responden a los rumores, incluso cuando consideran que lo que escuchan es improbable, inverosímil, o incluso ridículo.

### **2.1.9.1 Difundiendo histeria**

En diciembre de 2004, una paranoia colectiva se apoderó de la ciudad: los pobres—representados por los pandilleros—vendrían en hordas por las cabezas de los ricos. Y, como piratas del siglo XVI, violarían a sus mujeres y sembrarían el terror. Y, ¿la evidencia? Chanchos serigrafiados en paredes de barrios de clases socioeconómicas medias o altas de Guayaquil y Samborondón. Aunque todo el argumento resultaba tremendamente absurdo, el rumor se propagó. Posteriormente, el artista Daniel Adum Gilbert confesó ser el autor.

La noche del 30 de octubre de 1938, mucho antes de que Guayaquil fuera invadido por chanchos serigrafiados, el planeta Tierra fue atacado por un ejército alienígena, procedente de Marte. Las tropas enemigas desembarcaron en la costa este de Estados Unidos, específicamente en el pueblo de Grover's Mill, Nueva Jersey. Equipados con enormes 'máquinas de guerra', los marcianos rápidamente iniciaron su ofensiva, doblegando a su paso a las unidades de combate del ejército americano que poco podían hacer frente a tan sofisticada tecnología. El enemigo fue posteriormente derrotado, no por seres humanos, sino por gérmenes patógenos terrícolas para los cuales los marcianos no estaban naturalmente adaptados. Este relato, basado en la novela *La guerra de los mundos* de H.G. Wells (1898), conformaba un episodio del programa radial *The Mercury Theatre on the Air*, dirigido y narrado por Orson Welles, y transmitido por CBS. No obstante, el estilo del programa, con boletines informativos y reportajes en vivo—una novedad para la época—indujo a que muchos radioescuchas confundieran la ficción con la realidad.

La extensión del 'pánico' generado por esta transmisión es objeto de debate entre muchos estudiosos. Reportes iniciales publicados por periódicos de la época afirman que la histeria colectiva se apoderó de la nación durante aquella hora, causando muertes por infartos, suicidios, estampidas humanas, o incontables accidentes de tránsito de personas que huían del falso peligro. Esto, en realidad, resultó ser fundamentalmente falso. La mayoría de estas publicaciones se basaron en reportes de segunda o tercera mano sobre hechos aislados o dispersos que, en conjunto, lograron dibujar un cuadro desproporcionado de un país colapsado por el miedo (Schwartz, 2015, p.245). Lo que sí fue real fue la cantidad de llamadas telefónicas de radioescuchas asustados que saturaron las líneas de estaciones

policiales o de salas de redacción de noticias, generando en reporteros la falsa certeza de que algo realmente terrible había acontecido.

### **2.1.9.2 Represión como reconocimiento**

La controversia causada por la adaptación radial de *La guerra de los mundos* catapultó a Orson Welles al estrellato, abriéndole las puertas de Hollywood. Y, esto, no es ninguna rareza en el mundo del arte. La censura, literal o metafórica, de una obra logra promocionarla de manera excepcional. Por ello, muchos artistas se inclinan por el arte provocador que invita a la represión como forma de reconocimiento. Este reconocimiento es vilipendiado en la medida en que todos odiamos la censura y, a la vez, perversamente anhelado porque logra suspender, así sea por un momento, la eterna pregunta de si el arte es alguna vez realmente capaz de actuar como herramienta de cambio social.

Sin embargo, el arte no es algo que exista solamente en un museo o una galería sino algo que, al igual que el programa radial de Welles, coexiste e interactúa con el público. En el 2012, el artista Essam Attia empezó a reemplazar afiches publicitarios urbanos por afiches de su autoría con el logo del Departamento de Policía de Nueva York (NYPD) donde se promocionaba un supuesto programa de vigilancia doméstica con drones. Por su obra, Attia fue procesado por cargos de falsificación de documentos.

Mintcheva (2015, p.127) explica que, a diferencia del arte de contemplación, obras como las de Attia logran un impacto al introducir un elemento ajeno, autónomo, en la esfera pública. Estos elementos se diferencian del flujo cotidiano, del entorno, pero no pueden ser completamente descartados ni desvinculados. Son, a la vez, autónomos pero comprometidos. El público es confrontado, sin saberlo, con la obra. Y ese momento de duda, de vacilación, de reflexión, de no saber si el mensaje, si los afiches, son reales o no, por ejemplo, es lo que da a la obra su sentido, su esencia. Es en ese momento cuando el espectador re-concibe su realidad alrededor del mensaje, cuestiona su validez, cuestiona su impacto dentro de su sistema de valores. Y por ello es necesaria la falsificación, para que el interlocutor pueda experimentar el mensaje, así sea de forma pasajera, antes de percatarse de que lo que acaba de vivir no es real sino ‘simplemente’ arte.

No obstante, existen instancias de falsificación menos sublimes que aquellas que caracterizan el arte. Los ‘influencers’, o líderes de opinión en redes sociales, frecuentemente protagonizan ‘experimentos sociales’ para atraer la atención de su audiencia. Por ejemplo, el YouTuber Joey Salads fingió ser un secuestrador de niños para demostrar lo fácil que resulta

persuadir a infantes a que abandonen el área de juegos de un parque con un completo extraño (Salads, 2015). La agencia de marketing Mediakix, en cambio, creó perfiles falsos en Instagram que rápidamente alcanzaron más de 10,000 seguidores para exponer el fraude del que comúnmente son víctimas los patrocinadores (Campbell, 2017). Otro ejemplo proviene del vlogger Byron Dent quien empezó a fingir un estilo de vida fastuoso por medio de fotografías retocadas para explorar la fascinación que las personas sienten por los privilegios a los que sólo tienen acceso los ricos y famosos (Yang, 2019).

Así, la propagación de rumores o falsas noticias por redes sociales o servicios de mensajería instantánea, lejos de ser condenada, es celebrada por muchos por la notoriedad que brinda o por su función como herramienta de integración social.

### **2.1.10 Psicología de la agresión grupal**

El mismo día que 11 personas eran sentenciadas en Guayaquil por su participación en el linchamiento de Posorja un año antes, Quito aún ardía como resultado de las violentas protestas callejeras.

La mañana del lunes 14 de octubre de 2019, un Tribunal de Garantías Penales del Guayas dictaminaba penas de 17 a 34 años de reclusión para 11 personas acusadas de participar en los disturbios de Posorja que terminaron con el linchamiento de tres personas. Ese mismo día se cumplían 12 días de protestas callejeras en Ecuador que iniciaron con el anuncio del gobierno de eliminar el subsidio a los combustibles. Los protestantes, encabezados por organizaciones indígenas de la Sierra, cerraron carreteras en todo el país, protagonizaron disturbios en las calles de la capital; atacaron a policías o militares; se tomaron e incendiaron edificios públicos como el de la Contraloría; saquearon plantaciones, industrias, y pequeños negocios; interrumpieron el suministro de agua potable en Ambato y el bombeo de crudo en el oriente; obligaron a punta de intimidación a otros a unirse a la protesta; causaron el desabastecimiento de alimentos en redes de mercados y supermercados de todo el país. Se estima un perjuicio económico total de 2,300 millones de USD en “productos perecibles que no llegaron a su destino a tiempo, exportaciones que no salieron del Ecuador, materia prima que no llegó para producir, o negocios que no abrieron”, (“\$2,300 millones, el saldo parcial”, 2019).

Por la noche, ese mismo 14 de octubre de 2019, el presidente Lenín Moreno acordaba, por intermediación de las Naciones Unidas, derogar el decreto que eliminaba el subsidio estatal a los combustibles. Unos lo consideraron un triunfo social: el pueblo hizo escuchar su

voz. Otros lo consideraron una derrota para la democracia: los intereses de un sector se impusieron al bienestar de todos. Pero, al margen de las afiliaciones políticas o ideológicas, lo particular de las protestas es que no se generaron por un efecto perceptible en la economía. Los protestantes no reaccionaron ante un repentino desmejoramiento en su calidad de vida; no experimentaron los efectos de la inflación, de la subida de precios; no perdieron sus empleos por el cierre de las empresas como resultado de la contracción de la economía. Los protestantes no tuvieron la oportunidad de vivir o comprobar ninguno de los rumores que propagaban los dirigentes sociales para exacerbar los ánimos porque salieron a las calles el mismo día que la medida entraba en rigor. Así, la violencia grupal, representada por turbas enardecidas, fue el resultado del mero discurso, o peor aún, del rumor.

Staub et al (según cita Goldstein, 2002, p.105) definen a la turba enajenada o enardecida como una multitud de personas que comparten intereses comunes actuando bajo condiciones emocionales intensas que con frecuencia degeneran en violencia o en otros actos ilícitos. Una instancia de violencia generada por la turba son los disturbios, los cuales a su vez se caracterizan por la destrucción de la propiedad pública o privada, los saqueos, o la violencia en contra de las personas. Momboisse (según cita Goldstein, 2002, p.106) añade que se pueden identificar distintos tipos de turbas. Por ejemplo, pueden tratarse simplemente de grupos de personas preocupadas por su seguridad, desesperadas por huir de amenazas reales o imaginarias. O, pueden ser excitadas congregaciones de personas reunidas en una iglesia, en un concierto de rock, o en un evento deportivo. Pero no todas las turbas son benignas. Un grupo de transeúntes puede agruparse abajo de un edificio para incitar a un potencial suicida a saltar. Una pandilla de adolescentes puede abordar de forma intimidante a una mujer que espera el bus. O, como en el ejemplo anteriormente descrito, una multitud de personas puede emerger de las calles para protagonizar disturbios a gran escala en una comunidad.

Staub (según cita Goldstein, 2002, p.111) señala tres circunstancias instigadoras en el proceso de formación de turbas enardecidas.

Primero, existen instigadores no específicos como la aglomeración de personas o la temperatura ambiental. El hacinamiento de personas en barrios populares o las altas temperaturas, por ejemplo, son señaladas como factores que incrementan la posibilidad de que se produzcan agresiones grupales en estos sitios.

Segundo, concurren instigadores específicos como el clima socioeconómico o la relativa vitalidad económica. Goldstein (2002, p.111) enfatiza que son las situaciones de privación económica ‘relativa’ más que de privación absoluta, las que instigan disturbios o rebeliones. La privación relativa es la sensación de que las cosas están mejorando para otros, pero no para uno, o peor aún, que las cosas mejoran para otros en perjuicio del propio bienestar. Así, un país puede vivir mucho tiempo en la pobreza absoluta, en la miseria, con altas tasas de desempleo, con largas filas para conseguir alimento, sin que el descontento empuje a la gente a las calles a manifestarse o a intentar derrocar el gobierno. Sin embargo, cuando se percibe que las cosas empiezan a cambiar, cuando se percibe que empiezan a mejorar, las expectativas de la gente se disparan. Y, cuando estas sobredimensionadas expectativas no se cumplen, la situación social explota. Perry y Pugh (según cita Goldstein, 2002, p.111) describen este fenómeno como la ‘curva-J de expectativas crecientes’.

Tercero, existen instigadores inmediatos o detonantes. Staub (según cita Goldstein, 2002, p.112) explica que estos polvorines o eventos precipitantes pueden manifestarse en: el asesinato de un respetado líder comunitario; una decisión judicial percibida como injusta; la transgresión de valores fundamentales para una comunidad; decisiones o decretos gubernamentales; el retiro de privilegios anteriormente concedidos a un grupo; o sufrir la derrota en alguna competencia. Horowitz (según cita Goldstein, 2002, p.114) añade que el detonante puede tomar la forma concreta de un rumor. El contenido será grave, amenazante, perturbador, agresivo, y en gran medida, no verificable.

—Ellos han perpetrado una gran injusticia. Ellos nos han quitado nuestro sustento, han asesinado a nuestro pueblo, han profanado nuestra comunidad, han robado a nuestros niños... Debemos pararnos fuerte, debemos resistir, debemos responder.

#### ***2.1.10.1 De Rusia con amor: Troles rusos en Twitter***

Esta fue la respuesta de Lagos ante las declaraciones del presidente de Chile, Sebastián Piñera, quien aseguró que los disturbios en ese país a finales de octubre de 2019 fueron instigados por actores extranjeros, quienes utilizaron las redes sociales para alimentar el descontento, profundizando así las divisiones sociales entre los chilenos. Similares cuestionamientos fueron realizados por la vicepresidenta de Colombia, Marta Lucía Ramírez, en contra de Rusia y su aliado Venezuela, a quienes acusó de intentar desestabilizar a su país por medio de campañas de desinformación en medios sociales durante las protestas de noviembre de 2019, en Colombia. Y, la ministra del interior de Ecuador, María Paula Romo,

denunció ante la Asamblea Nacional la participación de agentes extranjeros en la promoción de discordia durante las manifestaciones de inicios de octubre de 2019, originadas como respuesta a la eliminación del subsidio a los combustibles.

Informes de analistas del Departamento de Estado norteamericano respaldan la tesis de injerencia extranjera durante los disturbios originados a partir de manifestaciones en países latinoamericanos como Ecuador, Chile, Colombia, Perú, o Bolivia. Los informes revelan un despunte en la actividad de cuentas en redes sociales asociadas a intereses rusos durante los días de las protestas. Por ejemplo, según estos informes, cerca del 10% de todos los tuits en respaldo de las protestas en Chile se originaron de perfiles vinculados a Rusia (Jakes, 2020). Y, aunque esta realidad resulte difícil de asimilar para escépticos como Lagos, la desinformación como campaña subversiva es una estrategia geopolítica rusa que incluso antecede a la era de las nuevas tecnologías de información y comunicación.

#### **2.1.10.2 Operación Infektion**

Luchar una guerra en el campo de batalla es la forma más estúpida y primitiva de luchar una guerra, asegura Yuri Bezmenov, desertor de la KGB (agencia de inteligencia de la extinta Unión Soviética), en una entrevista concedida en 1984. La mejor forma es no luchar en lo absoluto sino lograr que el país enemigo se subvierta desde adentro. Pon blanco contra negro, viejo contra joven, rico contra pobre. No importa. Siempre que se logre perturbar la sociedad, siempre que se logre cortar el tejido social de la nación, es bueno. Y luego, cuando todo haya sido subvertido, cuando el país se encuentre desorientado y confundido, desmoralizado y desestabilizado por la crisis, vienes y tomas esa nación (Bezmenov según citan Ellick & Westbrook, 2018).

El nombre que la KGB otorgaba a estas operaciones de subversión ideológica era *активные меры*, o ‘medidas activas’. De acuerdo con Bezmenov, cerca del 85% del presupuesto asignado a labores de espionaje se destinaba a campañas de desinformación. Estas campañas seguían un patrón determinado que empezaba con identificar un posible punto de conflicto social. Luego, se creaba una mentira que inflamara esas pasiones, resentimientos, o temores. Pero, este falso rumor se mezclaba con datos reales para que desmentirlo resultara más difícil. Estas historias entraban a la esfera pública por medio de fuentes de segunda o tercera mano, ocultando así su origen real. Posteriormente, se buscaba alguien del medio local que apadrinara la causa reproduciendo el mensaje en otros sectores de la sociedad. Y, finalmente, al ser su origen o veracidad confrontada, la mejor estrategia

consistía en negar cualquier conocimiento o participación, sembrando así la duda en el público, aunque el rumor fuera ampliamente desbancado (Ellick & Westbrook, 2018).

El ejemplo más célebre de las campañas de desinformación soviética es la operación Infektion que consistió en la propagación a escala global del falso rumor de que Estados Unidos había creado el virus de inmunodeficiencia humano (VIH). Algunas variaciones del rumor aseguraban que el gobierno había incluso diseminado el virus en su propio territorio para deshacerse de los homosexuales o de afroamericanos pobres. En 1987, el gobierno norteamericano publicó un reporte demostrando que el origen de este falso rumor era la Unión Soviética, quien había esparcido falsos reportes o patrocinado publicaciones en países africanos o del sudeste asiático hasta lograr que la historia se tornara global. Sin embargo, a pesar del amplio sustento en contra, el eco de este falso rumor persiste hasta la fecha.

Ellick & Westbrook (2018) anotan que en décadas pasadas era necesario esperar un largo periodo de tiempo para que una campaña de desinformación lograra una audiencia global. La operación Infektion, por ejemplo, tardó seis años en conseguir que su falso rumor llegara a la audiencia norteamericana y se difundiera en horario estelar de boca del afamado presentador de noticias, Dan Rather. En nuestros tiempos, un falso rumor de similares características logra propagar su mensaje de manera global por redes sociales en cuestión de horas. Las nuevas tecnologías de información y comunicación no solamente aceleran la propagación de mensajes, sino que condicionan al usuario para aceptar estos mensajes de manera indiscriminada. Zerega (2019) apunta a una sociedad de consumo potenciada por algoritmos que restringen nuestra capacidad de interactuar con la realidad, delimitando nuestra experiencia, de forma que los mensajes que recibimos consiguen una repercusión psicológica inmediata:

### **2.1.11 Comunicación de crisis**

En un apacible pueblo pesquero donde los crímenes del día suelen ser el hurto de ropa colgada en cordeles (“De robos en patios”, 2018), resultaba quizás impensable que la situación pudiera salirse tanto de control, que los rumores lograran doblegar el discurso de la autoridad, que la multitud terminara asesinando a tres seres humanos en media calle, a plena luz del día, por el delito de robar 200 USD. Y es que no todas las crisis son fáciles de identificar. Las crisis son situaciones multidimensionales, en desarrollo, de las que participan muchos actores y en las que intervienen muchas variables (Coombs, 2018, p.135). Y, factores como la desconfianza en las instituciones implicadas, la proximidad física a la fuente del

peligro, la susceptibilidad al daño, o la falta de control sobre dicha amenaza, tienen el potencial de exacerbar la percepción de riesgo en los pobladores.

Lamentablemente, en ocasiones, las organizaciones se rehúsan a reconocer una situación como crítica y, en consecuencia, se niegan a tomar acciones pertinentes. Esto se debe a que una crisis es inherentemente negativa y representa un costo para los dirigentes de una organización o de una unidad dentro de una organización. Por ejemplo, la cabeza de un departamento puede temer por su empleo o por sus posibilidades de ascenso. Una empresa privada puede temer por la reacción en los consumidores y su consecuente posicionamiento en el mercado. Una institución pública puede temer por el costo político que la crisis podría traer a las personas que los pusieron en dichos cargos. Por ello, no resulta sorprendente que personas dentro una organización traten de encubrir, retener información negativa, o manipular datos para minimizar una situación de riesgo. Este efecto se conoce como ‘minimización de mensajes desagradables’, o efecto MUM por sus siglas en inglés (Coombs, 2018, p.148; Di Fonzo et al, 2007, p.75).

Adicionalmente, las crisis son inherentemente ambiguas. Y los rumores, en especial, generan un tipo de crisis donde las distintas interpretaciones de la realidad suelen contrastar entre sí. Por ello, recabar suficientes datos que permitan dilucidar lo que ocurre es una prioridad. La organización debe comprender el problema. Pero también es importante mantener a los distintos actores al tanto de la información disponible. El cerebro humano detesta la ambigüedad. Si la organización no explica lo que sucede, alguien más lo hará. Y ese vacío de información podrían llenarlo rumores, mala información, o desinformación. Proporcionar información inmediata y transparente, aunque resulte en cierto grado imprecisa, es indispensable para mantener el control de la narrativa y establecer una relación de confianza con las distintas audiencias (Coombs, 2018, p.159).

## **2.2 Marco Legal**

El 25 de agosto de 2011, en Veracruz, México, María de Jesús Bravo Pagola y Gilberto Martínez Vera propagaron por redes sociales falsos reportes de escuelas siendo atacadas por grupos narcodelictivos. En los mensajes aseguraban que se estaban robando a los niños de las escuelas. Otras publicaciones mencionaban helicópteros disparando a los estudiantes a la hora del receso. El caos se apoderó de la ciudad. Centenares de padres de familia, desesperados por llegar a sus hijos, causaron al menos 26 accidentes de tránsito (Schwartz, 2015, p.556). Bravo y Martínez fueron acusados de terrorismo y sabotaje. No

obstante, los detenidos fueron liberados luego de que organizaciones como Amnistía Internacional criticaran los cargos por considerarlos una afrenta a la libertad de expresión.

