



# NIVERSITAS

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA



# UNIVERSITAS

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

Número 34 / marzo-agosto 2021

ISSN impreso: 1390-3837 / ISSN electrónico: 1390-8634

Universitas está indexada en las siguientes  
Bases de Datos y Sistemas de Información Científica:

## BASE DE DATOS INTERNACIONALES SELECTIVAS



WEB OF SCIENCE™



## PLATAFORMAS DE EVALUACIÓN DE REVISTAS



## DIRECTORIOS SELECTIVOS



## HEMEROTECAS SELECTIVAS



## BUSCADORES DE LITERATURA CIENTÍFICA OPEN ACCESS



## POLÍTICAS DE COPYRIGHT DE LAS EDITORIALES Y AUTOARCHIVO



### OTRAS BASES DE DATOS BIBLIOGRÁFICAS



Portal de Difusión de la Producción Científica



### CATÁLOGO DE BIBLIOTECAS INTERNACIONALES



UNIVERSITEIT VAN PRETORIA  
UNIVERSITY OF PRETORIA  
YUNIBESITHI YA PRETORIA



Maastricht University



Universidad de Navarra



Wageningen University



UNIVERSITY OF SKÖVDE



BISHOP GROSSETESTE UNIVERSITY

Université  
**Sainte Anne**

**Plymouth State**  
UNIVERSITY

**MUHLENBERG**  
COLLEGE

**FRANKLIN & MARSHALL**  
COLLEGE

 **TYNDALE**  
UNIVERSITY COLLEGE & SEMINARY

 THE UNIVERSITY of NORTH CAROLINA  
**GREENSBORO**

Virginia  
 Tech

  
UNC CHARLOTTE

 **DEPAUL UNIVERSITY**



UNIVERSITY OF  
**Nebraska**  
Omaha

**Southwestern**  
University

 TEXAS A&M UNIVERSITY  
SAN ANTONIO

 **SIMPSON**  
UNIVERSITY

**AUT**  
UNIVERSITY

 CLAREMONT  
MCKENNA  
COLLEGE

 **UNIVERSITY**  
OF THE **WEST**

#### REVISTAS CONSORCIADAS



 **humanidades**  
Universidad de Costa Rica

*Universitas-UPS, Revista de Ciencias Sociales y Humanas* de la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador, que se inicia en el año 2002, tiene una regularidad semestral.

El objetivo de **Universitas-UPS** es promover y difundir la publicación de textos científicos y críticos, inéditos y previamente evaluados, de carácter e interés actuales, en el campo de los conocimientos de lo social y humano y sobre problemáticas de alcance general, aunque privilegiando aquellos referidos en particular al Ecuador y América Latina.

La Revista presenta artículos y ensayos, investigaciones en curso o resultados de ellas, análisis y comunicaciones de perfil más coyuntural, y reseñas o recensiones de libros.

<http://www.ups.edu.ec>

Correo electrónico: [revistauniversitas@ups.edu.ec](mailto:revistauniversitas@ups.edu.ec)

Rector

**Juan Cárdenas, sdb**

Vicerrector General

**Fernando Pesántez**

Vicerrectora Docente

**Angela Flores**

Vicerrector de Investigación

**Juan Pablo Salgado Guerrero**

**Vicerrectores de sede**

**Fernando Moscoso** (Cuenca)

**María Sol Villagómez** (Quito)

**Raúl Álvarez** (Guayaquil)

*Universitas-UPS, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, publicación semestral, No. 34, marzo-agosto 2021. Editor responsable: René Unda Lara. ISSN impreso: 1390-3837 / ISSN electrónico: 1390-8634. Diseño y corrección: Editorial Universitaria Abya-Yala. Domicilio de la publicación: Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador. Casilla postal 2074, Cuenca-Ecuador. Centro Gráfico Salesiano: Vega Muñoz 10-68 y General Torres, Teléfono (+593 7) 2831745, Casilla 01-01-0275, Cuenca-Ecuador.

D.R. © Universitas. Revista de Ciencias Sociales y Humanas.

Impreso en Ecuador

UNIVERSITAS es una publicación semestral de la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador. Las ideas y opiniones expresadas en las colaboraciones son de exclusiva responsabilidad de los autores.

## **Consejo de Editores (Editors Board)**

### **Editor/a en Jefe (Editors-in-Chief)**

Dr. René Unda Lara, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador

Dra. Melina Vázquez, Universidad de Buenos Aires, Argentina

### **Editores Asociados (Associate editors)**

Dr. Daniel Llanos Erazo, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador

Dr. (c) Roberto Sánchez Montoya, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador

## **Consejo Científico (Advisory Board)**

Dr. Alberto Acosta, FLACSO, Ecuador

Dr. Oscar Aguilera Ruiz, U. de Chile, Chile

Dra. Sara Victoria Alvarado, CINDE Universidad de Manizales, Colombia

Dr. Alejandro Cussianovich, U. Mayor de San Marcos, Perú

Dr. Eduard Arriaga, Universidad de Western Ontario, Canadá

Dr. Jorge Baeza, U. Católica Silva Henríquez, Chile

Dr. Jorge Benedicto, UNED, España

Dr. Héctor Fabio Ospina, CINDE Universidad de Manizales. de Manizales, Colombia

Dra. Silvia Borelli, Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo, Brasil

Dr. Luis Bruzón Delgado, Fundación DEMUCA (AECID), Costa Rica

Dra. Alida Carloni, Universidad de Huelva, España

Dra. Rita María Cassia de Oliveira, PUCSP, Brasil

Dr. José Rubén Castillo, U. Autónoma de Manizales, Colombia

Dr. Manuel Cebrián de la Serna, Universidad de Málaga, España

Dr. René Ceballos, Universidad Católica Boliviana. La Paz, Bolivia

Dra. Ma. Isabel Domínguez, Centro Investigaciones Psicológicas y Sociológicas, Cuba

Dr. Carles Feixa, Universidad de Lleida, España

Dra. Bertha García, Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Dra. Claudia García Muñoz, Universidad de Pereira, Colombia

Dr. David González Cruz, Universidad de Huelva, España

Dr. Rafael Grasa, Universidad Autónoma de Barcelona, España

Dr. José Luis Guzón, Universidad Pontificia de Salamanca, España

Dr. Antonio Hermosa, Universidad de Sevilla, España

Dr. François Houtart, Universidad de Lovaina, Bélgica (+)

Dr. Xavier Izko, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador

Dr. Manfred Liebel, Universidad de Berlín, Alemania

Dr. Jesús Leal, Universidad Complutense de Madrid, España

Dr. Fernando López Noguero, Universidad Pablo de Olavide, España

Dra. Valeria Llobet, Universidad Nacional San Martín, Argentina

Dr. Fernando Mayorga, Universidad Mayor de San Simón, Bolivia

Dr. Víctor Hugo Torres, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador  
Dr. Julio Mejía, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú  
Dr. Ángel Montes, Universidad de Murcia, España  
Dr. Germán Muñoz, U. Distrital Fco. José de Caldas, Colombia  
Dra. María Elena Ortiz, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador  
Dr. Lucas Pacheco, Pontificia Universidad Católica del Ecuador  
Dr. Franklin Ramírez, FLACSO, Ecuador  
Dr. Juan Romero, Universidad de La República, Uruguay  
Dra. Florencia Juana Saintout, Universidad Nacional de La Plata, Argentina  
Dr. Giampietro Schibotto, Universidad de Bologna, Italia  
Dr. José Manuel Valenzuela, Colegio de la Frontera Norte, México  
Dr. Manuel Ángel Vázquez Medel- Universidad de Sevilla, España  
Dr. Gaitán Villavicencio, Universidad de Guayaquil, Ecuador  
Dr. Pablo Vommaro, Universidad de Buenos Aires, Argentina  
Dra. Isabel Yépez, Universidad de Lovaina, Bélgica  
Dr. Hernán Reyes. Universidad Andina Simon Bolívar, Ecuador  
Dr. José Machado Pais, Universidad de Lisboa, Portugal  
Dra. Mariana Chaves, Universidad Nacional de La Plata, Argentina  
Dra. Teresa Viera Hernández, Centro de Estudios de Juventud, Cuba  
Dr. David Acosta, Corporación Universitaria Unitec, Colombia  
Dra. Verónica Filardo, Universidad de la República, Uruguay  
Dr. Geoffrey Pleyers, Universidad Católica de Lovaina, Bélgica  
Dr. Benjamín Tejerina, Universidad del País Vasco, España  
Dr. Alberto Riella, Universidad de la República, Uruguay  
Dr. Ivaldo Gelhen, Universidad Federal de Río Grande do Sul, Brasil  
Dra. Lourdes Gaitán, Universidad Complutense de Madrid, España  
Dr. Pedro Núñez, FLACSO, Argentina  
Dra. Silvia Guemureman, Universidad de Buenos Aires, Argentina  
Dr. Gomer Betancor, UNED, España  
Dra. Kim Clark, Universidad de Western Ontario, Canadá  
Dra. Beatriz Juárez. Universidad de Western Ontario, Canadá  
Dra. Maria del Rosario Chacón, Universidad Pedagógica Experimental Libertador”Rafael Alberto Escobar Lara”, Venezuela  
Dra. Paz Guarderas, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador  
Dr. Alexis Oviedo, Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador  
Dr. Luis Herrera Montero, Universidad de Cuenca, Ecuador

### **Consejo Internacional de Revisores (International Reviewers Board)**

- Dra. Alexandra Agudelo, Universidad Autónoma Latinoamericana, Colombia  
Dr. Jaime Brenes Reyes, Western Ontario University, Canadá  
Dr. Emilio Álvarez Arregui, Universidad de Oviedo, España.  
Dra. Catarina Alves Costa, Universidade Nova de Lisboa  
Dra. Ana Paula Alves Ribeiro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro  
Dr. Xavier Andrade, Universidad de los Andes, Colombia  
Dra. Karen Andrade Mendoza, Universidad Central del Ecuador  
Dra. Elisenda Ardevol, Universidad Abierta de Cataluña, Barcelona  
Dra. Inmaculada Berlanga, Unir, España  
Dra. Patricia Bermúdez, FLACSO, Ecuador  
Dr. César Bernal, Universidad de Almería, España  
Dr. Hugo Burgos, Universidad San Francisco de Quito, Ecuador  
Dra. M. Carmen Caldeiro, Universidad Pública de Navarra, España  
Dr. Gastón Carreño, Centro de Estudios en Antropología Visual, Chile  
Dra. Ana Castro Zubizarreta, Universidad de Cantabria, España  
Dr. Manuel Cebrián de la Serna, Universidad de Málaga, España  
Dr. David Chávez, Universidad Central del Ecuador  
Dr. Hugo Chávez, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, México  
Dra. Paloma Contreras Pulido, Universidad de Huelva, España  
Dra. Rocío Cruz Díaz, Universidad Pablo de Olavide, España  
Dr. José M. Cuenca, Universidad de Huelva, España  
Dr. Holger Díaz, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador  
Dr. Manuel Fandos, Unir, España  
Dra. Monica Fantin, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil  
Dra. Soraya Ferreira Vieira, Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil  
Dr. Carlos Flores, Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México  
Dra. Margarita García Candeira, Universidad de Huelva, España  
Dr. Blas Garzón, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador  
Dr. Manuel González Mairena, Universidad Pablo de Olavide, España  
Dr. Ricardo Green, Goldsmiths, University of London.  
Dra. Anne Gustavsson, Universidad Nacional de San Martín, Argentina  
Dr. Lizardo Herrera, Universidad de Pittsburg, EEUU  
Dra. Mónica Hinojosa Becerra, Universidad Nacional de Loja, Ecuador  
Dra. Débora Lanzeni, Universidad de Buenos Aires, Argentina  
Dr. Christian León, Universidad de Buenos Aires, Argentina  
Dr. Edizon León, UASB, Ecuador  
Dra. Rosalba Mancinas Chávez, Universidad de Sevilla, España  
Dr. Rafael Marfil Carmona, Universidad de Granada, España  
Dr. Isidro Marín Gutiérrez, Universidad de Huelva, España