¿Qué dice la legislación ecuatoriana con respecto a la propagación de falsos rumores por redes sociales o servicios de mensajería instantánea?

El Código Orgánico Integral Penal (2014) establece penas privativas de libertad de hasta siete años para quienes difundan rumores que generen pánico económico o financiero:

En su capítulo séptimo, Artículo 366, inciso cuarto, el COIP (2014) señala penas privativas de libertad de hasta trece años para “[l]a persona que comunique, difunda o transmita informes falsos poniendo con ello en peligro la seguridad de un transporte terrestre, de una nave o aeronave” en instancias categorizadas como terrorismo, donde los falsos rumores generen de forma deliberada un estado de terror en la población, en este caso, al comprometer la seguridad física de las personas en medios de transporte:

Asimismo, el inciso décimo añade que la pena podría alcanzar los veintiséis años “[c]uando por la realización de estos actos se produzca la muerte de una o más personas”.

Si los falsos rumores comprometen la labor de equipos de emergencia, el COIP (2014) establece penas privativas de libertad de hasta siete años al tipificarlo como una instancia de sabotaje, un delito contra la seguridad pública:

Con respecto a las calumnias, es decir, los falsos rumores que afectan el honor y buen nombre, el COIP (2014) estipula que “[l]a persona que, por cualquier medio, realice una falsa imputación de un delito en contra de otra, será sancionada con pena privativa de libertad de seis meses a dos años. (Art. 182)”. No obstante, el mismo artículo establece que:

Sin embargo, la propagación de falsos rumores por redes sociales o servicios de mensajería instantánea no son la única instancia de comunicación digital punible de acuerdo con el Código Orgánico Integral Penal. La intimidación, la incitación a discordia entre ciudadanos, la instigación, y la apología son delitos tipificados en el COIP (2014) que conllevan penas privativas de libertad de hasta tres años:

En el caso de mensajes que inciten a la discriminación o consumación de actos de odio, el COIP (2014), en su sección quinta, establece:

Finalmente, otras instancias de propagación de información por redes sociales o servicios de mensajería instantánea sancionadas de acuerdo con el COIP (2014) involucran la difusión de información no autorizada:

La Ley Orgánica de Comunicación, promulgada en junio de 2013, excluye de su alcance todo contenido personal en internet y todo contenido generado por medios digitales nativos, regulando únicamente la labor de los medios de comunicación tradicionales:

En conclusión, existen responsabilidades penales establecidas en el COIP (2014) para todo aquel que incurra en un uso criminal de las redes sociales o servicios de mensajería instantánea. Y, al margen de si se tratara de una ‘travesura’, lo cierto es que una persona podría ser incluso acusada de cometer un acto de terrorismo por inducir a la población a un estado de pánico al propagar desinformación por estos medios. El problema, sin embargo, radica en la identificación de los infractores.

En la actualidad, por ejemplo, es posible rastrear e identificar a quienes realicen amenazas de muerte por medio de Facebook o WhatsApp. Sin embargo, es un proceso complejo tanto en lo judicial como en lo tecnológico. Si la legislación ecuatoriana permitiera implementar sistemas de monitoreo gubernamental en redes sociales o servicios de mensajería instantánea, sería sencillo asignar responsabilidades penales a todos los infractores por su comportamiento en internet. No obstante, esta clase de regulaciones traería consigo lo que se conoce en Estados Unidos como ‘chilling effect’. Esto es, un efecto inhibitorio o disuasivo del ejercicio legítimo de un derecho constitucionalmente protegido—especialmente aquellos asociados con la libertad de expresión—ante la potencial amenaza del enjuiciamiento o sanción según una determinada ley o regulación (“Chilling effect”, 2010). Así, muchos países, incluido Ecuador, prefieren abstenerse de aprobar legislación que pueda, de alguna manera, atentar contra derechos fundamentales de los ciudadanos en el internet, dejando de lado la cuestión de la responsabilidad de quienes propagan noticias reales o ficticias por medio de redes sociales o servicios de mensajería instantánea.

# CAPÍTULO III

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 3.1 Metodología

La metodología seleccionada para buscar respuestas al problema planteado es la ‘investigación de campo cualitativa’. Babbie (2013) explica que la investigación de campo cualitativa permite al investigador estudiar la vida social en su hábitat natural: le permite ir adonde ocurre la acción y observar. Este tipo de investigación puede producir una comprensión enriquecida de muchos fenómenos sociales, siempre que el investigador observe de forma deliberada, bien planificada, y activa (p.323).

La investigación de campo ‘cualitativa’ se diferencia de otros métodos de observación porque los datos que produce usualmente no son ‘cuantificables’, es decir, no son fácilmente reducidos a números, como ocurre con los datos o porcentajes estadísticos que se obtienen de encuestas. Adicionalmente, las investigaciones de campo difieren de otras metodologías porque los investigadores no se limitan a recolectar datos, sino que activamente generan teorías de lo observado. Así, la hipótesis inicial es tan solo el punto de partida de un proceso que se moldea con los resultados según se consiguen.

### 3.2 Tipo de investigación

La investigación de campo cualitativa por desarrollarse es de carácter exploratorio. Las investigaciones exploratorias son esenciales al estudiar fenómenos sociales recientes de los que se tiene poca información y casi siempre ofrecen nuevas perspectivas desde las cuales comprender estas realidades. Aunque estas investigaciones carezcan de la misma representatividad de la que gozan investigaciones más estructuradas, permiten sentar las bases necesarias para futuros estudios (Babbie, 2013, p.91).

### 3.3 Enfoque

Dentro de la metodología de investigación de campo cualitativa, el enfoque seleccionado es el ‘estudio de caso’. El linchamiento de tres personas en el pueblo pesquero de Posorja ha sido seleccionado como el objeto de estudio sobre el cual construir un paradigma que permita comprender mejor la realidad comunicativa actual.

El estudio de caso consiste en limitar la atención del investigador hacia una sola instancia de un fenómeno social. Existe poco consenso con respecto a lo que representa un

‘caso’ (Ragin & Becker según cita Babbie, 2013, p.338). Un caso puede referirse a un periodo de tiempo, a un grupo de personas, o a una situación. Pero, lo esencial, es enfocar la investigación en una instancia particular. Los estudios de caso pueden ofrecer descripciones o pueden producir explicaciones desde las distintas perspectivas o dimensiones analizadas. Así, el estudio de caso puede permitir una comprensión idiográfica del fenómeno estudiado o puede sentar las bases para el desarrollo de una teoría nomotética más general.

### **3.4 Técnica e instrumentos**

Dentro de la metodología de investigación de campo, y del enfoque de estudio de caso, la técnica de recolección de datos seleccionada es la ‘entrevista cualitativa’. La entrevista cualitativa se basa en un conjunto de temas para discutir a profundidad, no son preguntas rígidamente establecidas como ocurre con los cuestionarios de las encuestas. El diseño de una entrevista cualitativa es flexible, iterativo, y continuo; el cuestionario se adapta o rediseña durante el transcurso de la investigación. Una entrevista cualitativa es esencialmente una conversación en la que el entrevistador establece la dirección general del diálogo para luego perseguir temas específicos según emergen del entrevistado (Babbie, 2013, p.345). La entrevista cualitativa, sin embargo, no debe confundirse con el ejercicio periodístico. Aunque las técnicas resulten similares, la relación con los datos es distinta. Por ejemplo, los periodistas buscan solamente reportar los hechos. Los investigadores, en cambio, buscan dar significado a esos datos, buscan interpretarlos de manera comprensiva desarrollando explicaciones o teorías de los fenómenos estudiados.

### **3.5 Población**

La población de un estudio es aquel grupo (usualmente de personas) a partir de quienes queremos obtener conclusiones (Babbie, 2013, p.115). Debido a que usualmente resulta imposible estudiar a cada miembro de la población que nos interesa, es necesario seleccionar una muestra.

La presente investigación explora el conflicto que existe entre la libertad de expresión y las consecuencias que las noticias falsas pueden llegar a tener. Y, se toma como referente el caso de los linchamientos en Posorja, acontecidos el 16 de octubre de 2018. Tres personas fueron linchadas, el UPC fue destruido, cinco motos policiales incendiadas, once personas sentenciadas a prisión por los disturbios. Y todo fue resultado de los falsos rumores que circularon aquel día en los que se acusaban a tres presuntos delincuentes de ser secuestradores de niños.

Así se establece que la población del estudio la componen dos grupos:

- los *actores inmediatos*, quienes atestiguaron el suceso o tomaron parte en las investigaciones iniciales;
- y los *periodistas digitales*, aquellos que median día a día entre la ciudadanía y el constante flujo de información en sus nuevas y distintas manifestaciones.

### **3.6 Muestra**

En el contexto de una investigación de campo cualitativa, donde el enfoque es el estudio de caso, y la técnica de recolección de datos es la entrevista cualitativa, el criterio seleccionado para determinar la muestra es el ‘muestreo subjetivo por decisión razonada’, un tipo de muestreo no probabilístico en el cual las unidades a observar son seleccionadas en base al juicio del investigador con respecto a cuáles van a ser las más útiles o representativas (Babbie, 2013, p.128).

#### **3.6.1 Unidades seleccionadas**

A continuación, se indican los nombres de los entrevistados que componen las muestras seleccionadas a partir de las categorías anteriormente descritas.

Actores inmediatos:

- Jefferson Caicedo Valencia, Fiscal anteriormente acantonado en Playas
- Mayor Diego Castro Morales, excomandante del Distrito Progreso
- Jorge Banchon Adum, expresidente GAD Parroquial Posorja
- Hipólito Crespín, dirigente social de Posorja

Periodistas digitales:

- César Ricaurte, cofundador de FUNDAMEDIOS
- Luis Eduardo Vivanco, cofundador La Posta
- José Hernández, cofundador 4Pelagatos
- Juan Carlos Calderón, cofundador Plan V
- Carlos Jijón, cofundador La República
- Diego Cazar, cofundador La Barra Espaciadora
- Ana María Acosta, cofundadora Wambra.ec
- José María León, cofundador de GK (GkillCity)

### 3.6.2 Perfil de los comunicadores seleccionados

- César Ricaurte, cofundador de Fundamedios

La Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios, Fundamedios, es una organización comprometida con la promoción de la libertad de expresión, el monitoreo de las agresiones o los riesgos que enfrentan los periodistas, y la defensa de los derechos humanos (FUNDAMEDIOS, n.d.). César Ricaurte, periodista ecuatoriano con más de 30 años de experiencia, cofundó esta organización en 2006 y la preside en calidad de director ejecutivo. En el 2015, la Secretaría de Comunicación del gobierno de Rafael Correa intentó cerrar esta fundación, pero desistió, posiblemente, ante la presión internacional de organismos como las Naciones Unidas o la Organización de Estados Americanos.

- Luis Eduardo Vivanco, cofundador La Posta

En el 2015, Vivanco se enfrentó al gobierno del presidente Rafael Correa Delgado, como editor general de diario La Hora, ante las sanciones económicas impuestas por la extinta Superintendencia de Comunicación. Ese mismo año, incursionó en redes sociales con su programa *Castigo Divino*, difundido por YouTube (“Luis Eduardo Vivanco”, n.d.). En el 2017, junto con Andersson Boscán Pico, fundó La Posta:

- José Hernández, cofundador 4Pelagatos

Periodista nacido en Colombia quien, luego de ser nombrado editor general de EL COMERCIO en 1994, asume la tarea de reorganizar uno de los medios de comunicación más importantes del país. Fue editor de la Revista Vanguardia hasta que sus accionistas decidieran cerrarlo en medio de una campaña de acoso gubernamental por su línea crítica hacia el gobierno del Presidente Correa (Cuvi, 2018; “Las últimas horas”, 2018). A inicios de 2016 cofunda el medio digital 4Pelagatos, adoptando como principios periodísticos la lucidez, desobediencia, ironía y obstinación (“Nace 4Pelagatos”, 2016). Al realizar un recuento de su primer año de funcionamiento mencionan:

- Juan Carlos Calderón, cofundador Plan V

Luego de publicar a mediados de 2009 una serie de reportajes acerca de los millonarios contratos que el hermano del presidente Rafael Correa Delgado mantenía con el Estado, Calderón debió afrontar una constante presión gubernamental. Esta presión se manifestó en una sentencia condenatoria que lo obligaba a él y al coautor de la investigación periodística, Christian Zurita, a pagarle 1 millón de USD cada uno a Correa por el supuesto daño moral que la investigación le había causado (esta sanción fue ‘perdonada’ por Correa en 2012). Y, posteriormente, en las sanciones económicas y allanamientos a la revista Vanguardia que codirigía. Los accionistas de la revista finalmente resolvieron cerrarla de manera definitiva en junio de 2013 (Mena, 2011; “Perdón sin olvido”, 2012; “Las últimas horas”, 2018).

- Carlos Jijón, cofundador La República

Jijón es un periodista con 38 años de experiencia. Fue director de noticias en Ecuavisa y vicepresidente de noticias en Teleamazonas. Ha colaborado también con diario Hoy, revista Vistazo, y la revista Mundo Diners (UDLA, 2016). En 2007, durante un conversatorio con la prensa, el entonces presidente Rafael Correa Delgado hizo desalojar a Emilio Palacio, entonces editor de opinión de diario EL UNIVERSO, del evento. En solidaridad, Jijón también se retiró, dando inicio a una difícil relación con el poder (“Correa sacó a editorialista”, 2007).

- Diego Cazar, cofundador La Barra Espaciadora

Cazar es cofundador de La Barra Espaciadora (LBE), “una revista digital de periodismo narrativo que nació en 2013 por iniciativa de un grupo de periodistas ecuatorianos independientes” (LBE, n.d.). Cazar fue reconocido por su labor en defensa de los derechos humanos tras publicar un reportaje acerca de las deplorables condiciones laborales en las haciendas de la empresa Furukawa Plantaciones C.A. del Ecuador (“Premios Mantilla”, 2019).

- Ana María Acosta, cofundadora Wambra.ec

Wambra.ec es un medio digital comunitario creado en 2010 que se especializa en (Wambra, n.d.). Wambra.ec ha sido reconocido en el 2018 y el 2019 con el Premio de Periodismo Eugenio Espejo, otorgado por la Unión Nacional de Periodistas del Ecuador, en la categoría reportaje en medio digital.

- José María León, cofundador de GK (GkillCity)

GK (anteriormente conocido como GkillCity) es un emprendimiento periodístico digital cofundado por León y en funcionamiento desde junio de 2011, originalmente con sede en la ciudad de Guayaquil. Su modelo editorial consistía en publicar artículos de opinión de diferentes ideologías escritos por profesionales de distintas ramas (actores, abogados, arquitectos, periodistas...) que desearan exponer sus ideas acerca de la sociedad que habitaban (Andrade, 2014, p.46). En poco tiempo, el proyecto logró gran notoriedad, alcanzando un hito en 2014 cuando recibieron 75,000 USD de la organización latinoamericana Media Factory como parte de una estrategia que buscaba consolidar, o ‘acelerar’, el desarrollo de emprendimientos digitales periodísticos en el continente. Un año después, el modelo de negocios implementado por León alcanzó un punto de quiebre cuando las dificultades económicas que atravesaba la empresa se manifestaron en las quejas de empleados impagos, la falta de contribuciones al Seguro Social, y en el descontento de centenares de colaboradores que aportaban con sus artículos sin recibir remuneración alguna (“Gkillcity promete saldar deudas”, 2015).

No obstante, el emprendimiento sobrevivió a las dificultades. En el 2017, cambió su nombre a GK y trasladó su sede a la ciudad de Quito. Para resolver los problemas de dinero, León contrató a una gestora de fondos no reembolsables, también llamados ‘grants’ o subvenciones:

### **3.7 Conceptualización & Operacionalización**

Conceptualización y operacionalización son dos conceptos muy ligados. La conceptualización es el refinamiento y especificación de los conceptos abstractos trabajados en el marco teórico, y la operacionalización es el desarrollo de procedimientos (operaciones) específicos de investigación que devendrán en observaciones empíricas representativas de esos conceptos en el mundo real (Babbie, 2013, p.128).

A continuación, se sistematizan estos conceptos abstractos en preguntas concretas que toman como referencia los linchamientos de Posorja y enfocadas en: establecer las características del periodismo contemporáneo; identificar los antecedentes históricos que ilustran los cambios en los sistemas de valores dentro del ejercicio periodístico; explicar los fundamentos teóricos que explican el fenómeno comunicativo que resulta del uso de nuevas

tecnologías de información para la difusión de noticias; dilucidar la forma el periodismo contemporáneo manifiesta los valores de una sociedad posverdad; y estimar las consecuencias, positivas o negativas, de la falta de regulación al flujo comunicativo en redes sociales y servicios de mensajería instantánea.

### **3.7.1 Actores inmediatos**

- ¿Podría narrar, desde su perspectiva, lo acontecido el 14 de octubre de 2018 en Posorja? (¿Cómo se enteró? ¿Dónde estaba usted? ¿Qué fue lo que pensó? etc.)
- ¿Cuáles fueron los rumores que circularon ese día? ¿De qué forma se propagaron? ¿Quiénes lo difundieron? ¿Cuáles fueron los medios más utilizados para su propagación?
- ¿Quiénes fueron los instigadores del linchamiento? ¿Qué exigían los manifestantes?
- ¿Cómo describiría el ‘sentir popular’ en ese momento? ¿Y en los días posteriores?
- El origen del linchamiento fue el robo de 240 USD y dos celulares. ¿Conoce a las víctimas del robo? ¿Ellas son parte de la comunidad? ¿Conoce si ellas declararon algo con respecto a los sucesos o a los falsos rumores difundidos?
- ¿Cuál considera que fue el rol de los medios de comunicación tradicionales en este suceso?
- ¿Cuál es su opinión con respecto a que muchos ciudadanos hayan registrado y compartido con sus teléfonos celulares lo ocurrido aquel día?

### **3.7.2 Periodistas digitales**

La presente investigación parte de la premisa de que el ideal de la ‘objetividad periodística’ fue en realidad una herramienta de mercadeo que posibilitaba apelar a las masas, en tiempos en los que la cantidad de medios de comunicación era limitada debido al alto costo que representaba su constitución. Sin embargo, ahora cualquier persona puede comunicarse con las masas por medios digitales, el ideal de la ‘objetividad periodística’ pierde vigencia. En su lugar, reaparecen formas de periodismo anteriores al siglo XIX, caracterizadas por comentarios tendenciosos que apelan a nichos de mercado o audiencias específicas. En lugar de tener un solo canal por el cual llegar a una audiencia heterogénea, resulta ahora mucho más rentable apelar a las masas por medio de múltiples canales, cada uno personalizado de acuerdo con los gustos o intereses del consumidor.

- ¿Qué opina usted de esta premisa? ¿Es la objetividad periodística una estrategia de mercadeo obsoleta?

- ¿Qué opina del sesgo político o ideológico en medios de comunicación públicos y privados? ¿Tradicionales y digitales?
- ¿Qué opina usted del periodismo activista?
- ¿Cuál piensa es la mejor forma de financiar emprendimientos periodísticos?  
(¿A todos los que escriben o colaboran con este medio les pagan por sus contribuciones?)

Otra premisa de esta investigación es que el periodismo del siglo XXI debe enganchar emocionalmente con su audiencia. Y, una forma lucrativa de enganchar con la audiencia es la organización de eventos, festivales, conversatorios, etc. Estos encuentros, que usualmente recaudan ingresos por patrocinios o tarifas de admisión, pueden llegar a representar un porcentaje importante de las ganancias anuales de un emprendimiento digital.

- ¿Qué opina usted de este rol del periodismo contemporáneo? ¿Deben los periodistas ser también organizadores o animadores de eventos?
- ¿Qué opina usted del periodismo cómico, satírico, como aquel popularizado por el Daily Show de Jon Stewart (ahora conducido por Trevor Noah) o el Late Show de Stephen Colbert?
- ¿Qué opina usted del hecho de que un porcentaje significativo de la población se mantiene ahora al tanto de las noticias por medio de estas formas de periodismo de entretenimiento?

Otra premisa de la presente investigación es que las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICs) han cambiado el modelo tradicional: en lugar de ser un emisor para muchos receptores, ahora tenemos muchos emisores para muchos receptores. Y así, otra forma de enganchar emocionalmente con las audiencias es utilizando los medios sociales para generar discusión, impulsar esfuerzos colaborativos, forjar un sentido de comunidad.