Dra. Carmen Marta Lazo, Universidad de Zaragoza, España  
Dr. Jorge Eliécer Martínez, U. La Salle, Colombia  
Dr. Javier Marzal Felici, Universitat Jaume I, Valencia, España  
Dr. Xaquín Núñez, Universidade do Minho, Portugal  
Dr. Miguel Ángel Ortiz Sobrino, Universidad Complutense, España  
Dr. Franco Passarelli, FLACSO Ecuador  
Dr. Francisco Pavón Rabasco, Universidad de Sevilla, España  
Dra. Alicia Peñalva, Universidad Pública de Navarra, España  
Dr. David Londoño, Institución Universitaria de Envigado, Colombia  
Dra. Liliana Ávila, Universidad Pedagógica, Colombia  
Dra. Bárbara Catalano, Universidad Metropolitana para la Educación y el Trabajo, Argentina  
Dra. Sarah Pink, University of Kent, Inglaterra.  
Dra. Armanda Pinto Matos, Universidade de Coimbra, Portugal  
Dra. María del Mar Ramírez Alvarado, Universidad de Sevilla, España  
Dra. Antonia Ramírez García, Universidad de Córdoba, España  
Dr. Jordi Grau Rebollo, Universidad Autónoma de Barcelona, España  
Dra. Paula Renés Arellano, Universidad de Cantabria, España  
Dra. Mariana Rivera, Escuela Nacional de Antropología e Historia, México  
Dr. Juan Ignacio Robles, Universidad Autónoma de Madrid, España  
Dr. Alejandro Rodríguez Martín, Universidad de Oviedo, España  
Dra. M. Mar Rodríguez Rosell, Universidad Católica San Antonio, España  
Dra. Sara Román García, Universidad de Cádiz, España  
Dra. Charo Sádaba, Universidad de Navarra, España  
Dra. Yamile Sandoval, Alfamed, Colombia  
Dra. María Fernanda Soliz, UASB, Ecuador  
Dr. Santiago Tejedor Calvo, Universidad Autónoma de Barcelona, España  
Dra. Simona Tirocchi, Università di Torino, Italia  
Dr. Vitor Tomé, Universidade do Algarve, Portugal  
Dr. Christian Troya, FLACSO, Ecuador  
Dra. María Fernanda Troya, Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales, Paris  
Dr. Ulises Unda, Universidad de Western Ontario, Canadá  
Dra. Gabriela Zamorano, El Colegio de Michoacán, México  
Dr. Antonio Ziri6n, Universidad Aut6noma Metropolitana Unidad Iztapalapa, México

### **Consejo Editorial Institucional UPS (Publishers Council UPS)**

#### **Consejo de Publicaciones (Board of Publications)**

Dr. Juan Cárdenas, sdb.  
Dr. Juan Bottasso Boetti, sdb.†

Dr. Juan Pablo Salgado Guerrero  
Dr. Luis Álvarez Rodas  
MSc. Jorge Cueva  
Dr. José Juncosa Blasco  
Dr. Jaime Padilla Verdugo  
Dra. Floralba Aguilar Gordón  
Dr. John Calle Sigüencia  
Dr. René Unda Lara  
MSc. Sheila Serrano Vicenti  
Dra. Paola Ingavélez  
MSc. David Armendáriz  
Dra. Betty Rodas Soto  
MSc. Mónica Ruiz Vásquez

**Editor General UPS (General Editor UPS)**

Dr. Luis Álvarez-Rodas

**Consejo Técnico (Board of Management)**

Dr. Ángel Torres-Toukourmidis  
Lcda. Soledad Aguilar  
Lcdo. Christian Arpi

**Servicio de Publicaciones (Publications Service)**

Hernán Hermosa (Coordinación General)  
Marco Gutiérrez (Soporte OJS)  
Paulina Torres (Edición)  
Martha Vinuesa Manosalvas (Maquetación)  
Raysa Andrade (Maquetación)

**Traductor (Translator)**

Joaquín Crespo

**Editorial**

Editorial Abya-Yala (Quito-Ecuador)  
Avenida 12 de octubre N4 22 y Wilson  
Bloque A, UPS Quito, Ecuador. Casilla 17-12-719  
Teléfonos: (593-2) 3962800 ext. 2638  
Correo electrónico: [editorial@abyayala.org](mailto:editorial@abyayala.org)

**Figura de portada**

[https://www.freepik.com/free-photo/high-angle-glasses-smartphone-with-fake-news\\_12225932.htm](https://www.freepik.com/free-photo/high-angle-glasses-smartphone-with-fake-news_12225932.htm)



---

## DOSSIER

---

- El debate público envenenado y los límites de la regulación estatal: por una alfabetización digital ante el problema de las *fake news* 19  
*Lucas Vianna y Matheus T. Carvalho-Mendonça*
- La verificación periodística frente a la mentira en los procesos electorales de Ecuador y España 41  
*Claudia Rodríguez-Hidalgo, Javier Herrero e Ignacio Aguaded-Gómez*
- Comunicación gubernamental pre-covid de los presidentes hispanohablantes en Twitter 63  
*Manuel Antonio Conde, Oscar A. Prada-Espinel y Kevin P. Pullaguari-Zaruma*
- Noticias falsas y creencias infundadas en la era de la posverdad 87  
*Víctor Castillo-Riquelme, Patricio Hermosilla-Urrea, Juan P. Poblete-Tiznado y Christian Durán-Anabalón*
- La comunicación política en Internet: el caso de #RedAMLO en México 109  
*Raúl Anthony Olmedo-Neri*

---

## MISCELÁNEA

---

- Medios digitales y COVID-19: sobreinformación, polarización y desinformación 133  
*Esteban Zunino*

¿Interés público o interés publicado? La regulación de medios argentinos en la prensa económica <i>Nadia Koziner</i>	155
Inteligencia Artificial, algoritmos y libertad de expresión <i>Manuel Ernesto Larrondo y Nicolás Mario Grandi</i>	177
Discurso, opinión y episteme. Los inmigrantes y la COVID-19 por la prensa chilena <i>Elizabeth Torrico-Ávila y Jaime González-González</i>	195
La protesta juvenil en las Jornadas de octubre-2019 en Ecuador: contexto, motivos y repertorios <i>Francisco Puente-Izurieta</i>	215

---

#### NORMAS EDITORIALES

---

Normas de publicación en «Universitas»	237
----------------------------------------	-----

## DOSSIER

---

- The poisoned public debate and the limits of state regulation:  
for a digital literacy against the fake news 19  
*Lucas Vianna and Matheus T. Carvalho-Mendonça*
- Journalistic verification against lies in the electoral processes  
of Ecuador and Spain 41  
*Claudia Rodríguez-Hidalgo, Javier Herrero  
and Ignacio Aguaded-Gómez*
- Pre-covid government communication of spanish-speaking  
presidents on Twitter 63  
*Manuel Antonio Conde, Oscar A. Prada-Espinel  
and Kevin P. Pullaguari-Zaruma*
- Fake news and unfunded beliefs in the post-truth age 87  
*Víctor Castillo-Riquelme, Patricio Hermosilla-Urrea,  
Juan P. Poblete-Tiznado and Christian Durán-Anabalón*
- Political communication on Internet:  
the case of #RedAMLO in Mexico 109  
*Raúl Anthony Olmedo-Neri*
- 

## MISCELLANEOUS

---

- Digital Media and COVID-19: Overinformation, polarization  
and misinformation 133  
*Esteban Zunino*

Public interest or published interest? Argentine media regulation in economic press <i>Nadia Koziner</i>	155
Artificial Intelligence, algorithms and freedom of expression <i>Manuel Ernesto Larrondo and Nicolás Mario Grandi</i>	177
Discourse, opinion and episteme. Immigrants and COVID-19 in the Chilean press <i>Elizabeth Torrico-Ávila and Jaime González-González</i>	195
The youth protest in October 2019: context, motives and repertoires <i>Francisco Puente-Izurieta</i>	215

---

#### GUIDELINES FOR PREPARING PAPERS

---

Publication guidelines in «Universitas»	245
-----------------------------------------	-----

# DOSSIER

---

## DOSSIER

**Coordinadores:**

Dra. Andrea Varela. Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Dra. Amparo Marroquín-Parducci, Universidad Centroamericana, El Salvador.

Dr. Carlos Del Valle, Universidad de la Frontera, Chile.

Dr. José Antonio Alcoceba Hernando, Universidad Complutense de Madrid, España



# El debate público envenenado y los límites de la regulación estatal: por una alfabetización digital ante el problema de las *fake news*

*The poisoned public debate and the limits of state regulation:  
for a digital literacy against the fake news*

**Lucas Vianna**

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil

[lucasoliveiravianna@gmail.com](mailto:lucasoliveiravianna@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-3975-7188>

**Matheus T. Carvalho-Mendonça**

Universidad Nacional de La Plata, Argentina

[tcarvalho@dr.com](mailto:tcarvalho@dr.com)

<https://orcid.org/0000-0002-1094-1213>

## Resumen

Además de los esfuerzos deliberados por distorsionar o desinformar, los errores involuntarios detectados por el público —y la sospecha de que pueda haber otros no identificados— han reforzado una postura escéptica entre el público sobre la supuesta veracidad de la noticia. En la era de la llamada posverdad, no es exagerado decir que la principal preocupación de las ciencias sociales tras el debate público se ve totalmente obstaculizada por la difusión de noticias falsas y el supuesto inicio del colapso de las democracias liberales, ha sido una sensación colectiva de conmoción, indignación, y desesperación ante la creciente prevalencia de noticias falsas. Este artículo se centra en el fenómeno de las *fake news*, sus efectos en el contexto de las disputas políticas y los marcos regulatorios como supuesta solución. Se pretende demostrar que la alfabetización digital aparece como la solución más adecuada para mitigar este problema, sin afectar la libertad de expresión en el ámbito discursivo público.

## Palabras clave

*Fake news*, posverdad, alfabetización digital, democracia liberal, regulación estatal, libertad de expresión.

**Forma sugerida de citar:** Vianna, L., & Carvalho-Mendonça, M.T. (2021). El debate público envenenado y los límites de la regulación estatal: Por una alfabetización digital ante el problema de las *fake news*. *Univeristas*, 34, pp. 19-40.

### **Abstract**

*In addition to the deliberate efforts to distort or misinform, the unintentional errors detected by the public —and the suspicion that there may be others not identified— have reinforced a skeptical stance among the public about the alleged veracity of the news. In the era of the so-called post-truth, it is no exaggeration to say that the main concern of the social sciences after the public debate has been completely hampered by the spread of false news and the supposed beginning of the collapse of liberal democracies, has been a collective sensation of shock, indignation, and despair at the increased prevalence of false news. This paper focuses on the phenomenon of fake news, its effects in the context of political disputes and regulatory frameworks as an alleged solution. It is intended to demonstrate that digital literacy appears as the most adequate solution to mitigate this problem, without affecting freedom of expression in the public discursive sphere.*

### **Keywords**

*Fake news, post-truth, digital literacy, liberal democracy, state regulation, freedom of speech.*

---

## **Introducción y estado de la cuestión**

“Cada audiencia tiene su propio universo de discurso y [...] humanamente hablando, un hecho es solo un hecho en algún universo de discurso” (Park, 1940, p. 649). La difusión de noticias falsas, especialmente en política, no es nada nuevo, pero Internet ha popularizado el uso del fenómeno llamado *fake news*. Incluso el Papa Francisco, ícono de la religión cristiana, se vio afectado por este fenómeno. El religioso afirmó: “la desinformación es probablemente el mayor pecado que puede cometer un medio de comunicación, porque dirige a la opinión pública en una sola dirección y omite parte de la verdad” (El País, 2016). Se cree que las *fake news* surgen de información real, pero que se malinterpreta, es decir, se distorsiona y se difunde como verdad, hasta que influye en el público al que se llega. En resumen:

El juego es tan antiguo como la humanidad. Es una cuestión de engaños y mentiras. La novedad está, como en todo lo demás estos días, en lo que los ordenadores y la red mundial permiten hacer con él. (Mesquita, 2018, p. 33)

Por increíble que parezca, Macedonia es considerada el centro de la industria de las noticias falsas en el mundo. Esto se debe a la mano de obra barata y al alto desempleo. Periodistas que realizaron una investigación a través de empresas de verificación de datos y expertos incluso entrevistaron a uno de los llamados Vele's Boys, un grupo de la ciudad de Veles, en el interior de Macedonia, que crea y difunde noticias falsas, y concluye que la motivación está dada. sin ideología ni preocupación alguna por la veracidad de los hechos, de manera totalmente económica, llegando a generar 20 000 dólares semanales.