- ¿Qué opina usted del rol que los ciudadanos tienen ahora en el proceso de creación y difusión de contenido (ej. noticias) por medio de redes sociales y servicios de mensajería instantánea?
- ¿Cuál es el rol del periodista en el proceso de asimilación de este flujo constante de contenido creado por ciudadanos?
- ¿Cuál es la estrategia de este medio para generar audiencia en medios sociales?

Otro presupuesto de esta investigación es que la rapidez con la que se producen las noticias empuja a medios periodísticos a difundir noticias inmediatas, no verificadas. De no hacerlo el público recurriría a redes sociales en busca de información.

- ¿Qué opina usted de esta premisa? ¿Es correcto compartir información no corroborada, así sea advirtiendo su posible falsedad?

Esta investigación también establece como premisa que los periodistas son corresponsables de la creciente desconfianza ciudadana en instituciones sociales encargadas de certificar el conocimiento (ej. instituciones académicas o científicas u órganos de control del estado) dado que, en su afán de presentar todas las perspectivas de una problemática sin favorecer a ninguna de las partes, pero, a la vez, presionados por la inmediatez de las noticias, terminan reduciendo la realidad a dos extremos contrapuestos. Así, en nombre de la objetividad periodística, por ejemplo, un reportero puede distorsionar la realidad al contraponer el testimonio de un científico de la NASA con el de alguien que afirma que la tierra es plana, como si estas dos opiniones gozaran del mismo peso o credibilidad.

- ¿Considera que la práctica periodística de darle igual tiempo de pantalla o de palabras a dos protagonistas de una historia manipula la realidad al reducir una problemática a dos extremos contrapuestos e induciendo a pensar que ambos argumentos tienen similar peso o importancia?
- ¿Qué opina usted de la manipulación narrativa que magnifica un lado de la historia para involucrar emocionalmente a la audiencia?

Y, finalmente, esta investigación toma como referente el caso de los linchamientos en Posorja, acontecidos el 16 de octubre de 2018. Tres personas fueron linchadas, el UPC fue destruido, cinco motos policiales incendiadas, once personas sentenciadas a prisión por los disturbios. Y todo fue resultado de los falsos rumores que circularon aquel día en los que se acusaban a tres presuntos delincuentes de ser secuestradores de niños.

- ¿Qué opina de los ‘fake news’? ¿Deberían ser las noticias falsas consentidas en aras de proteger el anonimato en la red y la libertad de expresión? O, ¿se debería sancionar civil y penalmente a todo aquel que realice publicaciones que alteren el orden público?

### 3.8 Discusión general de los resultados de los instrumentos y técnicas aplicadas

La presente investigación aplicó una metodología de investigación de campo cualitativa, de carácter exploratorio, enfocada en el ‘estudio de caso’ y utiliza la ‘entrevista cualitativa’ como técnica de recolección de datos. La población la compusieron los ‘actores sociales’, quienes tuvieron participación directa del suceso, y los ‘periodistas digitales’, quienes median entre los acontecimientos y las herramientas comunicativas que permiten su difusión. Y, para determinar la muestra, se utilizó el ‘muestreo subjetivo por decisión razonada’. La muestra de periodistas la integraron laureados comunicadores con reconocida experiencia en el medio digital. Todos coincidentemente radicados en Quito, capital del Ecuador. Y así, las entrevistas debieron realizarse en Quito, en un periodo aproximado de dos semanas, a inicios de marzo de 2020, antes de la pandemia del COVID-19. Una de las preguntas planteadas a los periodistas indicaba lo siguiente:

Otro presupuesto de esta investigación es que la rapidez con la que se producen las noticias empuja a medios periodísticos a difundir noticias inmediatas, no verificadas. De no hacerlo el público recurriría a redes sociales en busca de información. ¿Qué opina usted de esta premisa? ¿Es correcto compartir información no corroborada, así sea advirtiéndole su posible falsedad?

En cada entrevista se repetía una respuesta similar: no es correcto compartir información no corroborada, ni siquiera advirtiéndole su posible falsedad. Y, cada entrevistado profundizaba en la importancia de no traicionar la confianza de las audiencias, en la importancia de mantener el prestigio o la credibilidad de un medio, en no comprometer los principios periodísticos o deontológicos, en no ser parte de la desinformación, en fin. Todos coincidían en que no era lo correcto.

Y así, al regresar a Guayaquil y sistematizar las respuestas obtenidas, se procede a comprobar lo asegurado por los entrevistados. Ellos indicaban que lo correcto era que los periodistas guardaran silencio en torno a una noticia no confirmada. Para corroborar si la teoría se aplicaba en la práctica, se decidió aislar los tuits publicados por los comunicadores o por los medios de comunicación durante la cobertura de los disturbios en Posorja, registrados el 16 de octubre de 2018. Twitter fue escogido como fuente de la muestra por ser una red social particularmente popular entre los comunicadores alrededor del mundo (PEN America, 2017). Utilizando la herramienta de búsqueda avanzada de la misma red social, se compuso una muestra conformada por 35 tuits.

La muestra, desafortunadamente, señaló una preocupante realidad: muchos periodistas profesionales no parecen aplicar los principios periodísticos, los códigos deontológicos, al trabajo práctico de campo que realizan. En el caso concreto de lo estudiado se determinó que casi todos los periodistas o medios de comunicación cubriendo la noticia habían difundido el falso rumor de un frustrado secuestro de niños. Forgas et al (2019) explican que repetir palabras como ‘secuestradores de niños’ al margen de si se las antecede con las palabras ‘supuestos’ o ‘presuntos’ genera un ‘efecto de verdad inducida por repetición’. Lo correcto, lo ético, habría sido no repetir este falso rumor sin confirmación. O, por lo menos contrastar ese rumor con información de fuentes oficiales. Sin embargo, esto no ocurrió. Los periodistas, ese día, fueron simples portavoces de un falso rumor que derivó en el salvaje asesinato de tres seres humanos.

Algo también observado en esta muestra fue que muchos periodistas reportaban acerca de los acontecimientos en Posorja, tuiteando desde sus cuentas personales. Y, que lo publicado no eran solamente reportes periodísticos sino comentarios u opiniones por igual.

Y, finalmente, algo asimismo notado en la muestra de tuits fue que no solamente los medios de comunicación y los periodistas tuiteaban sobre los acontecimientos en Posorja. Otros actores, identificados por este estudio como ‘paramedios’, asumían por igual la tarea de informar. En el documento se define a los ‘paramedios’ como:

[E]mprendimientos seudoperiodísticos, de carácter anónimo, usualmente operados desde Twitter, que comparten material multimedia, reciente o inmediato, sin censura de contenido, sin discriminar fuentes de origen. Los paramedios que prosperan, que suman seguidores, suelen compartir material real.

Temas como el rol de los periodistas en la propagación de falsos rumores, el surgimiento de los ‘paramedios’, la línea entre el periodismo de las noticias y el periodismo de opinión, el uso de las redes sociales por parte de los periodistas, o el rol de las organizaciones dedicadas al fact-checking (desmentidos), emergieron de aquella línea primaria de recolección de datos, la cual, a su vez, nace de las entrevistas cualitativas realizadas. Nace del patrón de respuesta de los entrevistados: no es correcto compartir información no corroborada, ni siquiera advirtiendo su posible falsedad.

Otra de las preguntas realizadas a los entrevistados tenía que ver con la objetividad como valor intrínseco del periodismo o como posible estrategia de mercadeo implementada durante la era industrial para apelar al mercado de masas—estrategia que habría perdido su

propósito en un fragmentado mercado digital. De las respuestas de los entrevistados, surge el tema de la falta de transparencia en muchos medios de comunicación.

Para poner a prueba esta otra idea planteada, la idea de que los medios habrían generado desconfianza en las audiencias al no ser transparentes con respecto a sus criterios editoriales, con respecto a lo que determina las noticias que se publican, se decidió analizar los procesos editoriales aplicados por Diario EL UNIVERSO, uno de los medios de comunicación más importantes de Guayaquil y del Ecuador. Para ello, se conformó una muestra con material publicado por EU Content, empresa de ‘native advertising’ del mismo diario. Este material se recuperó de la sección ‘Patrocinados’, del sitio web de EL UNIVERSO. El artículo promocionado más antiguo en esta sección, data de inicios de 2019. Igualmente, a la muestra se incorporaron noticias correspondientes al mes de julio de 2020 que, sin ser etiquetadas como ‘contenido patrocinado’ o ‘publicitario’, distaban mucho de ser ‘noticias’. De esta muestra se identificaron preocupantes deficiencias en claramente diferenciar el contenido patrocinado del material noticioso.

Finalmente, para comprender la enorme complejidad del fenómeno social, se recurrió a los ‘actores sociales’, quienes participaron del proceso o fueron testigos directos de los linchamientos en Posorja. En base al testimonio de estos actores, se desarrollaron líneas de investigación que permitieron recomponer el contexto histórico, social, y económico en el cual se dieron los hechos. Este contexto fue sustentado por fuentes históricas primarias, material estadístico, o noticias.

Adicionalmente, para reconstruir el confuso relato de los linchamientos, de los disturbios, se recolectó material multimedia de testigos presenciales, publicado en la red social Twitter. Este material fue ordenado cronológicamente tomando como referencia: los testimonios judiciales recogidos en contra de los procesados por los asesinatos, las entrevistas realizadas a los actores sociales, y evidencia visual que diera cuenta de si un video antecedía a otro. Por ejemplo, se buscaban huellas de impactos de bombas explosivas en la fachada de la Unidad Comunitaria de Posorja (UPC) u otra evidencia visual para determinar la ubicación de un video en la línea del tiempo.

Igualmente, de las entrevistas se pudo determinar que el eco de los falsos rumores aún persiste en Posorja. Y, por ello, se incluyó como último apartado del informe, la responsabilidad que los consumidores de medios, que la ciudadanía en general tiene en situaciones de disrupción del orden social, causados por la difusión de mala información. Es

decir, la responsabilidad que conlleva compartir ‘noticias’ falsas o falsos rumores. Y, se complementó esta línea explorando el interés que despierta la ‘alfabetización mediática’ como posible solución a los fenómenos de desinformación.

## **CAPÍTULO IV**

### **INFORME FINAL**

Creo que de alguna manera este tema de las redes está ‘aborregando’ a los periodistas, está confundiendo su papel. Hay personas que se llaman periodistas que creen que porque ponen su muy respetable rostro en cámaras y dan su muy sabia opinión están haciendo periodismo. Y lo que yo creo es que no son periodistas sino ‘influencers’. Y sí, tienen todo el derecho a ser ‘influencers’, pero no digas que eres periodista. Entonces, sí me parece que ahí hay un problema. Se ha abandonado y cada vez se abandona más el periodismo de profundidad, el periodismo de inmersión, el periodismo, incluso, de investigación. Se piensa que investigación es sólo ir a denunciar los robos del gobierno anterior, o de este gobierno, o de cualquier gobierno. Cuando la investigación sobretodo tiene que ver con tener acceso a los datos que te permiten construir una historia. Si vos no tienes una buena historia, si no puedes construir una historia, ninguna investigación sirve, nada sirve. Entonces, este tipo de periodismo creo que, no sé si decir que está en peligro de extinción, tal vez estoy exagerando, pero en Ecuador lo veo cada vez menos. (Juan Carlos Calderón, comunicación personal, marzo 11 de 2020)

El presente análisis responde a la pregunta planteada al inicio de este trabajo de investigación: ¿De qué forma el periodismo contemporáneo ha promovido la creación y difusión de noticias falsas en redes sociales y servicios de mensajería instantánea y cómo se puede regular este ejercicio comunicativo sin afectar la libre expresión? Y, este análisis utiliza como caso de estudio los linchamientos ocurridos en Posorja en octubre de 2018.

Sin embargo, antes de responder como tal a la pregunta planteada, o de asignar responsabilidades o soluciones, resulta indispensable establecer un claro contexto que permita apreciar la complejidad del fenómeno. Por ello, la primera sección de este informe, responde a esta necesidad y fue construida a partir de las herramientas de investigación descritas en el capítulo anterior.

#### **4.1 De los periodistas**

##### **4.1.1 De los falsos rumores como noticias**

Cuando comenzó este tema, después de una hora más o menos. [...] [Los policías que estaban alrededor mío] me decían: “Mayor, mire. ¡Estamos en las redes sociales!”

Había gente que estaba transmitiendo. ¡Transmitiendo! Y, no les importaba la vida de las personas. Había gente que se dedicaba a filmar los hechos que estaban sucediendo, en vez de hacer entrar en razón a la gente y decir “no son, no son personas que quisieron secuestrar a niños, no son personas que quisieron cometer ese delito”. (Mayor Diego Castro, comunicación personal, marzo 2 de 2020)

De la Tabla 1, que contiene los tuits publicados por periodistas o medios de comunicación durante la jornada de protestas en Posorja, el 16 de octubre de 2018, se distingue que, desde el inicio de la cobertura, los periodistas etiquetan a los detenidos como ‘presuntos secuestradores de niños’. Sin embargo, ninguno incluía en el mismo tuit: ‘la policía lo desmiente’. Diario EL UNIVERSO, inicialmente, se abstuvo de repetir este falso rumor, limitándose a reportar los hechos: “Desmanes en Posorja, populacho incendia un vehículo y tiran piedras a la Policía” (El Universo, 2018). Desafortunadamente, en su siguiente tuit, 41 minutos después, incorporan el falso rumor a su discurso: “Continúan los desmanes en Posorja; populacho quiere linchar a supuestos secuestradores de niños”.

Igualmente, es posible notar que muchos periodistas justifican las acciones de los pobladores de Posorja, que justifican el asesinato de tres personas detenidas por estafa, calificando estos asesinatos como ‘ajusticiamiento’. Otros, incluso, editorializan el contenido añadiendo que la culpa es del ‘sistema judicial’:

Sin justicia la gente se la toma por mano propia. Uno puede ser súper crítico de lo que pasó en Posorja pero la verdad es que si la víctima era uno de mis hijos yo habría estado en primera fila acabando con sus victimarios. Esto solo se resuelve cuando la justicia funcione. (Vera, 2018)

“Comprensible, comprensible. Sí, es perfectamente comprensible. Ni un poco reprensible. Es tan defendible”, repetía el coro perfectamente articulado de periodistas en la escena titulada “We Both Reached for the Gun” del musical “Chicago” (Marshall, 2002). En la ciudad del mismo nombre, en 1924, Roxie Hart asesina a tiros a su amante y contrata al abogado Billy Flynn para que la represente. Flynn manipula a los periodistas, como perfectas marionetas, para que repitan su historia al detalle. Resulta realmente escalofriante pensar que la mala información o la desinformación puedan reducir a todo un conjunto de periodistas profesionales a simples marionetas, todas repitiendo en coro la misma falsedad.

**Tabla 1**

*Muestra de tuits publicados por periodistas o medios de comunicación cubriendo sucesos en Posorja, el 16 de octubre de 2018.*

	Hora	Medio*	Tuit**
01	14h20	Henry Dueñas	Posorja #Guayaquil, populacho intenta linchar a hombres <b>acusados de robar niños, policía los protege</b> en Tenencia Política, noticia en desarrollo @comunidadgye @EcuavisaInforma 0997933034 @ayudamehenry.
02	15h13	Jorge Rendón	Disturbios y taxi incendiado en Posorja, Guayas donde viajaban <b>presuntos secuestradores de menores.</b> Comunidad enardecida. Policía investiga el hecho.
03	15h30	El Universo	#Atención (EN VIVO) Desmanes en Posorja, populacho incendia un vehículo y tiran piedras a la Policía. ► <a href="http://ow.ly/MU8X30mg8lg">http://ow.ly/MU8X30mg8lg</a> .
04	15h36	Radio Sucre 700 AM	#ATENCIÓN DISTURBIOS   Moradores enardecidos de #Posorja incendian un taxi, <b>presuntamente</b> que llevaban a <b>4 menores que fueron secuestrados por individuos</b> #SucreInforma.
05	16h11	El Universo	Continúan los desmanes en Posorja; populacho quiere linchar a <b>supuestos secuestradores de niños.</b> VIDEOS ► <a href="http://ow.ly/zoBa30mga5s">http://ow.ly/zoBa30mga5s</a> .
06	16h17	Gustavo Navarro	#Posorja : Turba pide le entreguen a los <b>supuestos secuestradores de niños que fueron capturados</b> , en protesta logran volcar vehículo y quemarlo (Noticia en desarrollo) @noticierouno @CanalUnoTv.
07	16h31	Jorge García	URGENTE: Populacho incendia UPC en Posorja en Guayas .Los habitantes querían linchar a sujetos que <b>habían intentado secuestrar a dos menores en un taxi.</b> @J67Rendon @periodista8 @XavierCastroF @elnoticierotc tctelevision @tctvjthoret.
08	16h34	Nikolle Kalil	Habitantes de la parroquia Posorja quisieron quemar vivos a unos <b>secuestradores de niños.</b> Los detalles en EXCLUSIVA EN @elnoticierotc.
09	16h49	Gustavo Navarro	Situación en #Posorja toma ribetes de vandalismo incontrolado... Ahora queman motos de la @PoliciaEcuador piden apoyo y hay presencia de @armada_ecuador y @CTEcuador vealo en @noticierouno @CanalUnoTv.

10	16h49	Ecuadorinmediato	#URGENTE: Habitantes de #Posorja #incendian #UPC para hacer " <b>justicia a mano propia</b> " contra presuntos " <b>robaniños</b> ". Detención de cuatro personas que <b>presuntamente habrían intentado secuestrar a menores de edad</b> derivó en una protesta general <a href="https://bit.ly/2ylYOz8">https://bit.ly/2ylYOz8</a> .
11	16h55	Noticiero 24 Horas	#Ahora desmanes en #Posorja Tres personas fueron detenidas tras un confuso incidente en que cientos de ciudadanos protestan por un <b>supuesto secuestro de niños</b> en Posorja. La protesta se dio porque <b>supuestamente se drogó a niños con escopolamina</b> .
12	16h58	GamaNoticias	#Guayas: En #Posorja se registran violentos incidentes. Los <b>moradores denuncian</b> que varias personas <b>intentaban secuestrar a cuatro niños</b> . El vehículo en que se movilizaban fue quemado. Los detalles en #VecinosEnTv, 05H30 y 12H30, por @Gamavisionecu.
13	16h58	Marlon Chica	Replying to @JORGEGARCIA198 @J67Rendon and 5 others. URGENTE: Turba enardecida quemó un taxi donde <b>4 individuos trataban de secuestrar a dos niños</b> , luego prendieron fuego al UVC de Posorja en el cantón Playas. Varios videos corlan en redes. @TelediarioEC.
14	17h00	El Universo	(Actualización) Desmanes en Posorja, populacho golpea a <b>supuestos secuestradores</b> e incendia vehículos. ► <a href="http://ow.ly/i3bC30mgbWo">http://ow.ly/i3bC30mgbWo</a> .
15	17h01	Diario Expreso	ATENCIÓN ► □ Ciudadanos queman el UPC de Posorja como parte de una protesta por detención de cuatro personas que <b>habrían intentado secuestrar a dos menores de edad</b> . Noticia en desarrollo.
16	17h05	Luis A. Ruiz	Incidentes en Posorja: Comunidad indignada quema UPC pretendiendo aplicar <b>justicia por propia mano a supuestos secuestradores de menores que Policía había capturado</b> . También quemaron taxi en el que pillos <b>intentaron huir</b> . Noticia en desarrollo @teamazonasec.
17	17h24	Diario Extra	¡Muerte y fuego en Posorja por cuatro detenidos <b>acusados de supuesto rapto!</b> ► <a href="https://bit.ly/2J26AIN">https://bit.ly/2J26AIN</a> .
18	17h25	Luis A. Ruiz	HORRENDO: Ellos serían los detenidos que fueron arrebatados a la Policía en Posorja. En las redes circulan impactantes fotos de cuerpos quemados que aseguran son de ellos señalando que están muertos @teamazonasec.

19	17h26	Noticiero UNO	#Nacional La alarma de un <b>supuesto robo de niños</b> movilizó a gran parte de la población en Posorja, provincia del Guayas. Luego, con piedras y palos exigió se les entregue a dos hombres detenidos. De acuerdo a versiones preliminares los golpearon hasta morir.
20	17h28	Diario Expreso	Caos termina con la muerte de tres <b>sospechosos de secuestro</b> en Posorja ► <a href="https://bit.ly/2EziyVA">https://bit.ly/2EziyVA</a> .
21	17h28	Jeoconda Loor	#ULTIMAHORA Turba enardecida a justicia con la muerte a <b>presuntos secuestradores de niño</b> en #Posorja... La muchedumbre le arrebató a los 3 detenidos que estaban en poder de la @PoliciaEcuador, los golpean y los queman vivos... <b>los acusaban de robar a 4 niños en este taxi.</b>
22	17h29	La Historia	Violencia en Posorja. El populacho enardecido mató a tres <b>presuntos secuestradores de niños</b> . Noticia en desarrollo.
23	17h34	El Universo	(Actualización) Se confirma la muerte de tres <b>presuntos secuestradores</b> (dos hombres y una mujer) linchados por el populacho en Posorja. ► <a href="http://ow.ly/EIZq30mgda">http://ow.ly/EIZq30mgda</a> .
24	17h34	Radio Sucre 700 AM	#ATENCIÓN   En #Posorja el populacho enardecidos <b>hacen justicia con sus propias manos, se confirma la muerte de los tres secuestradores</b> #SucreInforma.
25	17h35	Jeoconda Loor	Horrendas imágenes de ajusticiamiento en #Posorja... Muchedumbre enardecida toma <b>justicia por mano propia</b> y acaba con la vida de 3 <b>presuntos secuestradores de niños... Los 4 menores habrían sido escopolaminados para secuestrarlos... una niña estaría grave!</b>
26	17h54	Luis A. Ruiz	Parte de los incidentes suscitados en Posorja en las últimas horas. Policía aún tenía control de UPC que ahora está quemado @teleamazonasec.
27	17h54	Carlos A. Vera	<b>Sin justicia la gente se la toma por mano propia.</b> Uno puede ser súper crítico de lo que pasó en Posorja pero la verdad es que <b>si la víctima era uno de mis hijos yo habría estado en primera fila acabando con sus victimarios.</b> Esto solo se resuelve cuando la justicia funcione.
28	17h57	Bessy Granja	Incidentes en Posorja: Comunidad indignada quema UPC pretendiendo <b>aplicar justicia por propia mano a supuestos secuestradores de menores</b> que Policía había capturado. También <b>quemaron taxi en el que pillos intentaron huir.</b>
29	18h01	La Hora Ecuador	[#Video] Tres <b>presuntos secuestradores</b> fueron asesinados

			hoy por el populacho de la parroquia rural de #Posorja, en #Guayaquil, por <b>supuestamente secuestrar a niños.</b> ► <a href="http://bit.ly/2OqTFjj">http://bit.ly/2OqTFjj</a> #Ecuador
30	18h14	Steeven Macías	Este es el momento exacto en el que ingresan al cuartel de policía para <b>ajusticiar a los acusados de roba-niños</b> que estaban detenidos en Posorja... La policía nada pudo hacer para detener la masacre... Algunos incluso ingresaron por el techo de la edificación.
31	18h18	La Historia	Al grito de " <b>el pueblo unido jamás será vencido</b> ", tres <b>presuntos secuestradores</b> fueron golpeados hasta morir, en Posorja, parroquia de #Guayaquil. La Fiscalía del #Guayas comenzó investigación. Tres policías también resultaron heridos.
32	19h05	Carola Artieda	Populacho enardecido de #Posorja lincha hasta la muerte a 2hombres y 1 mujer <b>acusados de robar niños.</b> Levantamiento dejó un destacamento destrozado, un taxi quemado y varios heridos. Detalles @noticierouno 20h00.
33	21h13	Ecuavisa Noticias	¿Qué pasó en #Posorja?, ¿a quienes linchó el populacho y por qué lo hizo? Comandante de la #Policía responde: <a href="http://bit.ly/2P1vTd1">http://bit.ly/2P1vTd1</a>
34	22h40	Andrés Guschmer	Recién veo las imágenes de lo sucedido en Posorja. Tremendo. Sin palabras. Impactante desde todo punto de vista. Muchos coincidiremos q este tipo de criminales merece el mayor rigor por parte de la ley, pero les pregunto: <b>están de acuerdo con tomar justicia por sus propias manos?</b> Sí. Aquí no hay justicia 57.6%.   No. Merecen ser juzgados.42.4%. Final results · 10,582 votes
35	22h41	Henry Dueñas	<b>Cuando el sistema judicial falla</b> , la barbarie se toma las calles y nos convertimos en salvajes @Posorja #Guayaquil sus calles convertidas en ira de salvajes.

*Nota.* La muestra presente en la tabla fue generada utilizando la herramienta de búsqueda avanzada de la red social Twitter (disponible en <https://twitter.com/search-advanced>) para aislar los tuits publicados el día 16 de octubre de 2018. El algoritmo presenta cientos de tuits, de acuerdo con criterios como: la respuesta de la comunidad ante el tuit, la cantidad de seguidores de la cuenta generadora del tuit, o la temática vinculada al tuit en cuestión. De estos resultados, se aisló todos los tuits disponibles publicados por periodistas o medios de comunicación desde que inicia la cobertura de los acontecimientos en Posorja (el primer tuit

registrado fue publicado a las 14h20) hasta las 18h00, aproximadamente. Los tuits restantes (siendo el último tuit de la muestra publicado a las 22h41) fueron seleccionados porque aportaban o complementaban datos de lo estudiado. Los enlaces a cada tuit pueden encontrarse en la lista de referencias, al final de este documento. Se encuentran ordenados alfabéticamente según el apellido de su autor o según el nombre del medio.

\* Medio = Medio de comunicación o periodista.

\*\* Tuit = Tuits publicados en red social Twitter.

Fuente: Red social Twitter.

#### **4.1.2 De los ‘paramedios’**

De la Tabla 1 se observa que uno de los medios de comunicación más importantes del país, Ecuavisa, se encontraba aquella tarde manifiestamente ausente de la cobertura en redes sociales de lo acaecido en Posorja. El primer tuit se registra después de la emisión de su noticiero estelar. Y, no repite los falsos rumores: “¿Qué pasó en #Posorja?, ¿a quienes linchó el populacho y por qué lo hizo? Comandante de la #Policía responde” (Ecuavisa Noticias, 2018). Se pondría pensar que esta es la solución al problema de la desinformación: guardar silencio hasta disponer de todos los datos. Desafortunadamente, no es así.

Como indicaba Coombs (2018), si una organización no explica lo que sucede, alguien más lo hará, en la medida en que el cerebro humano detesta la ambigüedad.

El presente trabajo postula que ese es el rol que asumen los ‘paramedios’. Con base en lo estudiado, se sostiene que los ‘paramedios’ son emprendimientosseudoperiodísticos, de carácter anónimo, usualmente operados desde Twitter, que comparten material multimedia, reciente o inmediato, sin censura de contenido, sin discriminar fuentes de origen. Los ‘paramedios’ que prosperan, que suman seguidores, suelen compartir material real. Quienes operan estos emprendimientos pueden hacerlo porque desean mantener informada a una determinada comunidad o porque persiguen una determinada agenda, usualmente política. Las fuentes del material publicado suelen ser testigos presenciales que desean gozar del reconocimiento de una determinada comunidad, o informantes, incluso periodistas, que no pueden compartir ese material de otra forma, atendiendo, por ejemplo, normas contractuales.

Uno de los ‘paramedios’ más importantes de Guayaquil es @Cupsfire\_gye. Carlos Moreno inicia esta cuenta en el 2013 para informar a la comunidad de bomberos voluntarios

de las emergencias que se presentaban en la ciudad. Y, compartía material que remitían bomberos desde el sitio de las emergencias (“No sabía de Twitter”, 2015). Durante situaciones de vertiginosidad informativa extrema, como los disturbios generados por las protestas sociales de octubre de 2019, en Ecuador, ‘paramedios’ como @Cupsfire\_gye asumieron un notable liderazgo informativo. Otros ‘paramedios’ han emergido desde entonces. @VidsViralesEc, @EmergenciasEc, o @EcuadorPlay, son algunos ejemplos.

Indudablemente, algunos ‘paramedios’ tienen una agenda política y procuran mostrar material multimedia que ensombrezca la administración pública de algún rival, por ejemplo. Sin embargo, siendo el material que comparten real, al margen de sus intenciones, contribuye al ampliar y diversificar el espectro de información disponible.

Si tú miras el contexto general, el papel de un medio alternativo sí es dar discursos alternativos a los que los medios masivos están planteando. Por ejemplo, en momentos como lo de octubre [2019], eso es lo que sucedió. Las mismas personas que miraban la televisión de forma, digamos, nacional, masiva, decían:

—Aquí algo nos están ocultando. Algo está aquí pasando.

La diferencia fue que hace 10 años, si una audiencia, si tú como consumidor de un medio decías:

—Algo nos están ocultando. Y, ¿ahora dónde verifico? Voy a prender la radio.

Y la radio decía lo mismo.

—No, voy a leer el periódico.

Y el periódico decía algo similar. [...]

Pero ahora en cambio, la gente, si es que Teleamazonas o Ecuavisa no les está diciendo algo, y no lo leen en la prensa, dicen:

—Bueno, voy a las redes sociales. ¡Ah, mira! Acá alguien lo está diciendo. ¡Ah, mira! Ahora me voy a googlear. ¡Ah mira! Acá está un medio, hay una radio digital, hay un programa de televisión digital.

Hay tantas opciones para que las audiencias puedan contrastar por sí solas. Lo que está pasando [es] que en esas tantas opciones que hay, los medios ya no tienen la centralidad del poder. (Ana María Acosta, comunicación personal, marzo 6 de 2020)

Por supuesto, la periodista Ana María Acosta no se refiere a los ‘paramedios’ en la cita anterior. Y es que un ‘paramedio’ no se atiene al rigor periodístico ni a códigos deontológicos. Sin embargo, la comunicadora sí se refiere a suplir la necesidad que existe por productos periodísticos que representen a los distintos sectores, grupos, etnias, o minorías al interior de una sociedad. De lo contrario, se produce un vacío. Y ese vacío de información lo pueden llenar rumores, mala información, o desinformación.

#### **4.1.3 De los desmentidos**

Este esquema de desinformación nos ha cogido desprevenidos a muchos. Y, hay que reconocer que el periodismo ha estado desprevenido. De hecho, en el Ecuador el único portal de verificación de información es Ecuador Chequea, que tiene, además, una certificación Poynter. Pero el resto de medios no han incorporado la verificación como uno de sus formatos. Evidentemente, hacen verificación al momento de contrastar una información, pero el género ‘verificación’ no lo han incorporado. Entonces, claro, no hacen ese tipo de aclaraciones, no se atreven a decir “estos señores no son secuestradores”.

Desde una perspectiva periodística, y entendamos esa lógica, tampoco resulta muy fácil. Lo que tú tienes que hacer ahí es decir simplemente los hechos son tales. [...] No podemos decir que son secuestradores pero tampoco podemos decir que no son secuestradores. Lo que podemos es contar los hechos y usted saque las conclusiones. Ese es el trabajo periodístico normal. Ahora, en situaciones como estas, en situaciones de desinformación, yo creo que sí toca dar un paso más y salir a desmentir informaciones que son evidentemente falsas, que están comprobadas que son falsas. (César Ricarte, director FUNDAMEDIOS, comunicación personal)

El flujo de información falsa es tan abundante ahora que la cantidad de organizaciones dedicadas al ‘fact-checking’, es decir, a verificar la veracidad de los datos o de la información contenida en noticias circulantes, se ha incrementado exponencialmente de 44 organizaciones en 2014 a 188 organizaciones para el 2019 (PEN America, 2017; Stencel, 2018). De estas, 18 operan en América Latina y Ecuador Chequea, iniciativa de FUNDAMEDIOS, es la única en el país que pertenece a la red internacional de fact-checking (IFCN, por sus siglas en inglés) del Instituto Poynter. Sin embargo, no son pocos los desafíos que enfrentan las organizaciones dedicadas a corroborar la autenticidad de lo publicado.

El principal desafío es dar alcance a las mentiras que se propagan por medios sociales de manera inmediata. Si el desmentido no se presenta enseguida, en el mismo medio, utilizando el mismo formato, entonces no suele ser eficaz. Publicar una ‘noticia falsa’ es como lanzar una granada aturdidora (que produce un gran destello seguido de un ruido increíblemente fuerte), asegura Jestin Coler, propagador confeso de desinformación. Las ‘noticias’ falsas explotan por un día. Y, si llegas tres días después con un desmentido, llegaste tres días tarde (según cita PEN America, 2017, p.66). El problema es que un desmentido, a diferencia de la mentira que lo genera, requiere de un largo proceso que involucra recabar información, contactar fuentes, o proporcionar contexto.

Y, a esto se suma el problema del financiamiento. En Estados Unidos, la mayoría de organizaciones dedicadas a la verificación de información son financiadas principalmente por agencias noticiosas. En América Latina, en cambio, estas iniciativas se sostienen con contribuciones de organizaciones no gubernamentales, proyectos universitarios, o subvenciones. Y, por ello, el limitado presupuesto impide a estas organizaciones tener a más de un par de personas tratando de desmentir las miles de noticias falsas que se publican cada día. Y, por si fuera poco lo anterior, el formato en el que se comparten los desmentidos debe ‘apelar’ al gusto de las audiencias. Es decir, si la mentira fue propagada en un colorido formato multimedia, el desmentido debería publicarse en un formato similar para ser asimilado por esa misma audiencia. En conjunto, desmentir información falsa difundida por medios sociales es una tarea nada sencilla de la cual pocos medios tradicionales participan.

## **4.2 De la crisis de credibilidad**

### **4.2.1 De las opiniones**

“¿Están de acuerdo con tomar justicia por sus propias manos? Sí. Aquí la justicia no funciona. | No. Merecen ser juzgados (Guschmer, 2018)”, preguntaba un periodista, ahora concejal de la ciudad de Guayaquil, como si los linchamientos en Posorja se trataran de un juego de pelota. Ciertamente todos tienen derecho a expresar sus opiniones. Pero, de alguna forma, las opiniones de los periodistas suelen ser una potencial fuente de conflicto.

Eugenio Espejo. Eugenio Espejo es considerado como el padre del periodismo ecuatoriano. Es el patrono del periodista ecuatoriano. Eugenio Espejo lo primero que hace es fundar un periódico. El primer periódico que existe es el que funda Espejo en Quito: Las Primicias de la Cultura de Quito. ¿Qué es lo que quería Espejo? Difundir una idea de libertad. Entonces él tenía unos principios que quería defender. [...]

El periodismo de opinión tiene una parcialidad. Los que opinamos tenemos unas ideas que defendemos. Y defendemos esas ideas, impulsamos esas ideas. Pueden ser ideas de libertad, pueden ser ideas republicanas, pueden ser otro tipo de ideas. Pero, el periodismo de opinión es un periodismo que por definición es subjetivo. Juan Montalvo, es considerado un periodista. Juan Montalvo defendía ideas liberales. Juan Montalvo combatía la dictadura de Veintimilla. Juan Montalvo defendía la democracia. Y entonces él tenía unas ideas que defendía. Y él era subjetivo.

El periodismo de ideas, el periodismo de opinión es un periodismo subjetivo. [En] el periodismo de dar las noticias, cuando nosotros contamos los hechos, tenemos necesariamente que ser objetivos. (Carlos Jijón, comunicación personal, marzo 10 de 2020)

Desafortunadamente, la línea que separa el periodismo de dar las noticias del periodismo de las opiniones, se torna cada vez más borrosa. Alfonso Espinosa de los Monteros, por ejemplo, legendario presentador de noticias de la cadena Ecuavisa, símbolo de credibilidad del periodismo ecuatoriano, se siente en completa libertad de opinar, durante la emisión del noticiero estelar. Basta con colocar un banner que diga ‘Comentario’ en la parte inferior de la pantalla. La noche del 14 de octubre de 2019, luego de que el presidente Lenin Moreno acordara, por intermediación de las Naciones Unidas, derogar el decreto que eliminaba el subsidio estatal a los combustibles, Don Alfonso opinaba:

Bien conviene asimilar las lecciones que nos deja esta semana de convulsión y de violencia. La primera sensación: el gobierno fue sorprendido por la violencia inusitada que desplegaron células urbanas con claro signo de guerrilla.

¿Qué pasó? Es la pregunta. ¿Dónde estuvieron los servicios de inteligencia para facilitar una tarea de prevención? ¿Por qué los indígenas se dejaron ‘infiltrar’ por los desadaptados?

¿No deberían ahora informar a las autoridades [de] quiénes encabezan estos movimientos violentistas que se acercaron a ellos? ¿No deberían decir de dónde salió el dinero para financiar semejante movilización de indígenas con transporte, comida, teléfonos celulares, dinero en efectivo y más vituallas, incluso, con armas artesanales? (Comunicaciones Estratégicas, 2020)

El periodismo de dar las noticias debería remitirse a dar las noticias. Decir que quienes protagonizaron los disturbios eran ‘células urbanas con claro signo de guerrilla’ no es un hecho comprobable. Decir que ‘los indígenas se dejaron infiltrar por desadaptados’, tampoco lo es. Y asumir que los sectores indígenas no tienen la capacidad de financiar una protesta, menos. Sin duda, muchos se unieron a los disturbios para protestar por una medida gubernamental que consideraban desfavorable para sus intereses. No porque pertenecieran a guerrilla alguna o porque les pagaran. Y, al margen de si sus acciones durante los disturbios fueron las acertadas, no le corresponde al presentador del noticiero emitir un juicio al respecto. Lo que se consigue por medio de comentarios como aquellos es perder el respeto, perder la confianza de las audiencias.

Incluso, desde que la televisión por cable dio paso a los canales de noticias, existen programas híbridos que permanentemente mezclan las noticias con análisis o con opinión. Uno de estos programas es ‘Desayunos de 24 Horas’ transmitido por Telemazonas, conducido por Janeth Hinostroza. El 28 de marzo de 2020, mientras la ciudad de Guayaquil, capital productiva del Ecuador, con una población superior a los tres millones de habitantes era arrasada por la peste del COVID-19, con sistemas de salud colapsados, con muertos que se acumulaban en las aceras, desde Quito, la periodista Hinostroza opinaba:

Es increíble cómo incrementa cada día la queja. La queja, la queja, y la queja. Nos quejamos del sistema de salud pública, nos quejamos del 171, nos quejamos del gobierno. Nos quejamos del COVID. Nos quejamos. Los que están afuera, que se han quedado en los aeropuertos afuera, se quejan. Todo el mundo se queja. Y, lo que necesitamos en este momento es una población proactiva, que pueda entender la situación y aportar con soluciones.

Recibí esta mañana un video que realmente me dejó impactada. Imágenes muy duras de un paciente en el balde de una camioneta, ya complicado de salud, golpeando en las puertas de un hospital para que sea atendido. Y, emitiendo un video a través de redes sociales con la queja. En el hospital no le abrían las puertas porque el hospital está desbordado. Ya el sistema de salud está desbordado. Señores, siempre lo ha estado. ¿De qué se sorprenden? El sistema de salud público ecuatoriano siempre ha tenido problemas. No es de ahora. Es el momento ya no de quejarnos. [...]

Están incrementando el número de enfermos y de muertos por su indisciplina. Y, este llamado principal a la gente que tiene madera de guerrero, ¿dónde están? Por

favor, saquen ese espíritu guerrero señores de Guayaquil, señores de la provincia del Guayas. Por favor, necesitamos que se queden en casa. He recibido también muchas sugerencias de personas de otras provincias, de que pues, de alguna manera, los dejemos aislados. Ya que ustedes quieren ser tan indisciplinados, pues, ¡quédense allá con su indisciplinada! Y déjenos a los demás poder combatir este virus. (Ecuador en la Mira, 2020)

La periodista Hinostroza sigue laborando en el mismo espacio, en el mismo canal. Suficiente fue una disculpa por redes sociales (Hinostroza, 2020). Son situaciones que explican la creciente desconfianza de las audiencias por los medios tradicionales.