La mayoría de las incursiones científicas con respecto a las *fake news* se han centrado en cuestiones de producción, como la ubicación y las posibles motivaciones de varios proveedores de desinformación, el cambiante panorama geopolítico de la guerra de la información, los beneficios económicos para los medios. mecanismos de comunicación y búsqueda y la necesidad y conveniencia de implementar restricciones técnicas y/o financieras que minimicen la difusión de noticias falsas, entre otras. El enfoque en temas de producción es importante y todos estos son casos válidos cuya discusión es pertinente. Sin embargo, este artículo, aunque tiene en cuenta a algunos de los puntos anteriores, pretende abordar algunas dinámicas de recepción crítica que podrían estar subyacentes a la mayor presencia de noticias falsas en el entorno contemporáneo que en el pasado.

Para ello, se destaca como de especial relevancia un enfoque interseccional entre la Sociología y el Derecho, para entender no solo cómo abordar el problema a través de una herramienta legislativa, sino también cómo interpretar su advenimiento desde los contextos histórico, sociológico y cultural que sirvieron como lugar de nacimiento, es decir, la posmodernidad y la posverdad, eligiendo estos como un panorama teórico.

Finalmente, se procede a un breve análisis de las medidas que se han utilizado en todo el mundo para afrontar el problema, con una breve reflexión crítica sobre su efectividad relativa, tanto a partir de las estructuras teóricas previamente establecidas como de los datos empíricos. que han sido planteados por las Humanidades y las Ciencias Sociales.

## **Noticias falsas como semilla y fruto de la posverdad**

Para una adecuada comprensión del problema de las *fake news*, es fundamental que el fenómeno sea contextualizado en el panorama sociocultural

en el que se inserta, para lo cual se muestran categorías sociológicas útiles como la posmodernidad y la posverdad.

La Universidad de Oxford, al elegir, en 2016, el término “posverdad” como la palabra del año, definió la expresión como “un sustantivo que se relaciona o denota circunstancias en las que los hechos objetivos tienen menos influencia en la formación de la opinión pública que que apela a la emoción y las creencias personales” (Oxford, 2016). Es necesario aclarar — como lo hace McIntyre (2018) — que el prefijo “post” del neologismo en cuestión no se refiere a la idea de “después” de la verdad, en un sentido temporal — como en “posguerra”, por ejemplo —, sino en el sentido de que la verdad ha sido superada, que es irrelevante. Se trata, en realidad, de una situación cultural caracterizada por una opinión pública afectada por el *pathos* público, en la que “importa menos el reclamo de validez que la expectativa de que la expectativa del deseo de que la información se cumpla” (Giacchia Junior, 2017), posibilitando el surgimiento de un espacio público “donde la tendencia es practicar y difundir el uso de argumentos [...] más ligados a la dimensión emocional que a la dimensión racional y fundamentada”, por lo que “las pruebas de refutación generalmente son ignoradas o devaluadas” (Cardoso et al., 2012, p. 15).

Ahora bien, comprender con precisión el concepto de posverdad es un dilema casi insoluble, “si consideramos todas las peculiaridades que implican la constitución del discurso, o si tenemos en cuenta la propia complejidad del concepto de verdad” (Borges Júnior, 2019, p. 527), que sería incluso uno de los temas más fundamentales sobre los que la filosofía occidental emprendería largas reflexiones. Quizás la discusión entre Sócrates y los sofistas y la crítica del primero sobre la concepción de la verdad del segundo sea un punto importante como ejemplo de esto (Reale & Antiseri, 2014). Con respecto a la posibilidad de versiones rivales o perspectivas de la verdad ya en la cultura clásica, Borges Júnior explica que:

Mientras que la filosofía de Sócrates se basa en una concepción única, inmutable y absoluta de la verdad, la filosofía sofista defenderá la relatividad de la verdad, su posibilidad de transformación según la operación de *λόγος* (logos). Según Protágoras, algo puede así anunciarse como verdad o como mentira, como a favor o en contra de un determinado argumento, y será esta flexibilidad del concepto de verdad y la posibilidad de manipularlo para A o para B, para sí o no, en el que se construirán los ejercicios de persuasión y las clases de retórica [...]. Ahora mismo, nos enfrentamos a pensar en la ver-

dad como absoluta o relativa, poniendo así en cuestión cualquier noción de objetividad o un retrato fiel de las cosas o del mundo. Esta disputa insoluble contribuiría, en gran medida, al nacimiento de lo que hoy llamaríamos política. (Borges Júnior, 2019, p. 527)

En esta dinámica narrativa política, Arendt, a su vez, es consciente de un grave riesgo: la posibilidad, por parte de la propia política, de alterar la factualidad de las cosas a partir de la “fabricación” de realidades paralelas, realidades que buscan legitimar ciertos discursos. La autora reflexiona:

[...] si las mentiras políticas modernas son tan grandes que requieren una reordenación completa de toda la trama fáctica, la creación de otra realidad, por así decirlo, en la que encajen sin parches, fallas o grietas, al igual que los hechos encajan en su propio contexto original, ¿qué impide que estas nuevas historias, imágenes y pseudo-hechos se conviertan en un sustituto adecuado de la realidad y la factualidad? (Arendt, 2014, p. 313)

Tales discursos terminan reordenando su propia facticidad y se construyen con el propósito de ceñirse a ella sin ningún indicio capaz de denunciar su falsedad. Esta adhesión se opera a través de una forma muy bien organizada, llamada por Arendt (2014) “mentira política moderna”, muy diferente a las formas utilizadas por la “mentira política tradicional”. Siguiendo la observación de la autora, la mentira política moderna —en la que se basarían principalmente las estructuras de los regímenes totalitarios— parece trasladar a un contexto doméstico el refuerzo de ciertas versiones de la realidad, historias ilusorias a menudo creadas en el sentido de brindar nuevas descripciones, también bajo sesgos delimitados, ciertos eventos que tienen lugar en estas sociedades. Como ejemplo, Arendt (2014) comenta los esfuerzos del general Charles De Gaulle por volver a contar la historia de Francia en la Segunda Guerra Mundial, presentándola como altiva y poderosa, indiferente a los años en que fue pisoteada por los alemanes; o incluso el régimen de Josef Stalin, responsable de borrar el nombre de Trotsky de la historia de la Revolución Rusa.

Sin embargo, las mentiras políticas modernas, al crear ciertas imágenes que refuerzan lo que quieren contar, producen paradójicamente una especie de autoengaño, del que se vuelve extremadamente difícil y complejo distinguir entre verdad y mentira. Esto solo es posible gracias a la creación

de un sofisticado aparato de “manipulación masiva de hechos y opiniones” (Arendt, 2014, p. 311), en el que la publicidad ocupa un lugar central.

En definitiva, la posverdad es la noción de que las creencias o impresiones son constitutivas de la realidad (Cunha Filho, 2019), animando a los individuos a distorsionar los hechos para moldearlos de acuerdo con sus opiniones, y no al revés (McIntyre, 2019). No es de extrañar, por tanto, que su estallido se produzca en el contexto sociocultural de la posmodernidad.

La posmodernidad ofrece un apoyo filosófico a la posverdad a la medida en que proclama que todos los hechos sociales se construyen socialmente y que los argumentos sobre un determinado hecho político o social se asocian invariablemente a una narrativa específica (Cunha Filho, 2019). El énfasis emotivista e identitario del pensamiento posmoderno también demuestra fertilidad para el surgimiento de noticias falsas, ya que, en este entorno sociocultural, “las elecciones [...] se basan mucho más en razones sensibles y emocionales que en el razonamiento lógico y en la información precisa” (Genesini, 2018, p. 48).

Además, la elección del blanco —muy precisa en esa definición— apunta a una “anti-verdad”, fundamental para entender el “post”. Lara Mesquita (2018, p. 33) afirma objetivamente: “esto es mentira, pero su uso con el objetivo específico de subvertir o socavar la democracia, único sistema de constitución del poder del Estado en el que la ‘opinión pública’ es el factor determinante”.

El caso es que el fenómeno de la posverdad —y la difusión de noticias falsas como mecanismo para la construcción de una narrativa de eso— distorsiona y daña directamente la calidad de las democracias liberales, como explica el autor:

Armar de la mano de la “opinión pública” la revocatoria, el referéndum y la iniciativa para hacer prevalecer efectivamente su voluntad sobre la de sus representantes electos, es todavía un privilegio de muy pocos. Sin embargo, el concepto general fue adoptado universalmente como un sueño. Nadie puede enfrentarlo impunemente. Incluso las dictaduras necesitan venderse a sí mismas como “exceso de democracia” e incluir en sus disfraces institucionales elementos que al menos se asemejen a las instituciones democráticas. La conversión paulatina de la lucha contra la democracia “burguesa”, de una disputa entre verdades enfrentadas a la destrucción del concepto mismo de verdad, incluye el reconocimiento de la relación indisoluble entre democracia y verdad. Admitiendo que donde está bien plantada, la democracia solo puede destruirse desde adentro, a partir de la deliberación de la mayoría con-

tra sí misma, y que solo el engaño puede producir este efecto, rinde homenaje a la superioridad moral que sus enemigos siempre le han negado a lo largo de la historia del siglo XX. (Mesquita, 2018, pp. 34-35)

Frente a este alboroto, algunos autores han entendido la quiebra del paradigma de la democracia liberal, que presentaría una visión formalista de la soberanía popular, ejercida únicamente a través del voto, pero sin participación efectiva en las políticas públicas, así como amputada de la noción social de ética en comunidad.

En esta dirección, Manuel Castells (2018) entiende que la crisis de este modelo está “adoptando múltiples formas”, entre ellas, “la subversión de las instituciones democráticas por parte de caudillos narcisistas que se apoderan de los manantiales del poder del disgusto de las personas con podredumbre institucional”. “El puro y simple retorno a la brutalidad irrestricta del Estado en buena parte del mundo, desde Rusia a China, desde el África neocolonial a los neofascismos en Europa del Este y a las mareas dictatoriales en América Latina” y, en lo que a este artículo se refiere, “la manipulación mediática de las esperanzas frustradas por los encantadores de serpientes [...]”. En otro trabajo, denominado “Sociedade em Rede”, el autor sostiene que el fenómeno de las *fake news* es especialmente demostrativo del colapso del sistema político liberal (Castells, 1999). Con respecto a eso, Mesquita escribe:

En la etapa pre-tecnológica, casi artesanal, lo que se convertiría en “posverdad” evolucionó del “patrullaje ideológico” ante el poder a la represión y la agresión armada de la disputa por la hegemonía geoestratégica, hasta que fluyó, después de detenida en su avance militar, en un intento de imponer una “hegemonía cultural” en busca del “consentimiento social” de un conjunto de convicciones, normas morales y reglas de conducta sembradas de un minucioso trabajo de “superación” inducido por creencias y sentimientos establecidos, en dirección a la autoinmolación de las democracias, que se obtendrá mediante el “control de los medios de difusión cultural de la burguesía”, y la “cooptación de artistas, profesores e intelectuales orgánicos” al servicio de la conquista del poder político. (Mesquita, 2018, pp. 35-36)

En este sentido, las noticias falsas se nutren de la posverdad, al mismo tiempo que constituyen una herramienta para su construcción, constituyendo así un verdadero círculo vicioso. La interrelación entre la aparición de las *fake news* y el advenimiento del propio entorno digital, que por diferentes cuestiones —algunas relacionadas con la propia naturaleza del medio— no

puede pasarse por alto, tiene diferentes criterios de validación en relación con los medios periodísticos clásicos (McDougall et al., 2018). Mientras que en los medios físicos tradicionales el beneficio provenía de las suscripciones de los lectores, las plataformas de noticias en el medio digital, al ser gratuitas, obtienen sus ingresos de los anuncios que se muestran en sus respectivas páginas, lo que:

Introduce un factor en la emisión de fake news motivacional que contribuye a su existencia: la dimensión económica de las instituciones periodísticas o de otro tipo, es decir, característica en un modelo comercializable en Internet basado en anuncios. (Cardoso et al., 2018, p. 19)

De esta manera, los portales de medios con un historial de confiabilidad y ética periodística están de a poco siendo reemplazados por alternativas digitales que compiten ávidamente entre sí por los usuarios (McDougall et al., 2018). Este mecanismo permite a las empresas utilizar el llamado “clickbait”, un artificio según el cual los portales, “utilizando una relación directa entre el número de visualizaciones y se producen recetas, títulos y/o contenidos que, de forma deliberada, sirven para que los usuarios hagan clic”, reforzando la estrecha correlación” entre las *fake news* y el aspecto emocional cuestionado por la noción de posverdad”, ya que “los estudios confirman la tendencia de los usuarios a compartir mucho más las noticias caracterizadas por una lenguaje y contenido sensacional y emocionante” (Cardoso et al., 2018, p. 19).