#### **4.2.2 De los periodistas en redes**

Otra forma en que los periodistas confunden a sus audiencias, mezclando opiniones con noticias, es mediante su uso personal de las redes sociales. En la Tabla 1, se aprecia que la misma información parece sobreponerse, es decir, reproducirse de manera indistinta, en la cuenta del medio o en la cuenta del periodista. Muchos periodistas profesionales parecen utilizar sus cuentas ‘personales’ en Twitter para cuestiones laborales. Esto no parecería importante al momento de comunicar un suceso, de dar cuenta de una noticia. Pero, es una potencial fuente de conflicto cuando el periodista utiliza esa misma cuenta ‘personal’, la cual siguen amigos o desconocidos por igual, para emitir juicios u opiniones sobre aquella noticia que había comunicado.

Associated Press, por ejemplo, prohíbe que sus periodistas opinen sobre temas políticos en redes sociales (según cita PEN America, 2017, p.54). Y, en Ecuador, luego de trece años laborando para diario EL COMERCIO, Martín Pallares fue despedido en 2015 por sus reiterados comentarios personales en Twitter criticando el gobierno del presidente Rafael Correa: “[C]reo que todo lo que he dicho ahí son cosas que yo habría escrito en mis columnas de opinión, por lo tanto, todo lo que he dicho en Twitter son cosas que puedo sostenerlas” (“Martín Pallares despedido”, 2015).

Seis meses después, Pallares junto al exeditor general de diario EL COMERCIO, José Hernández, cofundan el portal de opinión 4Pelagatos. Hernández opina que los periodistas perfectamente pueden hacer uso de los medios sociales para comunicarse con sus audiencias sin que eso represente un conflicto o signifique que abandonan su rol de periodistas:

Es decir, estamos hablando de una transición. Esa transición no significa que porque hay una transición el periodismo tenga que dejar de ser lo que siempre ha sido. Es decir, un medio que debe responder por lo que publica y que debe ser responsable con lo que publica. Y, que debe tener los protocolos exactos del oficio como se tuvo antaño y se debe seguir respetando eso.

Entonces, ¡Ah, es que hay otras herramientas, otros mecanismos de trabajo! Sí, pero la parte ética o la parte deontológica no cambia. ¡Ah, es que el modelo de negocios cambia! Sí, el modelo de negocio cambia. Hay unos medios que no lo pudieron hacer, fracasaron, se cerraron. Pero otros medios que lo están haciendo. [...]

Esa transición no significa, en forma alguna, que tenga que olvidar los códigos deontológicos. O, que el modelo de negocio justifique no sé qué teoría bajo la cual entonces el periodismo desaparece y cualquiera que se aparece con un teléfono en una esquina y publica lo que se le antoja entonces tenemos que compararlo con lo que hace un equipo profesional de periodistas. (José Hernández, comunicación personal, marzo 12 de 2020)

En el pasado, los medios de comunicación constituían una gran plataforma sobre la cual los periodistas podían hacer escuchar su voz. Ahora, los periodistas no necesitan de un medio para hacerse escuchar. Ahora, pueden comunicarse, pueden enganchar directamente con las audiencias. En el mercado de medios, los periodistas independientes pueden transformar su nombre en una ‘marca’. Tanto así, que en un futuro cercano, sino inmediato, los medios constituidos podrían ceder su influencia a los talentos independientes. Reconfigurándose, en el mejor de los casos, en un muestrario de personalidades (Anderson et al, 2016, p.146). Y, un periodista ecuatoriano que ha logrado posicionarse como una voz ineludible en el ecosistema de medios sociales es Luis Eduardo Vivanco:

Yo creo que la sociedad actual busca que la prensa y que los periodistas tomen postura ante las cosas de manera clara y oportuna. Esto creo que hace más transparente el ejercicio del periodismo puesto que la propia cualidad de sujetos que somos los periodistas nos elimina cualquier posibilidad de ser cien por ciento objetivos porque somos gente que pensamos, que soñamos, que queremos, y que tenemos opiniones.

El punto es que los hechos no pueden ser torcidos para beneficiar la posición subjetiva de un medio de comunicación o de un periodista. Los hechos son los hechos

y deben ser tratados con procesos periodísticos y con responsabilidad; no pueden ser torcidos para beneficiar la postura.

Pero, evidentemente, las audiencias exigen más transparencia en cuanto a la posición editorial de los medios y de los periodistas. Y, sean estas audiencias las que decidan luego nutriéndose de distintas tendencias, de distintas posturas, de distintos enfoques, las que saquen sus conclusiones. Creo que el periodismo moderno debe abandonar la falsa premisa de la imparcialidad, de la objetividad, para asumir este nuevo reto que es tomar postura ante los acontecimientos. (Luis Eduardo Vivanco, comunicación personal, marzo 4 de 2020)

#### **4.2.3 De la falta de transparencia**

“La cocina popular ecuatoriana tiene nueva sede del sabor en original emprendimiento”, anunciaba diario EL UNIVERSO en su edición impresa del sábado 4 de julio de 2020 (Figura 1). La ‘noticia’ se refería a un negocio emprendido por el empresario Agustín Febrés-Cordero en asociación con el chef Juan Carlos Ordoñez. En el pasado, las ‘noticias’ presentaban hechos. Entonces, ¿quién asegura que este reciente emprendimiento represente ‘la nueva sede del sabor de la cocina popular ecuatoriana’? ¿Cuáles son las fuentes de esta noticia? Quizás, las fuentes sean críticos gastronómicos. O, quizás, se trate de un fenómeno viral en redes sociales y las fuentes sean líderes de opinión en estos medios. Quizás se trate un negocio ya constituido, con una fiel clientela que respalda lo asegurado por el medio. O, quizás, por lo menos, la periodista ha probado la comida, siendo ella su propia fuente que da cuenta de su experiencia en el artículo. Desafortunadamente, ¡ninguna de las anteriores es la fuente! La única fuente descrita en el artículo es el dueño del emprendimiento: Agustín Febrés-Cordero Kronfle.

Y, ello reduce esta ‘noticia’ a una flagrante publicidad. Y, el artículo en su edición digital, “La cocina popular abrió su sede del sabor en La Alcaldía, emprendimiento gastronómico”, (Gómez, 2020) incorpora, incluso, una descripción detallada de cada plato que compone el menú junto con 3 enlaces a la cuenta de Instagram del emprendimiento. En la Figura 1 se aprecia que el artículo no se presenta como publicidad sino como noticia. En el lado superior derecho aparece una crítica gastronómica claramente diferenciada con el título “Gourman”, en el que se critica otro restaurante. Y, en el lado inferior derecho aparece una noticia real titulada “‘50 Best’ subasta experiencias inéditas para recaudar fondos para el

sector gastronómico”. En ninguna parte se etiqueta el contenido del artículo como ‘promocionado’ o ‘publicitario’.

Y, aunque el medio argumentara que no se trata de una publicidad sino de informar a los lectores acerca de notables emprendimientos en la ciudad, en ninguna parte del diario, en su edición digital tampoco, se encuentran los criterios aplicados por el departamento editorial que permitan explicar lo que determina para ellos que un hecho, o un emprendimiento en este caso, sea ‘noticioso’. Cientos de emprendimientos se promocionan de manera particular en la ciudad cada semana. ¿Por qué este emprendimiento recibe una cobertura tan amplia en el diario más importante de Guayaquil? Y, ¿por qué otros emprendimientos no reciben una cobertura similar? Un lector suspicaz podría incluso remitirse a los apellidos del empresario: Febrés-Cordero Kronfle, dos familias íntimamente ligadas al Partido Social Cristiano, la fuerza política hegemónica de la región en los últimos treinta años. Y así, desafortunadamente, la pregunta que emerge es: “¿necesito alguno de aquellos apellidos para que promocionen mi emprendimiento en su diario?”

La falta de transparencia trae consigo la desconfianza de las audiencias. Y, lejos de combatir esta tendencia, muchos medios de comunicación parecen empeñados en exacerbarla como estrategia de supervivencia económica. En el pasado la línea que separaba el periodismo de la publicidad, al igual que la línea que separaba el periodismo de la opinión, era sagrada. Las publicidades estaban claramente diferenciadas de las noticias. En el presente, sin embargo, los medios de comunicación ofrecen a los patrocinadores la oportunidad de difuminar esa línea por medio del ‘native advertising’. ‘Native Advertising’ es material publicitario diseñado por el propio medio de comunicación que se mezcla o confunde con las noticias (PEN America, 2017, p.58).

Siguiendo el ejemplo del TBrandStudio del Times, Diario EL UNIVERSO desarrolla ‘EU Content’, el cual describe como “un producto de EL UNIVERSO, donde creamos contenido de gran valor para las marcas, mostrando valor a los usuarios” (“Branded Content”, n.d.). Sin embargo, el diario no proporciona datos adicionales al respecto ni EU Content tiene sitio digital propio. Las Figuras 2-5 muestran cuatro ejemplos de estos contenidos patrocinados. En la Figura 2, de enero de 2019, el artículo aparece claramente etiquetado con la palabra ‘patrocinado’. Incluso, el diseño gráfico de la nota es distinto al del resto del diario. En la Figura 3, de septiembre de 2019, la palabra ‘patrocinado’ pasa completamente desapercibida por el lector; no parece integrar el reportaje. En la Figura 4, de julio de 2020, la

palabra ‘patrocinado’ ha desaparecido por completo. ¿Cómo se determina que el artículo es publicitario? Porque en la edición impresa, Figura 5, el mismo artículo aparece con la letra ‘P’ en la esquina superior izquierda, letra con la que se identifica el material publicitario. ¿Debemos acaso asumir que las publicidades desarrolladas por ‘EU Content’ pueden ser publicadas como noticias sin distinciones de ninguna clase?

En la Figura 6, aparece una noticia titulada “Trabajos en Las Esclusas alcanzan los 10 metros de profundidad, algo inédito”. El contenido da cuenta de las tareas de rehabilitación del sistema de esclusas en el sur de la ciudad, un sistema abandonado, en desuso, desde hace muchos años. Sin embargo, es inusual, aparte de incorrecto, el empleo de la palabra ‘inédito’ en el titular para describir una labor un tanto rutinaria. El artículo añade: “De esta manera, Astilleros Navales Ecuatorianos (Astinave) marca un importante hito en obras portuarias dentro del proyecto de rehabilitación de Las Esclusas”. Es difícil no pensar en un boletín de prensa, o en el contenido patrocinado mostrado en la Figura 2.

En la Figura 7, la noticia titulada “Pabellón emblemático, un espacio de integración para ciudadela La Puntilla”, da cuenta de una obra menor dentro de una ciudadela cerrada a la cual solamente tienen acceso quienes habitan dentro de la ciudadela. ¿Por qué Diario EL UNIVERSO habría de considerar este hecho ‘noticioso’? Y, la Figura 8, muestra un publibreportaje publicado por Sambo (revista mensual que circula con el mismo diario) promocionando la misma obra menor pocas semanas antes de que apareciera, como noticia, en el cuerpo principal de EL UNIVERSO.

Cuando se habla de ‘sociedad posverdad’ se piensa en algo tan distante que ocurre solamente en países desarrollados. No pensamos en Guayaquil, mucho menos pensamos en Posorja. Pero, con ejemplos como los mostrados en este análisis, ¿es realmente inconcebible que las audiencias desconfíen de instituciones encargadas de certificar el conocimiento, como lo solían ser los medios de comunicación tradicionales?

### **4.3 De los ciudadanos**

Bueno, puede haberse tomado como rumores, pero en realidad, aquí en Posorja, han sucedido secuestros, asesinatos, por parte de gente que viene de otra parte y no me cabe la menor duda que ese día sucedió algo similar. [...] Es de conocimiento público que a la afectada del secuestro la blindaron para que diga las cosas tal como lo determinan quienes investigaban.

Los autores de estas irregularidades no eran personas de robo o nada más de cosas insignificantes. Sino que, para mi modo de ver, son parte de una bien estructurada organización enseñada a cometer estos ilícitos [secuestro de niños]. (Hipólito Crespín, comunicación personal, febrero 27 de 2020)

Es decir, el eco del rumor persiste. Y, todo puede ser. Ciertos periodistas pueden ser tendenciosos, ciertos medios pueden ser mercantilistas. Pero, es igualmente cierto que los ciudadanos tienen la oportunidad de estar mejor informados que nunca. Si en ese gran ecosistema fragmentado de medios no fuera posible encontrar un periodista confiable, ahora es posible acceder directamente a las fuentes primarias de datos. Ya los medios no son los ‘custodios’ de la información como solían ser antaño. Sin embargo, la infinita cantidad de datos disponibles en lugar de engendrar una ciudadanía mejor informada, parece incluso empujarlos a rechazar ese conocimiento.

De acuerdo con la teoría del ‘subproducto’ (Bianco et al, 2019, p.239), las personas ahora se mantienen informadas, al tanto de lo que ocurre en el mundo, de forma ‘accidental’, no deliberada, por medio de las historias que aparecen en los muros de sus redes sociales. No cuestionan, no comprueban. Simplemente consumen. Y, si el mensaje coincide con sus creencias preexistentes, con lo que sienten en sus ‘tripas’, entonces lo comparten.

Yo estoy convencido de que en estos tiempos, en esta era digital, los principios que antes solamente le pertenecían al periodista, es decir, los códigos de ética, los mandatos del periodismo, que significa contrastar fuentes, verificar el origen de la información, ya no son solamente mandatos de los periodistas, son obligaciones de todo ciudadano que tienen un aparato celular, que tiene un dispositivo digital. Porque todos recibimos información y todos debemos estar preparados para identificar cuándo la información es cuestionable, por lo menos, cuándo la información es falsa, y para saber cuándo no compartir. Porque estamos aportando, estamos alimentando a un gran monstruo que es el monstruo de la desinformación. (Diego Cazar, comunicación personal, marzo 12 de 2020)

La única solución a largo plazo, opina Howard Schneider, uno de los pioneros de ‘news literacy’ en el mundo, es inocular a los menores de 12 años contra la mala información (según cita PEN America, 2017, P.73). ‘News literacy’ se traduce como alfabetización mediática o informativa. Y, consiste en desarrollar dentro del currículo escolar cursos, destrezas que permitan a los menores afinar su pensamiento crítico en torno al manejo de

fuentes, que les permita diferenciar la publicidad de las noticias, el contenido patrocinado, las opiniones, los engaños, o incluso las ideas de conspiraciones.

En estos programas, los estudiantes son llamados a confrontar sus propios prejuicios para analizar cómo afectan su percepción de las noticias que consumen. Se les enseña a leer más allá de un simple titular, a detectar la disparidad entre el contenido de la noticia y el estímulo que generó el clic. Aprenden principios periodísticos como el balance, la precisión, la ética, y hasta dónde llegan los alcances de la libertad de expresión. Se les enseña a verificar las credenciales de una fuente, a verificar que el URL sea real y no una suplantación, o corroborar información por medio del contraste. La alfabetización mediática no consiste en proporcionar una lista de fuentes ‘confiables’ sino en desarrollar en los estudiantes las destrezas que les permita decidir por sí mismos si una fuente es confiable o no.

[En Ecuador] no tenemos una educación enfocada en derechos digitales, en los principios que deberían regir nuestra vida digital, nuestra personalidad digital. Los casos de ‘grooming’ en el Ecuador se han disparado—de esta gente que busca niñas y adolescentes haciéndose pasar por menores en las redes sociales. ¿Quién les está enseñando a nuestras niñas de colegio? ¿Dónde está la materia en escuelas públicas y privadas que le dice a los niños y a las niñas: “A ver, ¿vas a tener una cuenta en redes sociales? Tienes que tener en consideración esto, esto, y lo de acá”. [...] Si el Estado tiene que jugar un rol es tener políticas claras de educación digital, especialmente en el manejo de la información y los datos. Es decir, ¿cómo no te utilicen? (José María León, comunicación personal, marzo 12 de 2020)

## CONCLUSIONES

En relación con el ‘objetivo general’ de la presente investigación:

Determinar la forma en que el periodismo contemporáneo ha promovido la creación y difusión de noticias falsas en redes sociales y servicios de mensajería instantánea y cómo se puede regular este ejercicio comunicativo sin afectar la libre expresión.

Se concluye que el presente proyecto logra determinar la forma en que el periodismo contemporáneo ha promovido la creación y difusión de noticias falsas en redes sociales y servicios de mensajería instantánea al:

- Difundir falsos rumores en lugar de remitirse a los hechos,
- No contrastar información,
- Difuminar la línea que separa al periodismo de noticias del periodismo de opinión,
- Borrar la línea que divide el periodismo de la publicidad.

Y, se concluye que la mejor manera de regular este ejercicio sin afectar la libre expresión es mediante la ‘alfabetización mediática’ de la población desde temprana edad.

Con respecto a los ‘objetivos específicos’ del proyecto:

- Establecer las características del periodismo contemporáneo.
- Identificar los antecedentes históricos que ilustran los cambios en los sistemas de valores dentro del ejercicio periodístico.
- Explicar los fundamentos teóricos que ilustran el fenómeno comunicativo que resulta del uso de nuevas tecnologías de información para la difusión de noticias.
- Dilucidar la forma en que el periodismo contemporáneo manifiesta los valores de una sociedad posverdad.
- Estimar las consecuencias, positivas o negativas, de la falta de regulación al flujo comunicativo en redes sociales y servicios de mensajería instantánea.

Se concluye que

- El periodismo contemporáneo se caracteriza por estar repartido en una multiplicidad de nichos de mercado, al servicio de intereses comerciales como

forma de supervivencia económica, y que opera en una sociedad políticamente polarizada y enajenada tecnológicamente de la realidad;

- La neutralidad como característica del periodismo surge como estrategia de mercadeo para apelar al mercado de masas durante las circunstancias históricas que presuponía la era industrial;
- Según la teoría del subproducto, las nuevas tecnologías condicionan al usuario para aceptar las noticias que se comparten por medios sociales;
- El periodismo contemporáneo manifiesta los valores de una sociedad posverdad al anteponer las emociones de las audiencias a los hechos comprobables;
- Y que la falta de regulación al flujo comunicativo en redes sociales y servicios de mensajería instantánea es mayormente positiva y que la ‘alfabetización mediática’ representa la mejor alternativa para hacer frente a la desinformación.

Y, en relación con la hipótesis propuesta:

El periodismo contemporáneo, repartido en una multiplicidad de nichos de mercado, al servicio de intereses comerciales como forma de supervivencia económica, y operando en una sociedad políticamente polarizada y enajenada tecnológicamente de la realidad, ha promovido la creación y difusión de ‘noticias’ falsas en redes sociales y servicios de mensajería instantánea que degeneran incluso en instancias de agresión grupal, subvirtiendo así el debate democrático, y toda vez evitando la regulación amparándose en el ideal de la libertad de expresión.

En base a lo investigado, se concluye la validez de la hipótesis.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda:

- Que los medios mejoren la transparencia compartiendo con las audiencias las políticas editoriales que determinan el tratamiento de las noticias;
- Desarrollar estrategias de financiamiento público para que los medios de comunicación puedan mantener su estabilidad económica sin tener que depender de pocos auspiciantes;
- Incluir la ‘alfabetización informativa o mediática’ en los currículos escolares públicos y privados;
- Que los periodistas y medios de comunicación renueven su compromiso con el código deontológico que ha gobernado el ejercicio profesional, para evitar ser parte del fenómeno de la desinformación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- \$ 2.300 millones, el saldo parcial de pérdidas por paro de diez días en Ecuador. (2019, octubre 15). *Diario EL UNIVERSO*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/15/nota/7559894/2300-millones-saldo-parcial-perdidas-paro>
- 4Pelagatos cumple un año. (2017, enero 23). *La República*. Recuperado de <https://4pelagatos.com/2017/01/23/4pelagatos-cumple-un-ano/>
- Albán, J.P. (2016). ¡Punir o no punir, esa es la cuestión! (el derecho penal ecuatoriano y la sociedad de la información). En Salazar, D. & Viteri D. (Eds.), *Regulación de Internet y Derechos Digitales en Ecuador* (pp. 23-58). Quito, Ecuador: Editorial USFQ.
- Anderson, C.W., Downie, L., & Schudson, M. (2016). *The News Media: What everyone needs to know*. Oxford University Press
- Andrade, D. (2014). *Emprendimientos periodísticos digitales en Ecuador: El caso de GkillCity* (Tesis de pregrado). Universidad Casa Grande, Guayaquil, Ecuador.
- Artieda, C. [@carolaartieda]. (2018, octubre 16). Populacho enardecido de #Posorja lincha hasta la muerte a 2 hombres y 1 mujer acusados de robar niños. Levantamiento dejó un destacamento destrozado, un taxi quemado y varios heridos. Detalles @noticierouno 20h00. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/carolaartieda/status/1052349781056659456>
- Atuneros migrarían operaciones a Panamá por alto costo de combustible. (2019, febrero 4). *Cámara Marítima del Ecuador, CAMAE*. Recuperado de <http://www.camae.org/barcos/atuneros-migrarian-operaciones-a-panama-por-alto-costo-de-combustible/>
- Babbie, E. (2013). *The Practice of Social Research* (13th ed.). Boston, MA: Wadsworth, Cengage Learning.
- Batsell, J. (2015). *Engaged Journalism: Connecting with digitally empowered news audiences*. Columbia University Press. Kindle Edition.
- Bianco, W.T. & Canon, D.T. (2019). *American Politics Today* (6th ed.). Norton & Company.
- Branded content, emociones que conectan marca y consumidor. (n.d.). En Diario ELUNIVERSO. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/patrocinado/7682667/branded-content-emociones-que-conectan-marca-consumidor>
- Brock, G. (2013). *Out of Print: Newspapers, journalism, and the business of news in the digital age*. Kogan Page. Kindle Edition.
- Cabrera, J.M. & Kurmanaev, A. (2020, abril 23). Ecuador's Death Toll During Outbreak Is Among the Worst in the World. *The New York Times*. Recuperado de <https://nyti.ms/3atVJgF>

- Campbell, G. (2017, Agosto 7). Here's How Easy It Is to Become a Phony Instagram Influencer. *Highsnobiety*. Recuperado de <https://www.highsnobiety.com/2017/08/07/fake-instagram-influencer/>
- Campbell, R., Martin, C.R., & Fabos, B. (2016). *Media & culture: Mass communication in a digital age* (10th ed.). Boston, MA: Bedford/St. Martin's.
- Carlos Jijón, premio Nacional de Periodismo de Ecuador. (2016, febrero 2). *prnoticias*. Recuperado de <https://prnoticias.com/latam/america-del-sur/20148987-carlos-jijon-premio-nacional-de-periodismo-de-ecuador#inline-auto1611>
- Chica, M. [@Morlan1]. (2018, octubre 16). Replying to @JORGEGARCIA198 @J67Rendon and 5 others. URGENTE: Turba enardecida quemó un taxi donde 4 individuos trataban de secuestrar a dos niños, luego prendieron fuego al UVC de Posorja en el cantón Playas. Varios videos corlan en redes. @TelediarioEC. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/Morlan1/status/1052317959723466753>
- Chicaiza, D., García-Sáenz, R., & Méndez, W. (2009). La pesquería de arrastre del camarón pomada (*protrachypene precipua*) en la zona de Posorja-Ecuador durante 2008. *Boletín Científico y Técnico*, 20 (3):1-13.
- Chilling effect. (2010). *Webster's New World Law Dictionary*. Hoboken, NJ: Wiley Publishing, Inc.
- Código Orgánico Integral Penal. *Registro Oficial No. 180*. Quito, Ecuador. Publicado 2014, febrero 10. Modificado 2018, febrero 5.
- Comunicaciones Estratégicas. (2019, octubre 14). *Comentario Alfonso Espinoza de los Monteros - Ecuavisa (noche) - 2019 10 14*. [Video podcast]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://www.youtube.com/watch?v=aFocTTSDcOk>
- Coombs, W.T. (2015). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Correa sacó de entrevista a editorialista. (2007, mayo 20). *Diario La Hora*. Recuperado de <https://lahora.com.ec/noticia/571738/correa-sac-de-entrevista-a-editorialista>
- Cuvi, P. (2018, julio). José Hernández, sin pelos en la lengua. *Mundo DINERS*. Recuperado de <https://revistamundodiners.com/jose-hernandez-sin-pelos-en-la-lengua/>
- Daniel Adum: Guayaquil es un pueblo grande. (2012, noviembre 25). *El Comercio*. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/tendencias/cultura/daniel-adum-guayaquil-pueblo-grande.html>
- De robos en patios y balcones, Posorja pasó a un triple crimen. (2018, octubre 21). *Diario EL UNIVERSO*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/10/21/nota/7009358/robos-patios-balcones-posorja-paso-triple-crimen>

- Desinformar. (2018). En *Diccionario de la Real Academia de la lengua española* (23a ed.). Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=D6c8bU8>
- Diario Expreso [@Expresoec]. (2018, octubre 16). ATENCIÓN ► □ Ciudadanos queman el UPC de Posorja como parte de una protesta por detención de cuatro personas que habrían intentado secuestrar a dos menores de edad. Noticia en desarrollo. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/Expresoec/status/1052318749938790401>
- Diario Expreso [@Expresoec]. (2018, octubre 16). Caos termina con la muerte de tres sospechosos de secuestro en Posorja ► <https://bit.ly/2EziyVA>. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/Expresoec/status/1052325464948256768>
- Diario Extra [@DiarioExtraEc]. (2018, octubre 16). ¡Muerte y fuego en Posorja por cuatro detenidos acusados de supuesto rapto! ► <https://bit.ly/2J26AIN>. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/DiarioExtraEc/status/1052324499545317377>
- DiFonzo, N., & Bordia, P. (2007). *Rumor psychology: Social and organizational approaches*. Washington, DC: American Psychological Association.
- DP World Posorja [DPWorldPosorja]. (2018, octubre 2). La construcción de la terminal del futuro Puerto de Aguas Profundas #DPWorldPosorja ha alcanzado un avance de construcción del 56%. #CreandoElFuturoAhora #PuertoDeNuevasOportunidades [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 15 de <https://twitter.com/DPWorldPosorja/status/1047273826046943232>
- DP World Posorja. (n.d.). *Terminal, Carretera, y Canal*. Recuperado 2020, agosto 15 de <https://www.dpworldposorja.com.ec/terminal/>
- DP World Posorja [DPWorldPosorja]. (2018, octubre 5). La construcción del muelle del futuro Puerto de Aguas en Posorja contará con la colocación de más de 300 pilotes. Hasta el momento se ha alcanzado un avance de construcción del 70%. #PuertoDeNuevasOportunidades [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 15 de <https://twitter.com/DPWorldPosorja/status/1048392150730387456>
- DP World Posorja [DPWorldPosorja]. (2018, octubre 18). El futuro Puerto de Aguas Profundas en Posorja contará con una nueva carretera de 20 km para dar acceso directo, ordenado y seguro al puerto. Su construcción se encuentra al 54% de avance. #DPWorldPosorja #CreandoElFuturoAhora #PuertoDeNuevasOportunidades. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 15 de <https://twitter.com/DPWorldPosorja/status/1053051493073518593>
- Dueñas, H. [@ayudamehenry]. (2018, octubre 16). Posorja #Guayaquil, populacho intenta linchar a hombres acusados de robar niños, policia los protege en Tenencia Política, noticia en desarrollo @comunidadgye @EcuavisaInforma 0997933034 @ayudamehenry. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/ayudamehenry/status/1052278237731192838>

- Dueñas, H. [@ayudamehenry]. (2018, octubre 16). Cuando el sistema judicial falla, la barbarie se toma las calles y nos convertimos en salvajes @Posorja #Guayaquil sus calles convertidas en ira de salvajes. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/ayudamehenry/status/1052404294102777857>
- Ecuador en la Mira. (2020, marzo 28). JANET HINOSTROZA SE QUEJA CON CIUDADANÍA COVID 19. [Video podcast]. Recuperado 2020, agosto 20 de [https://www.youtube.com/watch?v=IWt\\_QIbazcc](https://www.youtube.com/watch?v=IWt_QIbazcc)
- Ecuadorinmediato [@ecuainm\_oficial]. (2018, octubre 16). #URGENTE: Habitantes de #Posorja #incendian #UPC para hacer "justicia a mano propia" contra presuntos "robaníños". Detención de cuatro personas que presuntamente habrían intentado secuestrar a menores de edad derivó en una protesta general <https://bit.ly/2y1YOz8>. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de [https://twitter.com/ecuainm\\_oficial/status/1052315582262140930](https://twitter.com/ecuainm_oficial/status/1052315582262140930)
- Ecuavisa Noticias [@EcuavisaInforma]. (2018, octubre 16). ¿Qué pasó en #Posorja?, ¿a quienes linchó el populacho y por qué lo hizo? Comandante de la #Policía responde: <http://bit.ly/2P1vTd1>. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/EcuavisaInforma/status/1052381934008053760>
- Ekos. (n.d.). Ranking Empresarial 2018: NEGOCIOS INDUSTRIALES N.I.R.S.A. S.A., FORTIDEX S.A., CAMARONES Y LANGOSTINOS DEL MAR CALADEMAR S.A., INASA INDUSTRIAL ACEITERA S.A., SALICA DEL ECUADOR S.A., GUAYATUNA S.A., BORSEA S.A., INDUSTRIAS Y FRIGORIFICOS PESQUEROS INFRIPESCA C.A., ANILISA S.A., DELFITEC S.A., LUMITOP S.A.. Recuperado 2020, agosto 15 de <https://www.ekosnegocios.com/ranking-empresarial>
- El Puerto de Aguas Profundas en Posorja aportará al crecimiento del país. (n.d.). *Presidencia de la República del Ecuador*. Recuperado 2020, agosto 15 de <https://www.presidencia.gob.ec/el-puerto-de-aguas-profundas-en-posorja-aportara-al-crecimiento-del-pais/>
- El rumor de un secuestro casi provoca linchamiento en Quevedo. (2017, julio 18). *Diario EL UNIVERSO*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/07/18/nota/6286600/rumor-secuestro-casi-provoca-linchamiento>
- El Universo [@eluniversocom]. (2018, octubre 16). #Atención (EN VIVO) Desmanes en Posorja, populacho incendia un vehículo y tiran piedras a la Policía. ► <http://ow.ly/MU8X30mg8lg>. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/eluniversocom/status/1052295649876533249>
- El Universo [@eluniversocom]. (2018, octubre 16). Continúan los desmanes en Posorja; populacho quiere linchar a supuestos secuestradores de niños. VIDEOS ► <http://ow.ly/zoBa30mga5s>. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/eluniversocom/status/1052306016480763904>

- El Universo [@eluniversocom]. (2018, octubre 16). (Actualización) Desmanes en Posorja, populacho golpea a supuestos secuestradores e incendia vehículos. ► <http://ow.ly/i3bC30mgbWo> . [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/eluniversocom/status/1052318305799860224>
- El Universo [@eluniversocom]. (2018, octubre 16). (Actualización) Se confirma la muerte de tres presuntos secuestradores (dos hombres y una mujer) linchados por el populacho en Posorja. ► <http://ow.ly/EIZq30mgdta> . [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/eluniversocom/status/1052326872447705088>
- Ellick, A.B. & Westbrook, A. (2018, Noviembre 12). Operation Infektion: Russian disinformation from Cold War to Kanye [Video podcast]. En *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2018/11/12/opinion/russia-meddling-disinformation-fake-news-elections.html>
- Emapag remarca que Hidroplayas ‘no cumple’. (2018, mayo 8). *Diario EL UNIVERSO*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2018/05/08/nota/6749315/emapag-remarca-que-hidroplayas-no-cumple>
- En Posorja venden motores y fibras para pagar abogados de los detenidos por linchamiento. (2018, octubre 23). *Diario EL UNIVERSO*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2018/10/23/nota/7013519/posorja-venden-motores-fibras-pagar-abogados>.
- Enclave Economy. (n.d.). En Wikipedia. Recuperado 2020, agosto 15 de [https://en.wikipedia.org/wiki/Enclave\\_economy](https://en.wikipedia.org/wiki/Enclave_economy)
- Fish Information & Services (FIS). (n.d.). *Servigrup Cia. Ltda. - Grupo Corporativo Servigrup*. Recuperado 2020, agosto 15 de [https://www.fis.com/fis/companies/details.asp?l=s&filterby=activities&activity\\_id=549&page=1&company\\_id=38934&country\\_id=](https://www.fis.com/fis/companies/details.asp?l=s&filterby=activities&activity_id=549&page=1&company_id=38934&country_id=)
- Forgas, J.P., & Baumeister, R.F. (2019). Homo credulous: On the social psychology of gullibility. In J.P. Forgas & R.F. Baumeister (Eds.), *The social psychology of gullibility: Fake news, conspiracy theories, and irrational beliefs* (pp. 1-18). New York, NY: Routledge.
- FUNDAMEDIOS. (n.d.). *About us*. Recuperado 2020, febrero 4 de <https://www.fundamedios.org/about/>
- GamaNoticias [@Gamanoticiasec]. (2018, octubre 16). #Guayas: En #Posorja se registran violentos incidentes. Los moradores denuncian que varias personas intentaban secuestrar a cuatro niños. El vehículo en que se movilizaban fue quemado. Los detalles en #VecinosEnTv, 05H30 y 12H30, por @Gamavisionecu. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/Gamanoticiasec/status/1052317870758264837>

- GAD Parroquial Posorja. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia Rural Posorja 2015-2019*. Recuperado 2020, agosto 15 de <http://app.sni.gob.ec/>
- García, A. (2019, mayo 19). Un siglo de vapores surcando el Guayas. *El Comercio*. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/tendencias/siglo-vapores-surcando-guayas-barco.html>
- García, A. (2019, septiembre 1). Balnearios de Guayaquil, del fervor a la orfandad. *El Comercio*. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/tendencias/balnearios-guayaquil-fervor-orfandad.html>
- García, J. [@JORGEGARCIA198]. (2018, octubre 16). URGENTE: Populacho incendia UPC en Posorja en Guayas .Los habitantes querían linchar a sujetos que habían intentado secuestrar a dos menores en un taxi. @J67Rendon @periodista8 @XavierCastroF @elnoticierotc tctelevisión @tctvjthoret. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/JORGEGARCIA198/status/1052311176774934531>
- García Márquez, G. (1970, mayo 3). *Cómo comencé a escribir*. Discurso pronunciado en foro, en Caracas, Venezuela. Incluido en G. García Márquez, *Yo no vengo a decir un discurso*. (pp.11-16). Vintage Español.
- Gkillcity promete saldar sus deudas pendientes. (2015, octubre 6). *Diario EL TELÉGRAFO*. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/medios/1/gkillcity-promete-saldar-sus-deudas-pendientes>
- Gómez, S. (2020, julio 4). La cocina popular abrió su sede del sabor en La Alcaldía, emprendimiento gastronómico. *Diario ELUNIVERSO*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2020/07/04/nota/7893297/cocina-popular-abrio-su-sede-sabor-alcaldia-emprendimiento>
- Google Maps. (n.d.). Cl. Juan del Valle, Posorja to Ciudadela Modelo, Guayaquil. [Mapa de direcciones]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://www.google.com/maps/dir/-2.711603,-80.2442103/-2.1762145,-79.8923016/@-2.4412186,-80.424726,120831m/am=t/data=!3m2!1e3!4b1!4m2!4m1!3e0>
- Goldstein, A.P. (2002). *The psychology of group aggression*. West Sussex, England: John Wiley & Sons, Ltd.
- Granja, B. [@bessygranjaOK]. (2018, octubre 16). Incidentes en Posorja: Comunidad indignada quema UPC pretendiendo aplicar justicia por propia mano a supuestos secuestradores de menores que Policía había capturado. También quemaron taxi en el que pillos intentaron huir. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/bessygranjaOK/status/1052332670414274563>
- Guschmer, A. [@aguschmer]. (2018, octubre 16). Recién veo las imágenes de lo sucedido en Posorja. Tremendo. Sin palabras. Impactante desde todo punto de vista. Muchos coincidiremos q este tipo de criminales merece el mayor rigor por parte de la ley, pero les pregunto: están de acuerdo con tomar justicia por sus propias manos? Sí. Aquí no hay justicia 57.6%. | No. Merecen ser juzgados.42.4%. | 10,582 votes · Final results.

- [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/aguschmer/status/1052404061704777729>
- Hendricks, V.F., & Vestergaard, M. (2019). *Reality lost: Markets of attention, misinformation and manipulation*. Springer Open. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/978-3-030-00813-0>
- Hinostroza, J. (2020, marzo 28). Siento mucho haber causado tanta molestia, no fue mi intención ofender nadie, mucho menos causar división o regionalismos. Aquí mis disculpas públicas para los guayaquileños, los guayacenses y los ecuatorianos en general. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/janethinostroza/status/1244097953020678145>
- Jakes, L. (2020, Enero 19). As Protests in South America Surged, So Did Russian Trolls on Twitter, U.S. Finds. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2020/01/19/us/politics/south-america-russian-twitter.html>
- Juan Carlos Calderón: “El periodismo no tiene apellidos”. (2015, noviembre 16). *Periodismo investigativo PUCE*. Recuperado de <https://periodismoinvestigativopuce.wordpress.com/2015/11/16/juan-carlos-calderon-periodista-ecuatoriano-de-investigacion/>
- Kalil, N. [@NikolleKalil]. (2018, octubre 16). Habitantes de la parroquia Posorja quisieron quemar vivos a unos secuestradores de niños. Los detalles en EXCLUSIVA EN @elnoticierotc. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/NicolleKalil/status/1052311751352569857>
- Kevin P. Gallagher, K.P. & Zarsky, L. (2007). *The Enclave Economy: Foreign Investment and Sustainable Development in Mexico's Silicon Valley*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- La Hora Ecuador [@lahoraecuador]. (2018, octubre 16). [#Video] Tres presuntos secuestradores fueron asesinados hoy por el populacho de la parroquia rural de #Posorja, en #Guayaquil, por supuestamente secuestrar a niños. ► <http://bit.ly/2OqTFjj> #Ecuador. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/lahoraecuador/status/1052333847650729984>
- La Historia [@lahistoriaec]. (2018, octubre 16). Violencia en Posorja. El populacho enardecido mató a tres presuntos secuestradores de niños. Noticia en desarrollo. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/lahistoriaec/status/1052325742183206912>
- La Historia [@lahistoriaec]. (2018, octubre 16). Al grito de "el pueblo unido jamás será vencido", tres presuntos secuestradores fueron golpeados hasta morir, en Posorja, parroquia de #Guayaquil. La Fiscalía del #Guayas comenzó investigación. Tres policías también resultaron heridos. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/lahistoriaec/status/1052337979715407879>

- La Posta. (n.d.). *Quiénes somos*. Recuperado 2020, febrero 4 de <https://www.laposta.ec/#quienes-somos>
- Las últimas horas de Vanguardia. (2018, julio 2). *Plan V*. Recuperado de <https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/ultimas-horas-vanguardia>
- LBE (La Barra Espaciadora). (n.d.). *Quiénes somos*. Recuperado 2020, febrero 4 de <https://www.labarraespaciadora.com/quienes-somos/>
- Ley Orgánica de Comunicación. *Registro Oficial No. 22*. Quito, Ecuador. Publicado 2013, junio 25. Modificado 2019, febrero 20.
- Loor, J. [@jeoconda\_loor]. (2018, octubre 16). #ULTIMAHORA Turba enardecida a justicia con la muerte a presuntos secuestradores de niño en #Posorja... La muchedumbre le arrebató a los 3 detenidos que estaban en poder de la @PoliciaEcuador, los golpean y los queman vivos... los acusaban de robar a 4 niños en 🚕 este taxi. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de [https://twitter.com/jeoconda\\_loor/status/1052325380923617280](https://twitter.com/jeoconda_loor/status/1052325380923617280)
- Loor, J. [@jeoconda\_loor]. (2018, octubre 16). Horrendas imágenes de ajusticiamiento en #Posorja... Muchedumbre enardecida toma justicia por mano propia y acaba con la vida de 3 presuntos secuestradores de niños... Los 4 menores habrían sido escopolaminados para secuestrarlos... una niña estaría grave! [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de [https://twitter.com/jeoconda\\_loor/status/1052327257065312256](https://twitter.com/jeoconda_loor/status/1052327257065312256)
- Loor, M. (2018, noviembre 15). Periodismo emprendedor y transmedia en Ecuador: Un estudio etnográfico de GK y La Posta. En E. Samson & T. Orbe (Eds.), *#PerDebate 2: Mass Media para Multiaudiencias* (pp.210-239). Quito, Ecuador: USFQ Press.
- Luis Eduardo Vivanco. (n.d.). En *Wikipedia*. Recuperado 2020, febrero 4 de [https://es.wikipedia.org/wiki/Luis\\_Eduardo\\_Vivanco](https://es.wikipedia.org/wiki/Luis_Eduardo_Vivanco)
- Macías, S. [@steevenmaciastv]. (2018, octubre 16). Este es el momento exacto en el que ingresan al cuartel de policía para ajusticiar a los acusados de roba-niños que estaban detenidos en Posorja... La policía nada pudo hacer para detener la masacre... Algunos incluso ingresaron por el techo de la edificación. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/steevenmaciastv/status/1052337110613729280>
- Marshall, R. (Director). (2002). *Chicago* [Largometraje cinematográfico]. Estados Unidos: Miramax Films.
- Martín Pallares es despedido de El Comercio por sus comentarios en Twitter. (2015, agosto 20). *La República*. Recuperado de <https://www.larepublica.ec/blog/politica/2015/08/20/martin-pallares-es-despedido-de-el-comercio-por-sus-comentarios-en-twitter/>
- McClennen, C. (2004). *White Spot syndrome virus: The economic, environmental and technical implications on the development of Latin American shrimp farming*. (Tesis inédita de maestría). The Fletcher School, Tuft University, Medford, MA.