En este nuevo entorno, el éxito de un portal depende no tanto de la confiabilidad histórica de su contenido o de la ética periodística, sino de su facilidad de ubicación en los medios y del uso de mensajes personalizados para captar la atención del público deseado (Hobbs, 2017). Este sistema contribuye a la difusión de noticias falsas, ya que es más probable que se compartan a través de los medios y viajan más rápido que el contenido real (Vosoughi et al., 2018). Esto se debe en gran parte a la capacidad de las *fake news* para dialogar con el patetismo del lector —para instrumentalizar una palabra aristotélica— y en ello evocar una profunda simpatía y emociones intensas, como la ansiedad o la ira, que dan lugar a más compartir que contenido neutro (McDougall et al., 2018).

De hecho, las *fake news*, en su sentido más amplio, pueden existir “teóricamente desde el primer proceso político de la humanidad”, pero es “con el surgimiento de los medios de comunicación que se crearon las condiciones para que este fenómeno se convierta en una dimensión fundamental de

la vida social y política” (Cardoso et al., 2018, p. 19). Por tanto, “la novedad no está en las *fake news* en sí, sino en la aparición de un instrumento capaz de reproducirlas y difundirlas con una amplitud y rapidez sin precedentes” (Frias-Filho, 2018). Por tanto, aunque el fenómeno no es inusual, es la dimensión actual que asume la que exige nuevos enfoques.

Aunque para algunas personas las noticias falsas pueden parecer inofensivas, varios estudios han demostrado lo contrario (Balem, 2017). Además de los efectos obvios del engaño en la toma de decisiones, la exposición continua a información errónea puede llevar a las personas a dejar de creer en los hechos por completo y a dudar del valor mismo de la ciencia y la evidencia científica (Van der Linden et al., 2017), como se observó claramente en la negación generalizada de los brasileños con respecto a las recomendaciones científicas relacionadas con la pandemia COVID-19 (Caponi, 2020).

El impacto sociológico de las *fake news* en los espacios públicos también está directamente relacionado con los algoritmos que utilizan las redes sociales, que filtran el contenido que se le expondrá a la persona, a partir de las visiones políticas y sociales que tiene el usuario, creando las llamadas “cámaras de eco ideológicas” (Rosenzweig, 2017; Sunstein, 2001). Considerando que cada integrante de la burbuja está expuesto selectivamente a las opiniones con las que está de acuerdo, se desarrolló un fenómeno social, denominado “efecto falso consenso”, que se traduce en una tendencia a sobreestimar lo común que es la opinión en sí misma (McDougall et al., 2018). Estas comunidades “se vuelven cada vez más segregadas en cuanto a política, cultura, geografía y estilo de vida” (Kakutani, 2018, p. 105), contribuyendo a la constitución de una sociedad polarizada y fragmentada, con el deterioro del sistema democrático (Fisher & Taub, 2018; Levitsky & Ziblatt, 2018; Recuero & Gruz, 2019).

Sin embargo, además de las cuestiones teóricas, los acontecimientos recientes han demostrado los efectos prácticos deletéreos de la difusión de noticias falsas para el proceso democrático y el ejercicio de la ciudadanía.

## **Materiales y métodos**

La mayoría de las incursiones científicas en las *fake news* se han centrado en cuestiones de producción, como la ubicación y las posibles motivaciones de varios proveedores de desinformación, el cambiante panora-

ma geopolítico de la guerra de la información, los beneficios económicos para los medios. mecanismos de comunicación y búsqueda y la necesidad y conveniencia de implementar restricciones técnicas y/o financieras que minimicen la difusión de noticias falsas, entre otras. El enfoque en temas de producción es importante y todos estos son casos válidos cuya discusión es pertinente. Sin embargo, este artículo, aunque aborda algunos de los puntos anteriores, pretende abordar algunas dinámicas de recepción crítica que podrían estar subyacentes a la mayor presencia de noticias falsas en el entorno contemporáneo que en el pasado.

Por tanto, destaca como especialmente relevante un enfoque interseccional entre Sociología y Derecho, para entender no solo cómo abordar el problema de manera legislativa, sino también cómo interpretar su advenimiento desde los contextos históricos, sociológicos y culturales que le sirvieron de cuna, es decir, la posmodernidad y la posverdad, eligiendo esto como panorama teórico.

En este sentido, el trabajo realiza un breve análisis de las medidas que se han utilizado alrededor del mundo para enfrentar el problema, con una breve reflexión crítica sobre su efectividad relativa, a partir tanto de las estructuras teóricas previamente establecidas como de los datos empíricos que han sido planteados por las Ciencias Humanas y Sociales.

## **Discusión y conclusiones**

### **¿La regulación estatal es suficiente para el problema?**

Una exploración de las bases sociológicas e históricas del problema, a pesar de su comprensión esencial, es solo el primer paso para enfrentar el problema de las noticias falsas. Es imperativo proceder, en un segundo momento, a correlacionar estos aportes teóricos con los datos empíricos que rodean el tema, tanto en lo que respecta a su efectividad práctica, como en relación con las consecuencias de tales medidas para temas sensibles de derechos humanos, tales como libertad de expresión.

Las medidas para combatir la difusión de noticias falsas se pueden clasificar, en general, en tres tipos: leyes reguladoras de medios públicos; solicitud de regulación privada de plataformas privadas (por ejemplo, verificación de datos de Facebook); y educación mediática de la población, con miras a

sensibilizar al individuo sobre la importancia de una postura crítica en relación con los contenidos difundidos en las redes digitales, como ejercicio de ciudadanía (Cardoso et al., 2018).

El uso de una legislación restrictiva es posiblemente la solución que se propone con mayor frecuencia en la materia, que suele hacerse con base en conceptos como “derecho a la comunicación” (Vannuchi, 2018) o consideraciones sobre la necesidad de poner límites al derecho a la libertad de expresión (Balem, 2017).

Esta fue la estrategia adoptada por Italia, a través de un proyecto de ley que penalizaba la publicación o divulgación de “noticias falsas, exageradas o tendenciosas”, con una previsión de multa de hasta 5000 euros, con una combinación de prisión a más noticias falsas graves —como las que pueden incitar a la delincuencia o la violencia— e imposición en las redes sociales que monitorean sus plataformas en busca de dicho contenido (Tambini & Goodman, 2017). Otros países, como Alemania y el Reino Unido, han adoptado políticas regulatorias similares (Cardoso et al., 2018).

Sin embargo, se ha observado que acciones en esta dirección tienden a generar fricciones con los derechos humanos y muchas veces degeneran en autoritarismo. Esta fue la conclusión de un informe titulado “Fake news: respuestas de política pública”, en el que se evaluaron críticamente las políticas públicas adoptadas por China e Italia con miras a abordar las falsas noticias, así como sus respectivas consecuencias en el ámbito de los derechos humanos. El informe concluyó que China es una ilustración útil de los peligros presentes tanto en el establecimiento de estructuras regulatorias preventivas (antes de la publicación) como en la definición muy amplia de lo que constituye una noticia falsa o un rumor, un concepto que, para el gobierno chino, incluye “socavar la moral, el sistema socialista y la autenticidad de la información” (Tambini, 2017, p. 13). Así, China “es un ejemplo de un país que eligió como respuesta pública la práctica de limitar agresivamente la libertad de expresión” y terminó adoptando una “definición demasiado amplia de lo que constituyen noticias falsas o rumores/rumores” (Cardoso et al., 2018, p. 25).

El informe concluye que estas circunstancias explican por qué los defensores internacionales de la libertad de expresión, como el Relator Especial de la ONU para la Libertad de Expresión y el Representante de la OSCE para la Libertad de los Medios de Comunicación, han denunciado abiertamente los riesgos derivados de abordar las *fake news* a través de la regula-

ción estatal (Tambini & Goodman, 2017). Problemas similares se han observado en los sistemas privados de verificación de datos, siempre relacionados con la imposibilidad de garantizar la exención del agente responsable de evaluar la noticia.

Un hecho particularmente notable en este contexto de discusión es la (aquí llamada) Doctrina de la Equidad, que ejemplifica la relación entre el aspecto individual y la función democrática de la libertad de pensamiento y expresión, siendo —para Patricia Aufderheide (1990)— un lugar de gran controversia sobre el futuro de la regulación del interés público.

Jonathan Andrew Stewart Honig (2019) resume que la Doctrina de la Equidad fue la construcción fundamental de las regulaciones de televisión y una de las regulaciones de contenido más controvertidas que ha sido aplicada a las estaciones de televisión en los Estados Unidos por la *Federal Communications Commission* (FCC). En 1949, esta comisión gubernamental organizó un marco regulatorio para los medios del país, que se conoció como *Fairness Doctrine*, aquí traducida libremente como Doctrina de la Equidad.

En general, esta doctrina tuvo el objetivo de promover la discusión de temas controvertidos de vital interés para la comunidad y brindar espacio para diferentes puntos de vista sobre estos temas (Hazlett, 1989). Souza y Pinheiro (2016) comentan que esta doctrina se desarrolló a partir de la idea de que para que exista el derecho a la información no basta con que la libertad de prensa se garantice solo bajo el prisma de la abstención estatal, ya que esto podría implicar la exclusión de grupos desfavorecidos del discurso público y la manipulación de la libertad por parte de grupos hegemónicos o mayoritarios. Además de desarrollar un sistema federal de licencias para las emisoras, la FCC identificó ciertos tipos de discurso como esenciales para mantener el estándar de interés público, y esto en términos de prioridad (Hazlett & Sosa, 1997).

La Doctrina de la Equidad, en términos objetivos, requería que las estaciones de radio y televisión que tenían licencias de transmisión emitidas por la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) (1) dedicaran parte de su programación a temas controvertidos de importancia pública y (2) para permitir la presentación de puntos de vista opuestos sobre estos temas. Esto significaba que los programas de políticas deberían incluir puntos de vista opuestos sobre el tema en discusión. Las emisoras tenían el deber activo de determinar el espectro de opiniones sobre un tema determinado e incluir a las personas más adecuadas para representarlas en su programación.

Además, la regla requería que las emisoras alertaran a cualquier persona sujeta a un ataque personal a su programación y les dieran la oportunidad de responder, y exigía que todas las emisoras que respaldan a candidatos políticos inviten a otros candidatos a responder.

Esta política comenzó en la Ley de Radio de 1927, cuando el Congreso dictó que la FCC (y su predecesora, la Comisión Federal de Radio) solo debería emitir licencias de transmisión cuando fuera útil al interés público. En 1949, la FCC interpretó esto de manera más estricta en el sentido de que los licenciarios debían incluir discusiones sobre asuntos de importancia pública en sus transmisiones y que debían hacerlo de manera justa. Posteriormente, la agencia publicó una norma en materia de editorialización por los licenciarios de radiodifusión, que dio a conocer la llamada Doctrina de la equidad y comenzó a aplicarla.

Sin embargo, la Doctrina de la Equidad ha enfrentado varios desafíos a lo largo de los años. Al principio, la constitucionalidad de la doctrina fue probada y confirmada por la Corte Suprema de los Estados Unidos en un caso histórico de 1969, *Red Lion Broadcasting Co., Inc. v. FCC* (395 EE.UU. 367). Aunque el Tribunal luego falló en el sentido de que la doctrina no violaba los derechos de la Primera Enmienda de la emisora, el Tribunal advirtió que, si la doctrina comenzaba a restringir la expresión, entonces la constitucionalidad de la regla debería reconsiderarse. Apenas cinco años después, sin declarar inconstitucional la doctrina, la Corte concluyó en otro caso que la doctrina “debilita ineludiblemente el vigor y limita el alcance del debate público” (*Miami Herald Pub. Co. v. Tornillo*, 418 U.S. 241). En 1984, la Corte concluyó que la justificación de la escasez subyacente a la doctrina era defectuosa y que la doctrina estaba limitando la amplitud del debate público (*FCC v. League of Women Voters*, 468 U.S. 364). Esta decisión preparó el escenario para la acción de la FCC en 1987. Un intento del Congreso de restablecer la regla por estatuto fue vetado por el presidente Ronald Reagan en 1987, y los intentos posteriores ni siquiera fueron aprobados por el Congreso (Aufderheide, 1990).

En respuesta, la FCC comenzó a reconsiderar la regla a mediados de la década de 1980 y finalmente la derogó en 1987, luego de que el Congreso aprobara una resolución que ordenaba a la comisión que estudiara el asunto. A la decisión se le atribuyó la explosión de la radio conservadora a fines de la década de 1980 y principios de la de 1990. Aunque la FCC no ha hecho cumplir la regla en casi un cuarto de siglo, técnicamente permanece en los

libros. Como parte de los esfuerzos más amplios de la administración Obama para revisar la regulación federal, la FCC finalmente está descartando la regla de una vez por todas.

Una vez comprendido el contenido histórico, parece que la Doctrina de la Equidad fracasó en su propósito al no hacer explícitos los criterios para la realización de su alcance. Sobre este punto, Thomas W. Hazlett comenta que:

El uso de cualquier estándar arbitrario para otorgar licencias a la prensa [...] seguramente causará un gran daño político, incluso si el estándar parece tan inocente como la “justicia”. Después de todo, la justicia está en el ojo del espectador y los funcionarios del gobierno son observadores muy interesados. [...]. Cuanto más subjetivo es el patrón, [...] más nervioso está el suplicante. La FCC nunca ha definido claramente el requisito de equidad para los licenciarios, prefiriendo en cambio adherirse a un método fácil de usar. [...] la concesión de licencias de radio federal comenzó en la década de 1920 con el estándar de atribución más vago que los tribunales permitirían: los derechos deberían otorgarse a cualquiera que satisfaga “la conveniencia, el interés o la necesidad del público”. En los primeros días de la radio, el secretario de Comercio, Herbert Hoover, consideró que las opiniones de las organizaciones laborales eran menos de interés público que las de los empresarios y distribuyó valiosos derechos de espectro en consecuencia. Franklin Roosevelt consideró eminentemente justo prohibir a todos los editores de periódicos ser propietarios de estaciones de radio... con el argumento de que, como clase, eran injustamente hostiles al New Deal. (Hazlett, 1989, pp. 104-105, traducción libre, énfasis agregado)

Si bien la libertad de expresión y de prensa tradicionalmente significa la ausencia de controles estatales, la base lógica para la regulación de la transmisión es que la libertad permite el prejuicio, como lo demuestra Hazlett (1989). Se considera necesaria una regulación con mentalidad pública para garantizar la igualdad de acceso a los medios de comunicación para todos los lados de las controversias y, en definitiva, para promover la igualdad de trato de los candidatos políticos, para mitigar la posible parcialidad de los editores. Por supuesto, hay noticias grotescamente injustas e incluso programas de entretenimiento irresponsables. Sin embargo, la pregunta relevante es si la regulación política tenderá a reducir la desigualdad o exacerbar los prejuicios y acabar con las fuentes de noticias importantes. La regulación traslada la decisión de programación de “justicia” de aquellos que compiten por audiencias a aque-

llos que han asegurado el poder burocrático dentro de una agencia federal. Se necesita un gran acto de fe para creer que este reemplazo mejorará.

## **La alfabetización digital como alternativa**

Los riesgos de la regulación de los medios estatales como herramienta para combatir las *fake news* han animado a investigadores y agentes públicos a buscar alternativas que no tengan el mismo potencial nocivo para la libertad de expresión, destacando, en este sentido, la noción de “alfabetización digital” (*digital literacy*), directamente vinculado al concepto de “ciudadanía digital”. Si bien es un constructo sumamente amplio, para el que diferentes autores presentan definiciones considerablemente divergentes, se puede decir, en general, que la ciudadanía digital está relacionada con la capacidad de la persona para participar en el espacio en línea de la sociedad, incluida tanto la conectividad a la propia Internet como las habilidades necesarias para su uso (Mossberger et al., 2007). El Consejo de Europa lo define como “la capacidad de participar de manera positiva, crítica y competente en el entorno digital” (McDougall et al., 2018, p. 12).

La alfabetización digital, a su vez, trasciende la mera capacidad de obtener o utilizar información en línea de forma instrumental, englobando también, más específicamente, la capacidad de hacer preguntas sobre la fuente y el significado de la información, sobre los intereses involucrados en su transmisión, en definitiva, comprender cómo la información se relaciona con las fuerzas sociales, políticas y económicas (Buckingham, 2015, p. 15). Es, en esencia, un tipo de capacidad ética y social que complementa las habilidades técnicas y prácticas necesarias para el uso de tecnologías digitales (McDougall et al., 2018, p. 12).

Varias investigaciones han demostrado que la educación en alfabetización mediática puede tener resultados positivos en el conocimiento, las habilidades y las actitudes de los estudiantes para analizar críticamente y comprender los medios (Jeong et al., 2012; Vraga & Tully, 2016; Webb & Martin, 2012). Más que eso, los estudios han demostrado que este tipo de educación es especialmente eficaz cuando se trata de prevenir la creencia en noticias falsas, con investigaciones que muestran que el nivel de alfabetización mediática de un individuo es inversamente proporcional a su probabilidad de creer y compartir noticias falsas (Kahne & Bowyer, 2017).

La superioridad de este enfoque sobre la regulación estatal también está relacionada con los fenómenos cognitivos humanos llamados “sesgo de confirmación” y “sesgo de desconfirmación”, que describen la tendencia a, ante la evidencia que desafía nuestras opiniones, y que, por lo tanto, debería motivarnos a reexaminar nuestros puntos de vista, reaccionar con un impulso psicológico para aferrarnos aún más firmemente a nuestras creencias erróneas, en ambas direcciones: buscar la confirmación de nuestras creencias anteriores, en lugar de información que pueda contradecirlas o complicarlas (sesgo de confirmación); e ignorar o rechazar información que desafíe las convicciones personales (sesgo de desconfirmación), con la propensión, en el caso de información del espacio mediático, a descalificar a los medios como deshonestos y tendenciosos (McDougall et al., 2018), o, en el caso de caso de regulación estatal, para calificar al Poder Público como autoritario y conspiracionista. Así, paradójicamente, la lucha legislativa contra la desinformación puede, en algunos puntos, intensificarla.

La educación en alfabetización mediática, a su vez, ha sido eficaz incluso para mitigar los efectos del sesgo de confirmación, con el potencial, por tanto, de tratar el fenómeno de las *fake news* en su raíz: la incapacidad de una buena parte de la población para aceptar información que cumpla con sus convicciones personales (Miller, 2016). Por este motivo, la Comisión Europea ha destacado reiteradamente la importancia del desarrollo de la alfabetización mediática digital como instrumento para lograr la ciudadanía y prevenir las *fake news*, tanto porque es una medida que no viola las libertades individuales, como porque es uno de los pocos enfoques que tiene eficacia a largo plazo (Comisión Europea, 2018).

A pesar de que las cuestiones relacionadas con la metodología de dicha instrucción (grupo de edad a aplicar, responsable del ministerio, nivel escolar a insertar) son objeto de considerables altercados (Jeong et al., 2012; McDougall et al., 2018, p. 12), existe una consonancia sobre los beneficios positivos a largo plazo de la educación digital para combatir la desinformación y prevenir la difusión de noticias falsas.

Los beneficios de optar por la alfabetización digital, frente a la regulación estatal, son varios y están relacionados no solo con la efectividad en la prevención de la desinformación, sino también con el mantenimiento de la libertad de expresión y con la maduración de responsabilidades y capacidades relacionadas con la ciudadanía, con todos los efectos a largo plazo que resultan de una sociedad maduraron en ese momento (Cardoso et al., 2018).

La inclusión de este tipo de enseñanza en los planes de estudio de las escuelas, tanto privadas como públicas, tiene el potencial de permitir que la propia población se enfrente al revuelo de la desinformación y, por lo tanto, se dé cuenta de su ciudadanía digital.

Finalmente, la educación digital es una vía preferible porque, como lo recuerda Bobbio (1990, p. 214), es mejor “una libertad siempre en peligro, pero expansiva, que una libertad protegida, pero incapaz de desarrollarse. Solo una libertad en peligro es capaz de renovarse. Una libertad incapaz de renovarse tarde o temprano se convierte en una nueva esclavitud”.

## Consideraciones finales

No hay fin a esta lista de venenos de acción instantánea, para los cuales el único antídoto sigue siendo la investigación minuciosa de la verdad de los hechos, ya que los “reyes” de hoy, individuales o colectivos, también están bajo dios. Pero cuesta mucho tiempo y mucho dinero, elementos que son cada vez más escasos en el mundo del periodismo profesional (Mesquita, 2018). De hecho, el fenómeno de la difusión de noticias falsas como estrategia política —como ocurrió en las últimas disputas presidenciales en Estados Unidos y Brasil— ha comprometido en gran medida la calidad del debate público y sesgado la comprensión de la realidad social en el ámbito político-partidista.

Como se explicó en la primera parte de este estudio, las *fake news* son la principal herramienta para la construcción metanarrativa de discursos que pretenden alterar, bajo la dirección de propósitos políticos, la comprensión pública de los hechos. En este sentido, las democracias liberales parecen acercarse a su ocaso, o al menos sufren una fuerte amenaza bajo el auspicio de la formación de verdaderas milicias digitales, como se ha visto en el ámbito reaccionario nacional.

Una solución continuamente ventilada es la regulación del Estado, con el propósito de limitar la difusión de noticias falsas o incluso criminalizar su práctica, como en el caso del Proyecto de Ley No. 2630, de 2020, conocido como Ley de Noticias Falsas. La cuestión es que la construcción de discursos alternativos o diferentes interpretaciones son típicas de la experiencia social. Como se muestra en la exposición Doctrina de la equidad, este intento no logró preservar el interés público al no establecer criterios objetivos

para otorgar licencias a estaciones de radio y televisión. Sin embargo, dado que la expedición de las licencias estaba en manos de agentes del gobierno, su liberación implicó estar sujeta a intereses políticos, así como a legislación que pretende criminalizar la difusión de noticias falsas.