- Mena, P. (2011, marzo 3). El presidente de Ecuador y los millonarios contratos de su hermano. *BBC News*. Recuperado de [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2011/03/110302\\_ecuador\\_correa\\_hermano\\_contratos](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2011/03/110302_ecuador_correa_hermano_contratos)
- Mendoza, M. (26 de abril de 2019). El Puerto de Aguas Profundas de Posorja marca una nueva era portuaria en Ecuador, según autoridades. *El Comercio*. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/actualidad/posorja-puerto-guayaquil-gruas-ecuador.html>
- Mintcheva, S. (2015). Perverse joy: The Paradoxes of Censorship. In R. Martin (Ed.), *The Routledge companion to art and politics* (pp. 122-128). Routledge. New York, NY.
- Nace 4 Pelagatos, periodismo independiente. (2016, enero 15). *La República*. Recuperado de <https://www.larepublica.ec/blog/politica/2016/01/15/nace-4-pelagatos-periodismo-independiente/>
- Navarro, G. [@gustavoenavarro]. (2018, octubre 16). #Posorja : Turba pide le entreguen a los supuestos secuestradores de niños que fueron capturados, en protesta logran volcar vehículo y quemarlo (Noticia en desarrollo) @noticierouno @CanalUnoTv. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/gustavoenavarro/status/1052307634798415873>
- Navarro, G. [@gustavoenavarro]. (2018, octubre 16). Situación en #Posorja toma ribetes de vandalismo incontrolado... Ahora queman motos de la @PoliciaEcuador piden apoyo y hay presencia de @armada\_ecuador y @CTEcuador vealo en @noticierouno @CanalUnoTv. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/gustavoenavarro/status/1052315668610199557>
- Negocios Industriales Real NIRSA S.A. (n.d.). *HISTORIA DE NIRSA*. Recuperado 2020, agosto 15 de <http://nirsa.com/quienes-somos/>
- Negocios Industriales Real NIRSA S.A. (n.d.). *FLOTA PESQUERA*. Recuperado 2020, agosto 15 de <http://nirsa.com/corporativo/#flota-pesquera>
- No sabía de Twitter y ahora tiene cuenta útil en incendios. (2015, noviembre 22). *Diario EL UNIVERSO*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2015/11/22/nota/5253366/no-sabia-twitter-ahora-tiene-cuenta-util-incendios>
- Noticiero 24 Horas [@24HorasGYE]. (2018, octubre 16). #Ahora desmanes en #Posorja Tres personas fueron detenidas tras un confuso incidente en que cientos de ciudadanos protestan por un supuesto secuestro de niños en Posorja. La protesta se dio porque supuestamente se drogó a niños con escopolamina. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/24HorasGYE/status/1052317035328200704>
- Noticiero UNO [@noticierouno]. (2018, octubre 16). #Nacional La alarma de un supuesto robo de niños movilizó a gran parte de la población en Posorja, provincia del Guayas. Luego, con piedras y palos exigió se les entregue a dos hombres detenidos. De

- acuerdo a versiones preliminares los golpearon hasta morir. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/noticierouno/status/1052324843306143744>
- Observatory of Economic Complexity (OEC). (n.d.). *What does Ecuador export?* (2018). Recuperado 2020, agosto 15 de [https://oec.world/en/visualize/tree\\_map/hs92/export/ecu/all/show/2018/](https://oec.world/en/visualize/tree_map/hs92/export/ecu/all/show/2018/)
- PEN America. (2017, octubre 12). *Faking news: Fraudulent News and the Fight for Truth*. Recuperado de <https://pen.org/research-resources/faking-news/>
- ‘Perdón sin olvido’ otorga Rafael a este Diario, Calderón y Zurita. (2012, febrero 28). *Diario EL UNIVERSO*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/2012/02/28/1/1355/perdon-sin-olvido-otorga-rafael-correa-diario-calderon-zurita.html>
- Policía indaga rumor sobre ‘robo de niños’ en Manabí y Los Ríos. (2017, julio 24). *Diario EL UNIVERSO*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/07/24/nota/6296494/policia-indaga-rumor-sobre-robo-ninos>
- Policía investiga el origen de grafitis. (2004, diciembre 7). *Diario EL UNIVERSO*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/2004/12/07/0001/10/5C7FF3DCCC8B437083ABB4851930C518.html>
- Policía Nacional del Ecuador [@PoliciaEcuador]. (2018, octubre 16). Ante los hechos ocurridos en #Posorja, INFORMAMOS: IMAGEN: <https://pbs.twimg.com/media/DprUjdrWsAI7Fov.jpg>. [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/PoliciaEcuador/status/1052388268564799488>
- Posorja, un destino a orillas del mar. (2014, enero 26). *Diario EL TELÉGRAFO*. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/posorja-un-destino-a-orillas-del-mar>
- Posverdad. (2018). En *Diccionario de la Real Academia de la lengua española* (23a ed.). Retrieved from <https://dle.rae.es/?id=TqpLe0m>
- Premios Mantilla premian la lucha contra la corrupción y los DD.HH. en Ecuador. (2019, noviembre 14). *EFE*. Recuperado de <https://www.efe.com/efe/america/sociedad/los-premios-mantilla-premian-la-lucha-contra-corrupcion-y-dd-hh-en-ecuador/20000013-4110579>
- Puerto de Posorja, solitario beneficiario de ‘Ley Nebot’. (2007, noviembre 11). *Diario EL UNIVERSO*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/2007/11/11/0001/9/E25213F9286C4DAA930F2B4D1C BD7754.html>
- Queman carro y casi linchan a unos supuestos robaniños en Cuenca. (2018, octubre 2). *Diario EL UNIVERSO*. Recuperado de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/10/03/nota/6982241/queman-carro-casi-linchan-supuestos-robaninos>

Radio Sucre 700 AM [@radio\_suc700]. (2018, octubre 16). #ATENCIÓN DISTURBIOS | Moradores enardecidos de #Posorja incendian un taxi, presuntamente que llevaban a 4 menores que fueron secuestrados por individuos #SucreInforma. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de [https://twitter.com/radio\\_suc700/status/1052297257658265601](https://twitter.com/radio_suc700/status/1052297257658265601)

Radio Sucre 700 AM [@radio\_suc700]. (2018, octubre 16). #ATENCIÓN | En #Posorja el populacho enardecidos hacen justicia con sus propias manos, se confirma la muerte de los tres secuestradores #SucreInforma. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de [https://twitter.com/radio\\_suc700/status/1052326957034008577](https://twitter.com/radio_suc700/status/1052326957034008577)

Rendón, J. [@J67Rendon]. (2018, octubre 16). Disturbios y taxi incendiado en Posorja, Guayas donde viajaban presuntos secuestradores de menores. Comunidad enardecida. Policía investiga el hecho. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/J67Rendon/status/1052291471632666624>

Ruiz, L. [@luisantonio\_r]. (2018, octubre 16). Incidentes en Posorja: Comunidad indignada quema UPC pretendiendo aplicar justicia por propia mano a supuestos secuestradores de menores que Policía había capturado. También quemaron taxi en el que pillos intentaron huir. Noticia en desarrollo @teamazonasec. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de [https://twitter.com/luisantonio\\_r/status/1052319764842991616](https://twitter.com/luisantonio_r/status/1052319764842991616)

Ruiz, L. [@luisantonio\_r]. (2018, octubre 16). HORRENDO: Ellos serían los detenidos que fueron arrebatados a la Policía en Posorja. En las redes circulan impactantes fotos de cuerpos quemados que aseguran son de ellos señalando que están muertos @teamazonasec. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de [https://twitter.com/luisantonio\\_r/status/1052324610824388608](https://twitter.com/luisantonio_r/status/1052324610824388608)

Ruiz, L. [@luisantonio\_r]. (2018, octubre 16). Parte de los incidentes suscitados en Posorja en las últimas horas. Policía aún tenía control de UPC que ahora está quemado @teamazonasec. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de [https://twitter.com/luisantonio\\_r/status/1052331941926789120](https://twitter.com/luisantonio_r/status/1052331941926789120)

Salads, J. (2015, mayo 2). *Child abduction (social experiment)*. [Video podcast]. Recuperado 2020, enero 31 de <https://www.youtube.com/watch?v=gGIDHrYKJ2s>

SALICA (n.d.). *HISTORIA*. Recuperado 2020, agosto 15 de <https://www.salica.es/nosotros>

Santos, T. & Borja, D. (2016, julio 28). El sueño de Posorja. *Revista Vistazo*. Recuperado de <https://www.vistazo.com/seccion/pais/el-sueno-de-posorja>

Scharfenberg, E. (2015, septiembre 30). “Correa cierra los espacios de una sociedad autónoma”. *El País*. Recuperado de [https://elpais.com/internacional/2015/09/29/actualidad/1443558142\\_690538.html](https://elpais.com/internacional/2015/09/29/actualidad/1443558142_690538.html)

Schwartz, A.B. (2015). *Broadcast hysteria: Orson Welles's War of the worlds and the art of fake news*. New York, NY: Hill and Wang.

- Se inaugura planta de agua en Posorja. (2019, marzo 20). *Diario EL UNIVERSO*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2019/03/20/nota/7243601/se-inaugura-planta-agua-posorja>
- Sentencia de hasta 34 años y 8 meses para implicados en linchamiento ocurrido en Posorja. (2019, octubre 14). *Diario EL UNIVERSO*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/14/nota/7560218/sentencia-hasta-34-anos-8-meses-implicados-linchamiento-ocurrido>
- Stencel, M. (2019, junio 11). Number of fact-checking outlets surges to 188 in more than 60 countries. En *Poynter*. Recuperado de <https://www.poynter.org/fact-checking/2019/number-of-fact-checking-outlets-surges-to-188-in-more-than-60-countries/>
- The New York Times rediseña su web y crea sección de publlirreportajes. (2014, enero 8). *Diario EL UNIVERSO*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/08/nota/2002306/new-york-times-redisena-su-web-crea-seccion-publlirreportajes>
- Tras un rumor, populacho lincha a tres personas e incendia vehículos en Posorja. (2018, octubre 16). *Diario EL UNIVERSO*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/10/16/nota/7002749/vivo-desmanes-posorja-populacho-incendia-vehiculo>
- UDLA (Universidad de Las Américas). (n.d.). *Carlos Jijón*. Recuperado 2020, febrero 4 de <https://www.udla.edu.ec/autoridades/carlos-jijon/>
- Velez, R. (2019, noviembre 6). María Paula Romo habló de las noticias falsas en su comparecencia en la Asamblea Nacional. *El Comercio*. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/actualidad/romo-informe-comision-asamblea-protestas.html>
- Vera, C. [@Polificción]. (2018, octubre 16). Sin justicia la gente se la toma por mano propia. Uno puede ser súper crítico de lo que pasó en Posorja pero la verdad es que si la víctima era uno de mis hijos yo habría estado en primera fila acabando con sus victimarios. Esto solo se resuelve cuando la justicia funcione. [Tuit]. Recuperado 2020, agosto 20 de <https://twitter.com/Polificción/status/1052331978064834565>
- Wambra. (n.d.). *Somos*. Recuperado 2020, febrero 5 de <https://wambra.ec/somos/>
- Yang, L. (2019, Marzo 27). A 19-year-old who faked being rich on Instagram says he was 'shocked' by how easy it was. *Insider*. Recuperado de <https://www.insider.com/fake-rich-edited-photos-instagram-experiment-2019-3>
- Zerega, M.M. (2019). El uso de una lámpara: subjetividad, capitalismo y redes sociales, de la plusvalía de la identidad virtual. En M.M. Zerega & M. González-Cogliano (Eds.), *Mundos digitales: paradojas de la vida digital* (pp. 218-242). Guayaquil, Ecuador: Universidad Casa Grande.

# **ANEXOS**

## Figura 1

De la publicidad como 'noticia'. Ejemplo 1.



◆ El cebiche mixto, en la propiedad de La Alcaaldía, se sirve con salsa pipiapa y aguacate e incluye chifres y maíz tostado.

# La cocina popular ecuatoriana tiene nueva sede del sabor en original emprendimiento

**Por las fiestas julianas, el restaurante delivery no descarta incluir en la carta chocolate caliente, morocho y aplanchados.**

Por Stephanie Gómez Cantos

Buscan devolverle valor a la comida criolla haciendo un recorrido por distintas épocas y regiones, sin alterar las recetas que hemos probado desde nuestra niñez y compartirlas con las nuevas generaciones. Si usted es de los que prefiere un buen plato de comida popular (que dicho sea de paso se caracteriza por sus generosas porciones, contundentes ingredientes y atractivo colorido), entonces su trámite gastronómico lo llevará a La Alcaaldía.

Este emprendimiento culinario es una nueva propuesta del chef Juan Carlos Ordóñez, y de su socio y empresario Agustín Febres-Cordero. Han cuidado cada uno de los detalles,

desde el original *packaging* y en el que envían sus preparaciones, hasta en la experiencia que se llevará el comensal al solicitar el servicio de este restaurante *delivery*. La Alcaaldía llega a finales del 2019, con la idea de asentarse como restaurante en Urdesa en mayo, plan que se paralizó por la pandemia. "Junto a Juan Carlos queremos desarrollar un proyecto gastronómico que rescate las recetas tradicionales y comencemos a trabajar en un proyecto que vaya más allá del negocio y que refuerce nuestra gastronomía e identidad", asegura Febres-Cordero.

Es así, que al solicitar un pedido del menú de 25 platos puede ser atendido por la alcaldesa o el alcalde, quien le detallará las opciones que le llevarán los 'pipones' (repartidores) vestidos con guayaberas de colores. "Nosotros queremos llevar nuestra propuesta de atención: De martes a sábado, de 12:00 a 21:00. Domingos de 10:00 a 18:00.00)

para todo el mundo. Queríamos darle el concepto de democratizar la cocina nacional", detalla Ordóñez. Esta 'cocina con amor solo por *delivery*', como ellos la presentan en su cuenta en Instagram, tiene también una original presentación de sus platos en el menú. Tienen secciones como 'Requiere la esperanza', 'El clamor popular', 'De la Caraguay para el mundo', '¿Y si prendemos la olla tamalera?', 'Las sopas que quiere el pueblo', 'Aquellos que deberían ser patrimonio', 'Los secos de la casa', 'Y un día llegaron para quedarse' y 'Reclamamos las dulzuras con que anhelo yo vivir'. Su carta incluye platos como los cebiches, cebollados, corviches, bollos, muchines, caldo de bola, chupe de pescado, guatita, arroz con menestra de fréjol o lenteja, enrollado de atún, queso de leche y brazo gitano. Horarios de atención: De martes a sábado, de 12:00 a 21:00. Domingos de 10:00 a 18:00.00)

tan, centros de la mayor migración italiana en Nueva York, personas caminando mientras comen su pizza doblada. Esta es una comida callejera tan popular y arraigada en dicha ciudad, que muchos americanos piensan seriamente que la pizza es de origen estadounidense. Las combinaciones de Posto son muy afortunadas. Debo destacar dos, una por su origen muy satisfactorias.

Y la que creí que iba a fallar, me sorprendió. Tenía salsa de la casa, salchicha, jalapeños, cebolla colorada y mozzarella.

Inicialmente la cebolla colorada no me pareció una buena idea, pero su sabor había sido suavizado, quizá con agua o vinagre. Posto tiene una pizza distinta e interesante. (0)

## '50 Best' subasta experiencias inéditas para recaudar fondos para el sector gastronómico

### La organización anuló este año nombrar a los mejores restaurantes del mundo debido a la crisis por el COVID-19.

AFP París

"Mi esposa me vende por 24 horas", bromea Mauro Colagreco. Pasar un día con el chef argentino en "el mejor restaurante del mundo" es una de las experiencias gastronómicas que subastará la lista 50 Best en beneficio de los establecimientos en apuros ocasionado por la pandemia.

La influyente clasificación británica anuló este año el palmarés de los mejores restaurantes del planeta debido al COVID-19, que golpeó duramente el sector, y decidió lanzar una campaña de recaudación de fondos.

En total se venderán más

de 1300 lotes entre el 3 y el 12 de julio, dice Héliène Pietrini, directora del World 50 Best.

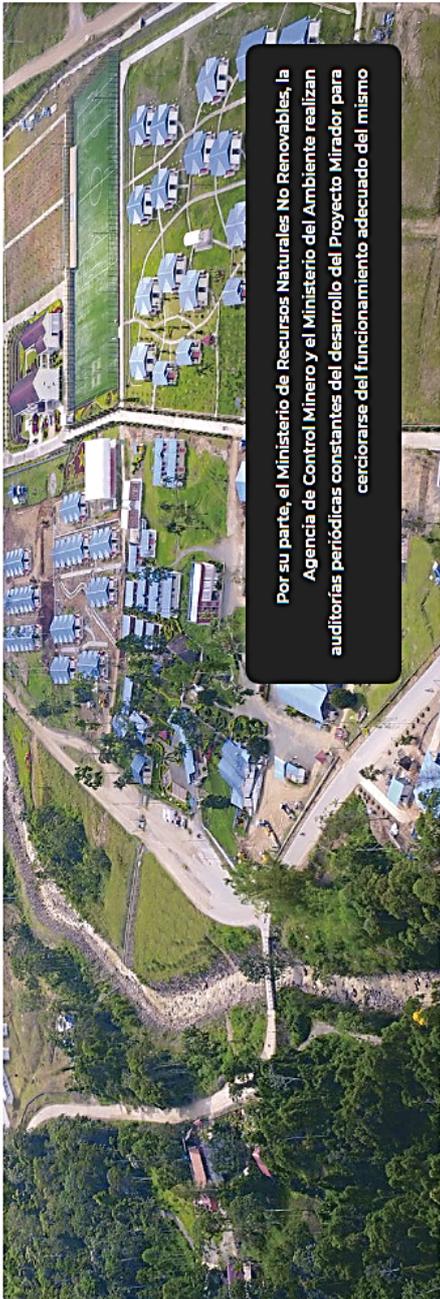
Varios grandes chefs respondieron al llamamiento, como Colagreco, que además de pasar un día en su compañía y cenar en su Mirazur de Menton, en la Costa Azul francesa, ofrece plantar un árbol en su huerto, con el nombre del interesado. "Sus hijos podrán admirarlo", afirma.

En Francia, el célebre chef Alain Ducasse subastará un ágape en su restaurante parisino Plaza Atenea, que tiene tres estrellas Michelin.

En tanto que en América Latina destaca un paquete de cinco días para viajar a Lima y Cusco y degustar las preparaciones de los chefs Virgilio Martínez y Pía León, así como un tour gastronómico de tres días en Sao Paulo con una comida en A Casa do Porco como plato fuerte. (0)

Figura 2

De la publicidad como 'noticia'. Ejemplo 2.