Al final, este estudio apostó por la alfabetización digital como herramienta adecuada no solo para mitigar los efectos de las *fake news*, sino también para la realización de la ciudadanía digital de los ciudadanos. Este enfoque tiene la ventaja de mantener sólida la libertad de expresión y de opiniones de las personas. no limitar la libertad de expresión. Además, sin embargo, también ha mostrado particular efectividad como solución a largo plazo del problema, ya que, en lugar de evitar que la desinformación llegue al individuo (objetivo cuya plena implementación es materialmente imposible), habilita y capacita al sujeto para evaluar críticamente el contenido recibido.

Para usar una analogía pertinente al momento global actual, la regulación estatal correspondería a la imposición de medidas de distancia social; sin duda son necesarios en este momento, pero no pueden, por sí mismos, eliminar la contaminación por el virus, sino mitigar su propagación. La educación en alfabetización digital a largo plazo, por otro lado, equivaldría al descubrimiento de una vacuna, una medida que tiene como objetivo no contener el elemento nocivo en sí, sino inmunizar a la población amenazada por él.

## Bibliografía

- Almeida, R. de (2019). Bolsonaro Presidente: Conservadorismo, evangelismo e a crise brasileira. *Novos Estudos CEBRAP*, 38(1), 185-213. <https://bit.ly/3bTVz6A>
- Arendt, H. (2014). *Entre o passado e o futuro*. São Paulo, Perspectiva.
- Aufderheide, P. (1990). After the Fairness Doctrine: Controversial Broadcast Programming and the Public Interest. *The Journal of Communication*, 40(3), 47-72. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1990.tb02270.x>
- Balem, I.F. (2017). *O impacto das fake news e o fomento dos discursos de ódio na sociedade em rede: a contribuição da liberdade de expressão na consolidação democrática*. 4º Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade. Santa Maria, UFSM.
- Barragán, A. (2018). Cinco “fake news” que beneficiaram a candidatura de Bolsonaro. *Jornal Brasil El País*. <https://bit.ly/35UE4PG>

- Bobbio, N. (1990). *A era dos direitos*. Rio de Janeiro, Ed. Campus.
- Borges Júnior, E. (2019). What is the post-truth? Elements for a critique of the concept. *Brazilian Journalism Research*, 15(3), 524-545. <https://doi.org/10.25200/BJR.v15n3.2019.1189>
- Buckingham, D. (2015). Defining digital literacy. What do young people need to know about digital media? *Nordic Journal of Digital Literacy*, 10, 21-35. <https://bit.ly/3isbQ3H>
- Caponi, S. (2020). Covid-19 no Brasil: entre o negacionismo e a razão neoliberal. *Estudos Avançados*, 34(99), 209-224. <http://dx.doi.org/10.1590/s0103-4014.2020.3499.013>.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede. A era da informação: Economia, Sociedade e Cultura*. v. 1, 6ª ed. São Paulo, Paz e Terra.
- Castells, M. (2018). *Ruptura: a crise da democracia liberal*. Rio de Janeiro, Zahar.
- El País (2016). Papa compara consumo de notícias falsas com comer fezes. <https://bit.ly/3itQXVL>
- Fisher, M., & Taub, A. (2018). How everyday social media users become real-world extremists. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2018/04/25/world/asia/facebook-extremism.html>
- Frias-Filho, O. (2018). O que é falso sobre fake news. *Revista USP*, 116, 39-44. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i116p39-44>
- Genesini, S. (2018). A pós-verdade é uma notícia falsa. *Revista USP*, 116, 45-58. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i116p45-58>
- Giacoia Júnior, O. (2017). E se o erro, a fabulação, o engano revelarem-se tão essenciais quanto a verdade? *Folha de S. Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859994-e-se-o-erro-a-fabulacao-o-engano-revelarem-se-tao-essenciais-quanto-a-verdade.shtml>
- Hazlett, T.W. (1989). The fairness doctrine and the First Amendment. *The Public Interest*, 96, 103-116.
- Hazlett, T.W., & Sosa, D.W. (1997). Was the Fairness Doctrine a “Chilling Effect”? Evidence from the Postderegulation Radio Market. *The Journal of Legal Studies*, 26(1), 279-301. <https://bit.ly/392W5NM>
- Hobbs, R. (2017). Teach the Conspiracies. *Knowledge Quest*, 46(1), 16-24. <https://bit.ly/3sTAPC7>
- Jeong, S.-H., Cho, H., & Hwang, Y. (2012). Media Literacy Interventions: A Meta-Analytic Review. *The Journal of Communication*, 62(3), 454-472. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01643.x>

- Kahne, J., & Bowyer, B. (2017). Educating for Democracy in a Partisan Age: Confronting the Challenges of Motivated Reasoning and Misinformation. *American Educational Research Journal*, 54(1), 3-34. <https://doi.org/10.3102/0002831216679817>
- Kakutani, M. (2018). *The Death of Truth: Notes on Falsehood in the Age of Trump*. Danvers, MA, Tim Duggan Books.
- Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2018). *How democracies die*. Portland, Broadway Books.
- McDougall, J., Zezulková, M., Van Driel, B., & Sternadel, D. (2018). Teaching media literacy in Europe: evidence of effective school practices in primary and secondary education. *NESET II Report*. <https://bit.ly/2XSaFRR>.
- McIntyre, L. (2018). *Post-Truth*. Cambridge, MA, MIT Press.
- McIntyre, L. (2019). *The Scientific Attitude: Defending Science from Denial, Fraud, and Pseudoscience*. Cambridge, MA, MIT Press.
- Mesquita, F.L. (2018). A pós-verdade levará à pós-democracia? *Revista USP*, (16), 31-38. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i116p31-38>
- Miller, A.C. (2016). Confronting Confirmation Bias: Giving Truth a Fighting Chance in the Information Age. *Social Education*, 80(5), 276-279. <https://bit.ly/3is52TO>
- Mossberger, K., Tolbert, C.J., & McNeal, R.S. (2007). *Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation*. Cambridge, MA, MIT Press.
- Oxford. Oxford Word of the Year (2016). Oxford Languages. <https://bit.ly/2M0GLIm>
- Park, R.E. (1940). News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge. *The American Journal of Sociology*, 45(5), 669-686. <https://bit.ly/39LqlvI>
- Reale, G., & Antiseri, D. (2014). *Storia della filosofia. Dai presocratici ad Aristotele*. vol. 1. Bompiani.
- Recuero, R., & Gruzd, A. (2019). Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. *Galáxia (São Paulo)*, 41, 31-47. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542019239035>
- Rosenzweig, A. (2017). Understanding and Undermining Fake News from the Classroom. *Berkeley Review of Education*, 7(1), 105-112. <https://doi.org/10.5070/B87136743>
- Souza, E.B.; & Pinheiro, V.S. (2016). Democracia e Liberdade de Expressão: O pluralismo julgado pelo Utilitarismo de Mill e pelo Liberalismo de Rawls. *Revista Thesis Juris*, 5(1), 119-144. <https://doi.org/10.5585/rtj.v5i1.315>

- Sunstein, C. R. (2001). *Echo chambers: Bush v. Gore, impeachment, and beyond*. Princeton, Princeton University Press
- Tambini, D. (2017) *Fake news: public policy responses*. LSE Media Policy Project Series. Damian Tambini and Goodman, Emma (eds.), (Media Policy Brief 20). The London School of Economics and Political Science. <https://bit.ly/2LM9Bwm>
- Vannuchi, C. (2018). O direito à comunicação e os desafios da regulação dos meios no Brasil. *Galáxia (São Paulo)*, 38, 167-180. <https://doi.org/10.1590/1982-2554232145>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <http://dx.doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Vraga, E.K., & Tully, M. (2016). Effectiveness of a Non-Classroom News Media Literacy Intervention Among Different Undergraduate Populations. *Journalism & Mass Communication Educator*, 71(4), 440-452. <http://dx.doi.org/10.1177/1077695815623399>
- Webb, T., & Martin, K. (2012). Evaluation of a Us School-Based Media Literacy Violence Prevention Curriculum on Changes in Knowledge and Critical Thinking Among Adolescents. *Journal of Children and Media*, 6(4), 430-449. <https://doi.org/10.1080/17482798.2012.724591>

Fecha de envío: 2020/10/31; Fecha de aceptación: 2021/01/18;

Fecha de publicación: 2021/03/01



## La verificación periodística frente a la mentira en los procesos electorales de Ecuador y España<sup>1</sup>

### *Journalistic verification against lies in the electoral processes of Ecuador and Spain*

**Claudia Rodríguez-Hidalgo**

Universidad Técnica Particular de Loja  
cvrodriguez@utpl.edu.ec  
<https://orcid.org/0000-0003-4004-9389>

**Javier Herrero**

Universidad de Salamanca  
javiherrero82@usal.es  
<https://orcid.org/0000-0002-1362-7406>

**Ignacio Aguaded-Gómez**

Universidad de Huelva  
aguaded@uhu.es  
<https://orcid.org/0000-0002-0229-1118>

**Forma sugerida de citar:** Rodríguez-Hidalgo, C., Herrero, J., & Aguaded-Gómez, I. (2021). La verificación periodística frente a la mentira en los procesos electorales de Ecuador y España. *Universitas*, 34, pp. 41-62.

<sup>1</sup> Este escrito fue desarrollado durante la estancia de investigación realizada en la Universidad de Salamanca, bajo la tutela del profesor Javier Herrero-Gutiérrez, cofinanciada por la propia institución española dentro del programa de la USAL “Movilidad de profesores extranjeros en el marco de convenios”.

## Resumen

La verificación de hechos es clave en el marco de procesos electorales, el discurso político nunca estuvo tan expuesto como hoy al escrutinio público y a la posibilidad de ser desmentido en vivo y de forma masiva. Esta investigación se enfoca en los proyectos de verificación informativa de Ecuador y España, y en su rol en las elecciones de ambos países en marzo y abril de 2019, respectivamente.

Se analizaron las publicaciones más relevantes de ambos proyectos en Twitter con el objetivo de identificar los principales rumores difundidos y sometidos a verificación, así como los políticos sobre los cuales se difundió la mayor cantidad de rumores.

Los resultados más relevantes muestran que las declaraciones falsas de candidatos y la migración fueron los temas principales de las *fake news* en ambos países, y que las mentiras en torno a determinados candidatos no afectó de modo determinante los resultados de las elecciones. Del mismo modo se evidenció que existe una marcada desigualdad en la difusión de la información verificada en ambos países, puesto que estas no reflejan la misma intensidad en cuanto a la producción de desmentidos, así como a la difusión de estos.

## Palabras clave

Periodismo, información, internet, comunicación, medios sociales, campaña política.

## Abstract

*Fact-checking is key in the framework of electoral processes, political discourse has never been so exposed as it is today to public scrutiny and the possibility of being denied live and in a massive way. This research focuses on the fact-checking projects in Ecuador and Spain, and their role in the elections of both countries in March and April 2019, respectively.*

*The most relevant publications from both projects on Twitter were analyzed, the aim was to identify the main rumors that were spread and subject to verification, as well as the politicians about whom the most rumors were spread.*

*The most relevant results it is evident that the immigration issue and false declarations by candidates were the main topics of the fake news in both countries, and that the lies about certain candidates did not decisively affect the results of the elections. Similarly, it was evident that there is a marked inequality in the dissemination of verified information in both countries, since these do not reflect the same intensity in terms of the production of denials, as well as the dissemination of these.*

## Keywords

*Journalism, information, internet, communication, social media, political campaign.*

---

## Introducción

Los rumores y mentiras son comunes en las campañas electorales. El uso de estas estratagemas coadyuva a desdibujar la imagen de un candidato frente a sus electores y se acompaña de prácticas cuestionables que se esconden detrás de la búsqueda del triunfo, provocando con ello no solo el desprestigio

de otros sino el incremento de la desinformación. En ese contexto, la verificación de hechos y del discurso político se ha hecho más prominente en los últimos años (Nyhan et al., 2019) y ha puesto en alerta no solo a los políticos y a sus equipos de campaña, sino también a los periodistas y medios de comunicación frente a la reproducción de declaraciones sin verificación.