PATROCINADO

EL UNIVERSO

Por su parte, el Ministerio de Recursos Naturales No Renovables, la Agencia de Control Minero y el Ministerio del Ambiente realizan auditorías periódicas constantes del desarrollo del Proyecto Mirador, para cerciorarse del funcionamiento adecuado del mismo

## Proyecto minero amplía plazas de trabajo en el país

La idea de este proyecto viene desde hace mucho tiempo atrás cuando, a mediados de los años 90, iniciaron procesos de exploración mediante los cuales se determinaron yacimientos de cobre en la zona por medio de diversos estudios

Compartir    

**E**l Proyecto Mirador, impulsado por la empresa Ecuacorriente S.A., espera reiniciar sus operaciones las próximas semanas después de haber estado paralizada en 2018, al tiempo de generar plazas de trabajo para los habitantes de la zona donde se encuentra. El fin de este, ya en etapa de construcción, es crear la primera mina industrial a cielo

Figura 3

De la publicidad como 'noticia'. Ejemplo 3.

**EL UNIVERSO** ¿Cómo ahorrar en el consumo de agua?

## ¿Cómo ahorrar en el consumo de agua?



Archivo

COMUNIDAD | 27 de septiembre, 2019 - 14h01

El 2,8% del agua del planeta es dulce. Solo el 0,01% se encuentra en lagos y ríos. Este recurso es amenazado por la falta de optimización del riego en la agricultura, el consumo excesivo de agua potable y los usos en la industria o minería.

📧  
🌐  
🐦  
f

**PATROCINADO**

- 27 **Quito** preparara su camino hacia una "nueva normalidad"  
*May*
- 10 **Mamá**, la única capaz de reunir a la familia aun en momentos como este  
*May*
- 05 **¿Qué** hacer para evitar el aburrimiento en la cuarentena?  
*May*
- 28 **Covid-19**: Sistemas de salud a prueba en Ecuador y países europeos  
*Abr*

MÁS SOBRE ESTE TEMA >

**TE RECOMENDAMOS**

VER LAS ÚLTIMAS NOTICIAS >

**LO MÁS LEÍDO**

- 7 **Qué** implica el final del estado de excepción en Ecuador
- 2 **Treinta** días de reposo tendrá el expresidente Abdalá Bucaram tras presentar una angina de pecho
- 3 **Coronavirus** en Ecuador: Críticas y expectativas provoca el paso hacia nueva etapa, sin estado de exc

Figura 4

De la publicidad como 'noticia'. Ejemplo 4.

## EL UNIVERSO

Control de calidad garantiza agua potable segura en Guayaquil

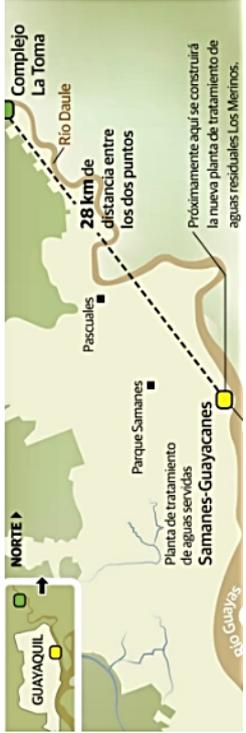
# Control de calidad garantiza agua potable segura en Guayaquil

COMUNIDAD | 31 de julio, 2020 - 18h31

La potabilización del agua transforma el agua cruda captada del río en agua apta para el consumo humano, mediante un proceso supervisado las 24 horas a través de:

- Controles de producción**  
Donde se realiza un control de calidad en línea con 6 equipos instalados en las salidas de los reservorios de la planta que permiten monitorear la calidad del agua en tiempo real.
- Sala de control**  
Recibe los datos y emite alertas, por ejemplo, por incremento de valores de turbiedad, entre otros.
- El laboratorio en planta**  
Registra 576 datos diarios para control de calidad del agua. Y evalúa pH, cloro residual, turbiedad y temperatura.

Es importante recalcar que el agua captada en la planta La Toma nunca se mezcla con el agua tratada en las lagunas Samanes-Guayaquanes; tanto por la distancia entre los dos puntos como por el comportamiento del río.



**TE RECOMENDAMOS**  
VER LAS ÚLTIMAS NOTICIAS >

**LO MÁS LEÍDO**

- 1 Qué implica el final del estado de excepción en Ecuador
- 2 Treinta días de reposo tendrá el expresidente Abdalá Bucaram tras presentar una angina de pecho
- 3 Coronavirus en Ecuador: Críticas y expectativas provocan el paso hacia una nueva etapa, sin estado de exc
- 4 Los celulares de Huawei que podrían quedarse sin actualizaciones de Android
- 5 Catorce asambleístas correístas buscan la reelección en las listas de Centro Democrático

**MÁS EN NOTICIAS**

- Hay \$ 116,4 millones disponibles en fideicomiso para viviendas sociales y públicas, dice el Gobierno
- Zoológico de Varsovia dará cannabis

Figura 5

De la publicidad como 'noticia'. Ejemplo 5.

18 EL UNIVERSO Viernes 31 de julio de 2020

**LABORATORIO DE CALIDAD DE INTERAGUA**  
Está acreditado en el Ecuador por el cumplimiento de la Normativa Internacional 17025, exclusiva para laboratorios. **Aporta con dos procesos clave:**

**A) POTABILIZACIÓN:** Es un proceso evaluado por el INEN, al menos dos veces al año.

**El agua potable cumple con la normativa INEN 1108-2020.** Que es el otorgamiento del sello de calidad al agua potable.

**PROCEDIMIENTO DEL LABORATORIO PARA EL CONTROL DE CALIDAD DEL AGUA POTABLE**

**18** tomas de muestras. Son 18 muestras diarias (663 al mes) que se realizan para determinar la calidad del agua potable que reciben los usuarios.

**15** rutas de control. Cada ruta cuenta además con 15 ubicaciones en la ciudad. También se incluyen tres reservorios: 3 Cerritos, Bellavista y Santa Ana.

**255** puntos de control de calidad distribuidos en la ciudad. También hay rutas mensuales en parroquias rurales.

# Control de calidad garantiza agua potable segura en Guayaquil

La zona urbana de Guayaquil está a 26 km de distancia del complejo Rafael Guerrero Valenzuela-La Toma, en la vía a Daule. La población demanda 1200 000 m3 de agua potable por día.

Complejo La Toma  
Río Daule  
28 km de distancia entre los dos puntos  
Pascuales  
Parque Samanes  
Planta de tratamiento de aguas servidas Samanes-Guayacanes  
Río Guayas

Próximamente aquí se construirá la nueva planta de tratamiento de aguas residuales Los Merinos.

El agua captada en la planta La Toma nunca se mezcla con el agua tratada en las lagunas Samanes-Guayacanes; tanto por la distancia entre los dos puntos como por el comportamiento del río.

**PROCESO DE POTABILIZACIÓN DEL AGUA**  
Transforma el agua cruda en agua apta para el consumo humano, mediante un proceso controlado las 24 horas del día.

**PROMEDIO DE TURBIEDAD DEL RÍO DAULE**  
Época seca (junio a diciembre): Entre 20 y 50 NTU\*  
Época lluviosa (enero a mayo): Entre 200 y 600 NTU\*  
\*NTU: Unidades que miden el nivel de turbiedad.

**CONTROLES DE PRODUCCIÓN**  
**Control de calidad en línea**  
6 equipos instalados en las salidas de los reservorios de la planta permiten monitorear la calidad del agua en tiempo real.

**CONTROL DE CALIDAD EN LÍNEA**  
6 equipos instalados en las salidas de los reservorios de la planta permiten monitorear la calidad del agua en tiempo real.

**Sala de control**  
Recibe los datos y emite alerta, por ejemplo, por incremento de valores de turbiedad, entre otros.

**Laboratorio en planta**  
Registra 576 datos diarios para control de calidad del agua. Y evalúa pH, cloro residual, turbiedad y temperatura.

**PROCESAMIENTO DEL AGUA CRUDA**

**1) RETENCIÓN DE MATERIALES:** Barras flotantes sobre el río retienen materiales como lechugines, troncos, basura y manchas de hidrocarburos.

**2) CAPTACIÓN DEL AGUA CRUDA:** En el complejo La Toma, cuatro estaciones de bombeo captan, filtran y envían agua cruda hacia las plantas de tratamiento.

**3) COAGULACIÓN:** Proceso químico para la eliminación de la turbiedad.

**4) DECANCIÓN:** Asentamiento de los coágulos y su extracción.

**5) FILTRACIÓN:** Es el proceso de remover las partículas en suspensión que quedaron de los procesos anteriores.

**6) DESINFECCIÓN**  
Se aplica cloro para eliminar microorganismos.

**7) REGULACIÓN DEL pH**  
Controla los valores de pH en el agua.

Figura 6

De la publicidad como 'noticia'. Ejemplo 6.

EL UNIVERSO  
Miércoles 6 de julio de 2020

GRAN GUAYAQUIL

19

## Palabra diaria

**Siento gratitud por estar al servicio del espíritu divino.**

### SERVIR

Deseo expresar mi naturaleza divina en todo lo que digo y hago. Bendigo al mundo y a todos en él cuando comparto con alegría la Verdad que sé.

Al servir a los demás, trato a cada persona como una expresión divina y le doy la bienvenida con amor y compasión; no lo hago esperando algo a cambio. Veo más allá de nuestras posibles diferencias y reconozco que somos hermanos y hermanas en este viaje espiritual.

Sin importar el servicio que yo desee prestar, lo hago con el compromiso de compartir el Amor que trasciende toda barrera. Yo soy bendecido al servir. Al pasar tiempo con otros en servicio, puedo ver que compartimos tanto nuestra humanidad como nuestra divinidad. Establezco una conexión sagrada de dar y recibir.

### MARCOS 10:45

Porque ni siquiera el Hijo del Hombre vino para ser servido, sino para servir y para dar su vida. (F)

## HERRAMIENTA TECNOLÓGICA

CORTESÍA

La remoción de los sedimentos acumulados por décadas, en las zonas este y oeste, es parte de los logros dentro de la obra.

# Trabajos en Las Esclusas alcanzan los 10 metros de profundidad, algo inédito

La rehabilitación del sistema de compuertas registra un avance de metros de profundidad. Aquello ha permitido, entre otras cosas, retirar completamente el agua que bordean la ciudad y que tienen regímenes de niveles diferentes. Por casi una

vienen también la Empresa Municipal de Alcantarillado y Agua Potable (Emapag), la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y la Autoridad Portuaria de la ciudad.

En la planta del astillero se encuentran en reparación/fabricación las cremalleras y elementos del accionamiento mecánico. En tanto que en obra se construyen las estructuras de las compuertas correspondientes para cada lado.

Los lados este y oeste se encuentran limpios al 90 % y 100 %, respectivamente, y en cada extremo se removieron aproximadamente 20 000 metros cúbicos de sedimento.

Esta obra se entregará a finales de este año, con una inversión de \$6,5 millones aproximadamente. Con ello se facilitará el acceso y navegabilidad, además de la reducción

**La obra para mejorar la navegabilidad culminará a finales de este año.**

del tiempo de navegación de las embarcaciones de doce horas a dos horas entre el puerto de Guayaquil y el río Guayas.

Una vez que se dé apertura al canal de Las Esclusas podrán circular embarcaciones desde un metro de calado hasta el Buque Escuela Guayas (4,40 metros de calado), además de otro tipo de unidades con un máximo de 12 metros de manga, aproximadamente.

La rehabilitación de Las Esclusas es un anhelo para la ciudad, cuyo objetivo es crear

# Pabellón emblemático, un espacio de integración para ciudadela La Puntilla

Con apoyo de los más de 1000 residentes de esta zona de Samborondón, que aportaron con las alcuotas mensuales, se está construyendo un área comunitaria.

A partir de septiembre próximo, los residentes de la urbanización La Puntilla, cantón Samborondón, ya podrían disfrutar del nuevo pabellón emblemático que se construye en el parque Gómez-Lince.

Este pabellón medirá 150 metros cuadrados y comenzó a levantarse el 25 de mayo de 2020 con el objetivo de reunir e integrar a la comunidad de la ciudadela La Puntilla.

“Este nuevo pabellón tendrá una conexión con la naturaleza, el agua, el bosque, los animales, todo lo que nos representa, la flora y fauna del sector, un espacio ideal para reunirse”, afirma emocionado Fernando Huamán, presidente de la ciudadela La Puntilla.

Huamán asegura que este espacio tendrá una capacidad pa-

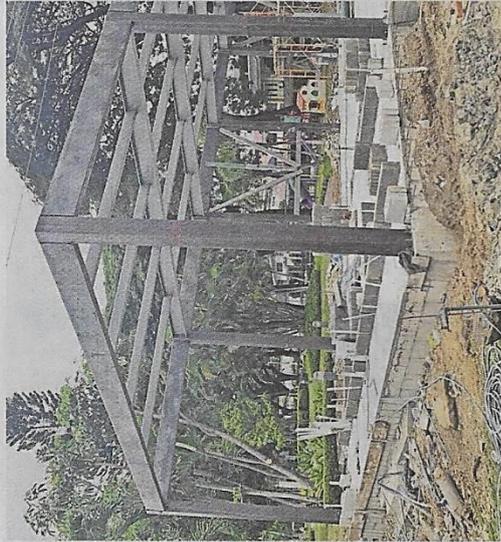
ra 70 personas y que podrá ser utilizado como un *co-working*, también para quienes quieran reunirse a tomar un café, y para jóvenes que deseen ir y sentirse a realizar sus deberes.

Este espacio contará con wifi y con aire acondicionado. “Es como un club pequeño, un

**La directiva ha sembrado cerca de 5000 metros cuadrados de áreas verdes.**

espacio de integración social, de reunión de madres mientras los hijos juegan. Los domingos son perfectos para compartir antes o después de la misa”, agrega Huamán.

El pabellón estará ubicado cerca de las canchas de tenis y de básquet, a 30 metros de la iglesia María Madre del Amor



► En septiembre próximo estaría listo el pabellón emblemático de La Puntilla.

Hermoso y a 10 del muro Puntillarte, que fue inaugurado en marzo del presente año y está en el parque Gómez-Lince.

Esta obra fue realizada con las alcuotas. “Lo que podemos lograr con solo las alcuotas de una comunidad, esto se puede replicar en otros lados”, dice.

El arquitecto David Chonillo, quien también es residente de La Puntilla, es el encargado de la construcción y diseño de la obra, cuya inauguración se prevé para septiembre próximo.

Huamán adelantó que se vienen otras obras como la construcción de un gimnasio en un terreno de 130 metros, que estará concluido entre octubre y noviembre de este año.

También tienen pensado hacer una piscina semiolímpica. “De ahí nos vamos al gimnasio, al club marino, tenemos un club muy desactualizado, va a haber una piscina semiolímpica, queremos compararnos

**El campanario y mural artístico son otras de las obras construidas.**

con las mejores ciudadelas, darle eso a la comunidad que se lo merece”, finaliza el dirigente Fernando Huamán.

A inicios del 2020 se realizaron diferentes obras en esta ciudadela, que en mayo pasado cumplió 49 años de creación, siendo una de las primeras de Samborondón. (I)

Figura 7

De la publicidad como ‘noticia’. Ejemplo 7.

## Figura 8

De la publicidad como 'noticia'. Ejemplo 8.

habituacionales.

Él aún recuerda cuando llegó con su familia a los 6 años a La Puntilla procedente de la ciudadela 9 de Octubre, al sur de la ciudad, que fue entregada oficialmente por el presidente José María Velasco Ibarra y bautizada con el nombre de Unidad Vecinal de la Caja del Seguro Social. Esa misma conexión histórica vivió en La Puntilla cuando se encontró con una ciudadela poco habitada con familias legendarias de Guayaquil que disfrutaban la brisa marina del manso Guayas y el contacto con la flora y la fauna del sector.

Esa misma experiencia lo llevó a estudiar agronomía a los 17 años en la Universidad Agrícola Panamericana El Zamorano en Honduras, un centro de estudios internacionales que ofrece a jóvenes de diversas latitudes y orígenes la oportunidad de convertirse en líderes profesionales. Una vez graduado a los 21 años viajó a Inglaterra con ansias de adquirir más conocimientos académicos, culminó una Maestría en Marketing en la Universidad de Oxford Brookes y una Maestría en Política Internacional en la Universidad de Surrey. Complementario a eso, consiguió experiencia laboral trabajando para el Gobierno en el Oxfordshire County Council en la ciudad de Oxford.

A su regreso, se incorporó durante 4 años al sector bananero en las haciendas y propiedades familiares ubicadas en el cantón Vinces, en la provincia de Los Ríos, donde afinó muchos de los conocimientos universitarios obtenidos. A partir de entonces, después de estar en contacto cercano con personas dedicadas al servicio público, descubre que eso es lo suyo y con esas destrezas decide hacer servicio social para la comunidad.

Desde esa motivación agrupó a varios jóvenes de La Puntilla para conformar el listado del Directorio que se convirtió en la lista ganadora y la Hacedora de obras sociales, infraestructura, áreas verdes, programas de integración social y deportivos que, con mucho orgullo, se han levantado para beneficio de las 350 familias que conforman La Puntilla.

**EJES FUNDAMENTALES**

No es improvisación, las obras se analizaron y se plantearon debido a las necesidades de la comunidad y el sector. Por ello, cuatro ejes fundamentales planificó el ingeniero Huaman cuando asumió el reto de dirigir los destinos de La Puntilla, por dos años consecutivos.

**SEGURIDAD**

Ingresó por primera vez una empresa privada armada y capacitada que brinda servicio las 24/7 con la instalación de un Centro de Monitoreo de Seguridad con 111 cámaras, ubicadas en distintos sectores de la urbanización, que se mantienen alertas para seguridad de los residentes.

artísticos denominados "Puntillarte" de los parques que realzan la fauna y la flora de la localidad; muro de escalari; la cancha de baloncesto; el mejoramiento de la fachada de la ciudadela que es la cara más visible; los servicios higiénicos para los deportistas; la garita de Samborombón; el redondel del árbol; las cameretas del área adyacente de diferentes sectores; las remodelaciones de las oficinas, bodegas, puertas y baterías sanitarias del Club Marina.

Además, la regeneración urbana de las calles, con las aceras, veredas y bordillos que se han reconstruido. El enlucido y pintada de paredes en los exteriores de la ciudadela hacia Durán; y lo más emblemático son los trabajos de mejoramiento de la Iglesia María Madre del Amor Hermoso, donde demostrando fe cristiana durante nueve meses también levantó el campanario de 19 metros de altura; construyó la Casa Rectoral y la Gruta de la Virgen; revisó el canal de aguas lluvias para convertirlo en área de contemplación, construyó el parqueadero adyacente y colocó un cerramiento con 9 pilares en ese espacio religioso que los residentes visitan en busca de paz.

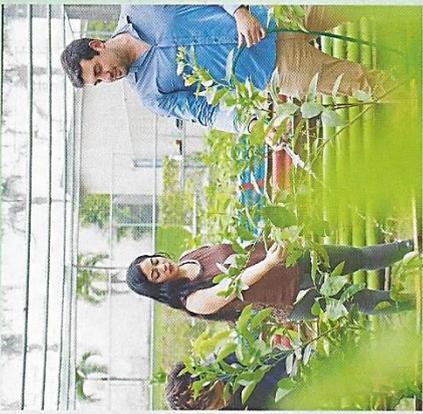
**ÁREAS VERDES**

"Donde había tierra, ahora hay césped" con ese criterio arremetió el tema ambiental. Las áreas verdes se incrementaron ostensiblemente. Más de 5.000 metros cuadrados de espacios públicos cuentan con verdor. No solo hay plantas endémicas, sino que implementó el programa piloto de huerto comunitario, donde en 8 camas se siembran verduras, hortalizas y sirve como área académica de las residentes que muestran entusiasmo por sembrar y cosechar sus propios productos orgánicos. La planta de tratamiento de aguas residuales también fue mejorada y ahora amigable con el sistema, se utiliza para el riego de las áreas verdes.

El Pabellón social con estilo moderno y europeo, cuya obra se construye en el parque Gómez-Lince, es una de las obras que se culminará en la actual administración, donde en 150 metros cuadrados se podrá integrar la comunidad, tanto niños, jóvenes y adultos



La transformación del Club Marina es un hecho cuando se celebrarán las Bodas de Oro de la urbanización. La piscina será semioficial, se adosarán los espacios públicos; se construirá un gimnasio y barbeque en el área social; se mejorará la entrada y se adecuará un centro médico.



**C O M I T E**  
**LA PUNTILLA**