Sin duda las TIC han trastocado el modo de hacer campaña política, trasladando al escenario digital las diferentes estrategias para promocionar a un candidato y a su proyecto político; sin embargo, la expansión acelerada de las *fake news* abren un nuevo frente de acción en los procesos electorales, en los que, además de idear la forma de llevar a un candidato al triunfo, hay que confrontar los rumores y mentiras que se generan en torno a su figura y proyecto. A esto se suma un conjunto de nuevos hábitos en el uso y consumo de la información en medio de una época en la cual más del 50% de la población mundial tiene acceso a Internet y un 49% es usuario activo de las redes sociales (We are Social & Hootsuite, 2020), espacios clave para la difusión de la desinformación.

Con la atención apuntando hacia las redes sociales es preciso considerar algunos fenómenos que se producen, por la naturaleza que tienen y las posibilidades que ofrecen. Una de ellas es el prosumismo tecnológico (Toffler, 1979), actividades que antes eran mediadas por terceros, y hoy las realiza el usuario sin censura ni control de ningún tipo. Este cambio en el ecosistema digital ha fomentado una multiplicidad de fuentes informativas y datos que circulan en la Red, que están supeditados a las motivaciones y objetivos particulares de los usuarios que los crean y difunden, los cuales pueden ir desde la necesidad de informar algo de interés, pasando por el deseo de hacer una broma, hasta distorsionar una realidad de forma intencional. Ese ha sido el contexto que ha posibilitado la diseminación de *fake news*, esa información manipulada con fines específicos, generalmente políticos, con el objetivo de cambiar una imagen sobre algo o alguien, y que son presentadas de modo que impacten y provoquen una idea de realidad a través de las plataformas digitales, desde las cuales los usuarios coadyuvan a su difusión (Tandoc et al., 2018). No es lo mismo que los errores en la información por falta de pericia en la investigación de un hecho, sino que encierran una intencionalidad e imitan los contenidos de los medios masivos (Tandoc et al., 2018), su formato y estilo, pero carecen de normas editoriales, fuentes e investigación.

Los efectos negativos provocados por la diseminación de *fake news* han puesto de manifiesto diferentes iniciativas para su control y erradicación, algunas tienen que ver con la creación de leyes y sanciones destinadas a prohi-

bir y castigar a quienes difundan o produzcan información falsa, varios países de Europa ya han puesto en marcha leyes en contra de las *fake news* las cuales no están exentas de críticas y del inminente peligro de la censura al estar en manos de los gobiernos el poder de decidir qué es mentira y qué no en la Red (Valarezo-Cambizaca & Rodríguez-Hidalgo, 2019).

Otras iniciativas nacen desde el periodismo, como la profesión que por naturaleza desarrolla procesos de investigación, contraste y verificación de los hechos y que actualmente una de las claves en la lucha contra el fenómeno desinformativo. Pero también está una tercera alternativa, cuya visión es en el largo plazo, se trata de la educación en medios o alfabetización mediática, a través de la cual los ciudadanos desarrollen un pensamiento crítico y reflexivo en el uso y consumo de medios e información (Romero-Rodríguez & Rodríguez-Hidalgo, 2019).

La presente investigación se enmarca en la segunda alternativa: la verificación de hechos o *fact-checking*, como parte del poder interpretativo que tiene el periodismo en los procesos de actuación política (Luengo & García-Marín, 2020) y como un elemento necesario que permita al ciudadano tomar decisiones basadas en la información de calidad.

Para sustentar este se revisaron investigaciones anteriores sobre *fact-checking* y procesos lectorales, las cuales han expuesto el incremento de prácticas de verificación informativa liderada especialmente por periodistas, y sugieren que estas pueden reducir las percepciones erróneas en el discurso político, aunque ello no se refleje en la evaluación de los candidatos y los resultados electorales (Nyhan et al., 2019). Otros como Hill (2017) sostienen que los hechos políticos, ciertos o falsos, generan prejuicios en los votantes solo si estos se identifican con sus creencias preexistentes, y adicionan una gran cantidad de detalles para asemejarse al producto de una investigación (Chan et al., 2017), mientras que para Guess et al. (2020) los niveles de afectación por rumores y mentiras están directamente relacionados con los medios de comunicación que los usuarios consumen de manera permanente en Internet.

A pesar de que los rumores, ataques y campañas de desprestigio nunca han sido ajenas a los procesos electorales, el efecto global que le da Internet a la información, potencia el efecto nocivo de la desinformación en cuanto a la forma como los ciudadanos miran el mundo, conciben lo que es real, correcto y deseable, considerando que es a partir de la información que las personas toman decisiones, como quiénes serán las autoridades que manejen los destinos de sus comunidades.

No es menos cierto que los procesos de verificación informativa generan cierta resistencia entre los equipos de campaña, de ahí que quienes confían menos en los verificadores, son más vulnerables a sufrir la influencia de la desinformación (Lyons et al., 2020). A esto se suma la necesidad del acceso a datos abiertos que permitan a los periodistas comparar afirmaciones, cifras e información de diverso tipo, con fuentes confiables de datos, incluso hoy países como Estados Unidos, Reino Unido y otros, trabajan en los procesos de verificación con el uso de sistemas de inteligencia artificial que agiliza esa búsqueda y contraste de datos.

El debate final entre los candidatos que aspiraban a la presidencia de Estados Unidos en 2020 fue el espacio idóneo para evidenciar el incremento en la difusión de mentiras en las redes sociales, las cuales tuvieron como principal componente el propio discurso de los candidatos presidenciales. Cientos de periodistas de medios de comunicación internacionales como The New York Times, la BBC de Londres, CNN, y de organizaciones especializadas en *fact-checking* como Politifact, Maldita.es, y otras fueron protagonistas la noche del 22 de octubre cuando desmintieron las aseveraciones de los candidatos durante sus intervenciones.

Este artículo recoge las experiencias electorales de Ecuador y España a través de la verificación informativa en las elecciones celebradas durante en 2019 en cada país con la finalidad de evidenciar la relevancia de la verificación informativa como una línea del periodismo que contrarresta los efectos negativos de la desinformación.

El documento presenta, en primera instancia, una revisión sistemática de la literatura, con el propósito de conceptualizar las *fake news* y el *fact-checking* como elementos claves de la investigación al tiempo de indicar cuál es el estado actual del tema verificación informativa en el contexto político-electoral; posteriormente, se explica la metodología, objetivos y preguntas de investigación, muestra del estudio e instrumentos utilizados; en seguida se realiza el análisis de los resultados, seguido de la discusión y conclusiones, donde se observan los aportes más significativos de la investigación.

## **Estado de la cuestión**

### **Elecciones y desinformación**

Tradicionalmente, los procesos electorales han sido el terreno fértil para la difusión de *fake news* debido a que las redes sociales constituyen herra-

mientas cruciales en el desarrollo de campañas políticas debido a las posibilidades de cercanía que construye de cara al usuario (Rodríguez-Hidalgo & Silva, 2018). La desacreditación de candidatos, proyectos políticos, declaraciones son comunes en todo proceso electoral (Rincón, 2011), y ha sido principalmente la oposición política la encargada de desmentir a un candidato político, y a esta se suma el periodismo con el *fact-checking*.

La diseminación de *fake news* provoca efectos adversos en la sociedad y debilita la democracia, no por nada la Unesco hace un llamado de alerta hacia la información falsa, y al desarrollo de un pensamiento crítico (Frau-Meigs, 2017) frente al que constituye tanto un peligro tecnológico como geopolítico de relevancia, cuyos efectos ya se han visto reflejados en eventos electorales recientes como el Brexit, referéndum de la Unión Europea, y las elecciones de Estados Unidos (Elías, 2018). Ambos hechos, sucedidos en el 2016, coadyuvaron a la institucionalización de lo que se conoce como la ‘era de la pos-verdad’, y donde se evidenció la búsqueda de intereses particulares a través de cuestionables estrategias de convencimiento masivo que promueven el debilitamiento de la democracia (Ayres-Pinto & Moraes, 2020).

Adicional a ello, es en el segundo de estos contextos donde toma forma el término *fake news* cuando, Donald Trump, recientemente electo como presidente de Estados Unidos, utilizó la combinación *fake news* para desacreditar a la prensa, y posteriormente a la oposición política y a todos quienes que cuestionaran su administración (Baum-Baicker, 2020). Ello obedece a una estrategia política que busca opacar toda información negativa y modificar las percepciones de los ciudadanos, en cuyo proceso el uso de los medios y de la información es fundamental en la forma de legitimar a un líder político (Lischka, 2019).

Las mentiras forman parte habitual del juego político, pero a decir de Cotrino-Zárate (2019), la clave para manipular a la opinión pública está en quién las dice, aunque también se destacan factores como: la forma cómo lo dice, los medios que utiliza y los efectos que provoca en los destinatarios.

En el caso de España, el gobierno tiene su atención focalizada en la difusión *fake*

*news*, pero también la academia y algunas organizaciones como la Comisión Europea, que en no pocas ocasiones ha manifestado su preocupación por la alta exposición a la desinformación, junto a la necesidad de medidas de control y de concienciación de las personas (Comisión Europea, 2019).

Durante el referéndum por la independencia de Cataluña circuló un sinnúmero de redes sociales fotografías sacadas de contexto sobre violencia,

corrupción y otras (Serrat, 2019). Una de las más populares fue la de un grupo de policías agrediendo a ciudadanos, y aunque horas después se comprobó que se trataba de una foto de una manifestación del año 2013, el desmentido no fue tan popular como el rumor.

Lo propio sucede en Ecuador, donde diariamente se difunden fotografías con supuestas declaraciones del presidente Lenín Moreno, que se desmientan posteriormente. Pero al igual que en España, y en otros contextos, los desmentidos no se hacen virales, los rumores sí, ello obedece al gran componente emocional que tienen las *fake news*, sumado a las construcciones narrativas: memes, fotos y videos alterados, inventados o sacados de contexto.

El alto componente emocional en las *fake news* se ve fortalecido por la escasa exposición a información de calidad por parte de los usuarios, y por la actividad netamente emocional de los usuarios en redes sociales, no por nada Facebook ha colocado como principal forma de interacción con las publicaciones de usuarios un conjunto de seis emociones con sus respectivos *emojis*: me gusta, me entristece, me asombra, me divierte, me encanta y me enoja (Valarezo-Cambizaca & Rodríguez-Hidalgo, 2019).

De ahí que siempre que las *fake news* son tomadas como ciertas, es porque detrás hay una ideología que la quiere confirmar. A esto se suman campañas orquestadas con ayuda de trolls y bots para fortalecer estrategias cuyo fin es la desinformación haciendo eco de mensajes que se requiere que lleguen a toda la población.

## **El periodismo frente a las fake news**

Las redes sociales han acaparado notablemente la atención de los usuarios de Internet. Dentro de ellas desarrollan actividades de socialización y entretenimiento (Rivera- Rogel et al., 2018), pero también de información. Ante esto es preciso señalar que las redes sociales no son redes de información, son redes para el intercambio, la socialización, la emoción y por supuesto para la difusión de contenidos, pero no garantizan la veracidad de los contenidos que se difunden a través de ellas, por ello no se puede exigir a las redes sociales la misma responsabilidad que se exige tanto a los periodistas como a los medios de comunicación respecto al manejo informativo (Rodríguez-Hidalgo et al., 2020).

A pesar de ello, las multinacionales Facebook, Google y WhatsApp han incursionado en acciones de cara a frenar la difusión de información falsa, lo que se ha visto motivado principalmente por el exceso de rumores en redes sociales durante la emergencia provocada por la COVID-19, y que llegó a ser calificado con el término ‘infodemia’ (Organización Mundial de la Salud, 2020). Ante ello, el periodismo tiene un papel fundamental que es el de brindar respuestas y orientar a la opinión pública con información de calidad buscar y garantizar la verdad como valor máximo (Craft & Davis, 2013).

Es por esa razón que en los últimos tres años han surgido una serie de organismos dedicados a la verificación de los hechos que se difunden como verdades en la Red (Álvarez & López, 2016), todos ellos liderados por periodistas. La Silla Vacía en Colombia, Ojo Público en Perú, Ecuador Chequea en Ecuador, Chequeado.com en Argentina, Maldito Buló en España; FactCheck.org y Politifact.com en los Estados Unidos y otras, son algunas de las organizaciones dedicadas al *fact-checking* en el continente.

Durante el 2020 la emergencia sanitaria global impulsó la creación de la *Coronavirus Fact-Checking Alliance*, un proyecto del Poynter Institute y de la Red Internacional de *Fact-Checking* (IFCN por sus siglas en inglés), y en la cual se encuentran suscritas alrededor de ochenta organizaciones de más de cuarenta países del mundo, para desmentir los rumores y mentiras que se difundieron en la Red sobre la pandemia.

Contrarrestar los rumores y mentiras no solo posibilita un mejor conocimiento del entorno, sino darle al ciudadano la posibilidad de tomar decisiones mejor informadas, considerando que los medios constituyen las ventanas a través de las cuales las personas conocen el mundo y acceden a información sobre temas, contextos y hechos que no experimentan de forma directa (Kovach & Rosenstiel, 2001). Para este fin, la calidad de la información es clave, y la verificación constituye una de las competencias indiscutibles de los periodistas, que permiten que esa información no se convierta en el eco de lo que señalan las fuentes; y, en un contexto electoral, los candidatos que aspiran a una dignidad de elección popular.

Para Álvarez y López (2016) la mentira es parte del juego político, por ello se sobredimensionan los resultados de las encuestas, por ejemplo, de ahí que la comprobación de datos, discursos y hechos tiene además una dimensión educativa para el elector, pero también para la clase política que requiere siempre de cifras, y para el periodismo que utiliza estas cifras como parte de las informaciones que publica. Las audiencias van a los medios en busca

de aclarar sus dudas y a obtener información que les permita dilucidar sobre la mejor opción de voto, por ello la práctica de la verificación de hechos como una disciplina del periodismo cambiaría notablemente las reglas del contexto electoral, fomentando una mayor responsabilidad de los candidatos a la hora de hacer afirmaciones frente a la opinión pública.

La presente investigación se enfoca en las actividades de verificación que realizaron Maldito Bulo en España y Ecuador Chequea en Ecuador, en los comicios electorales de marzo y abril de 2019, con el propósito de identificar los principales desmentidos de ambos proyectos y destacar la labor de la verificación como esa actividad trascendental del periodismo que garantiza la calidad de la información que circula en un contexto electoral.

## Material y métodos

Se realizó el estudio de las métricas de las cuentas de Twitter de las dos organizaciones dedicadas a verificar la información en cada país: Ecuador Chequea en Ecuador y Maldito Bulo en España, con el objetivo de estudiar los rumores que desmienten con mayor frecuencia y los temas y personajes mayormente sometidos a verificación.

El estudio de las métricas posibilita entender cómo producen las transformaciones sociales gracias a la influencia de las redes sociales, que se encargan de configurar algunas tendencias y patrones sociológicos con la emotividad como su principal componente (Magallón, 2019).

Las preguntas de investigación que orientan esta investigación son: ¿Qué tipo de rumores se desmienten con mayor frecuencia? ¿Quiénes son personajes y temas presentes en los contenidos desmentidos? ¿Cuál es la metodología que aplican los proyectos de *fact-checking* de Ecuador y España?

Para responder estas preguntas se propone una investigación de tipo cuantitativo. Esta forma de estudio permite aplicar instrumentos metodológicos que se pueden utilizar tanto sobre contenido como continente (Bardin, 2002) al tiempo de ser un tipo de procedimiento replicable que permite inferir los resultados, así como realizar una descripción cuantitativa de una realidad en este caso a través de estadística descriptiva (Berelson, 1952; Krippendorff, 2004).

En ese contexto, se recabó un total de 135 tuits de Ecuador Chequea y 172 de Maldito Bulo publicados entre el 1 de febrero y el 30 abril de 2019,

que contempla el tiempo antes, durante y después de las elecciones en Ecuador y España. En ese periodo de tiempo ambos países celebraron comicios para elegir alcaldes, concejales, prefectos y miembros de juntas parroquiales, en el caso de Ecuador; y, diputados y senadores en el caso de España.

A partir de los datos recuperados se propone una clasificación de los rumores en siete categorías en las que se agrupan los contenidos numéricamente mayores y que son comunes entre ambos países: declaraciones falsas atribuidas a candidatos propuestas de campaña de los candidatos, publicación de encuestas falsas, presentación de hechos ocurridos en otros países como locales, que fueron parte de un estudio previo realizado por Magallón (2019), a los que se suman otros tres: migración, por ser un tema común entre ambos países, anuncio de fraude electoral y resultados electorales falsos.

Del mismo modo a partir de la revisión de los proyectos Ecuador Chequea y Maldito Buló se realiza el análisis de contenido de sus metodologías con el fin de identificar prácticas comunes e innovadoras en el proceso de verificación informativa: categorías de las verificaciones, selección de verificables, proceso de verificación y difusión de los verificados.

## **Análisis y discusión de los resultados**

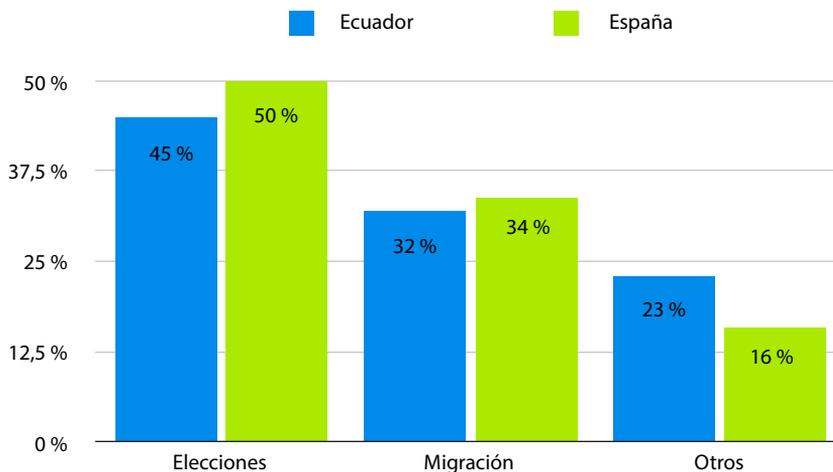
La política y la migración, son los temas sobre los cuales se difundieron más rumores, y por lo tanto sobre los cuales se hizo el mayor número de desmentidos (Figura 1). En el contexto político, por obvias razones el proceso electoral fue el principal en las noticias e informaciones difundidas en medios y redes sociales: el desarrollo de la campaña, declaraciones, discursos, confrontaciones, preparación de las elecciones, entre otros.

Por otra parte, el tema migratorio, que ocupa el segundo lugar, refleja que existe un marcado interés en ambos países debido a la presencia numerosa de migrantes de diferentes nacionalidades, razón por la cual es un tema presente en el discurso político electoral. También se encontró otro tipo de temáticas relacionadas a encuestas, propuestas de campaña, fraude electoral, resultados finales falsos, en menos cantidad.

En Ecuador Chequea del 45% de los posts enmarcados en el tema político se observan publicaciones relacionadas a declaraciones falsas atribuidas a candidatos, anuncio de resultados electorales falsos, incoherencias en planes de campaña difundidos en redes, financiamiento de campañas electorales, en-

tre otros. El 32% de los posts se enfocan en temas migratorios que aluden de forma especial a los ciudadanos venezolanos quienes en el último año han llegado masivamente al país producto de la crisis política que atraviesa.

**Figura 1**  
**Temática de los posteos desmentidos**



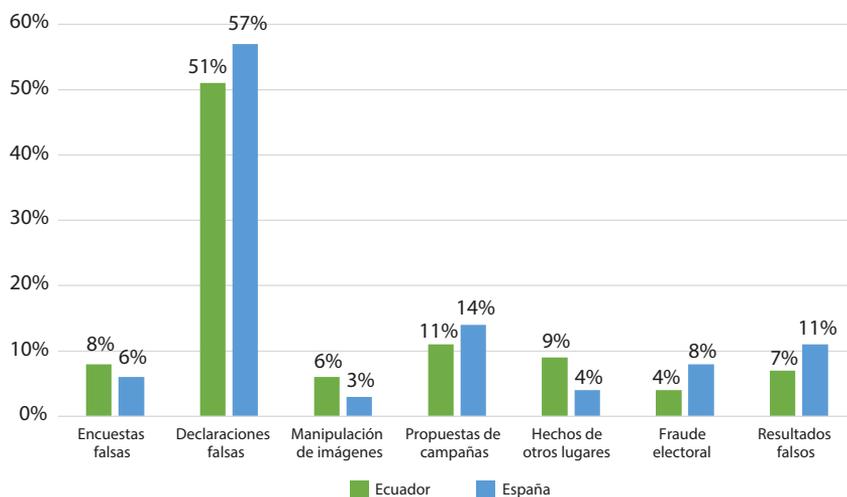
Fuente: Ecuador Chequea, n.d.-a; Maldito Bulo, n.d.  
Elaboración propia.

Los resultados de España no se diferencian demasiado del caso ecuatoriano. Un 50% de contenidos corresponden a temas políticos especialmente relacionados a los candidatos y partidos que participaron en las elecciones de abril de 2019, papeletas impresas erróneamente, presunción de fraude electoral, declaraciones falsas de candidatos, creación de cuentas parodia de candidatos, protestas de estudiantes y ciudadanos en general, entre otros. Los rumores y mentiras se presentaron principalmente en forma de supuestas declaraciones con fotografías y videos manipulados y sacados de contexto que atribuían a un candidato declaraciones no dichas, o pronunciadas en un contexto diferente.

Un 34% alude al tema migratorio con notas como el cobro de 1200 euros al mes por parte de inmigrantes ilegales, modificación de la ley de seguridad social, censura de Podemos hacia procesiones ofensiva para ciudadanos, la

matanza de corderos por parte de musulmanes. Del total de publicaciones enmarcadas en el ámbito político se realizó la clasificación de los rumores, los cuales se aprecian en la Figura 2.

**Figura 2**  
**Tipos de rumores difundidos en las elecciones**



Fuente: Ecuador Chequea, n.d.-a.; Maldito Bulo, n.d.  
Elaboración propia.

Las declaraciones falsas se enmarcaron en la coyuntura de cada país. Por ejemplo, en Ecuador, al candidato Jorge Yunda, se le atribuyó la siguiente declaración en una entrevista televisada: “el verdadero problema de la ciudad es el mal genio, y eso sabemos combatirlo” (Ecuador Chequea, 2019), con ella se intentó posicionar una imagen poco serena de quien pretendía ser el alcalde de la capital del país.

Otro caso es el supuesto tuit de Pablo Iglesias, candidato de Podemos diciendo “ojalá una bomba ahora en Colón ¿Dónde están los terroristas cuando se les necesita?” en relación con una manifestación por la unidad de España realizada en febrero de 2019.

En ambos casos los desmentidos se realizaron con la búsqueda de las declaraciones originales: el video, en el caso de Yunda, y el tuit en el caso de Iglesias, ninguno existía.

En segundo lugar, Ecuador Chequea, acude a la fuente, Yunda, para cuestionar sobre las declaraciones y estas fueron negadas, sumado a ello se publica el video original, al que se atribuye la falsa declaración y no se menciona nada parecido a la falsa publicación.

Otro tema recurrente es el relacionado a la propuesta de campaña de los candidatos y el anuncio de resultados electorales falsos. Ejemplo de lo antes mencionado se observan en la Figura 3 que recoge dos tuits: el primero de Maldito Bulo sobre alertas de fraudes electorales en España, y el segundo, el supuesto anuncio de la candidata Gabriela Rivadeneira de la Lista 5 como el posicionamiento de este partido como la primera fuerza política de Ecuador, ambos desmentidos.

**Figura 3**  
**Otros temas desmentidos**

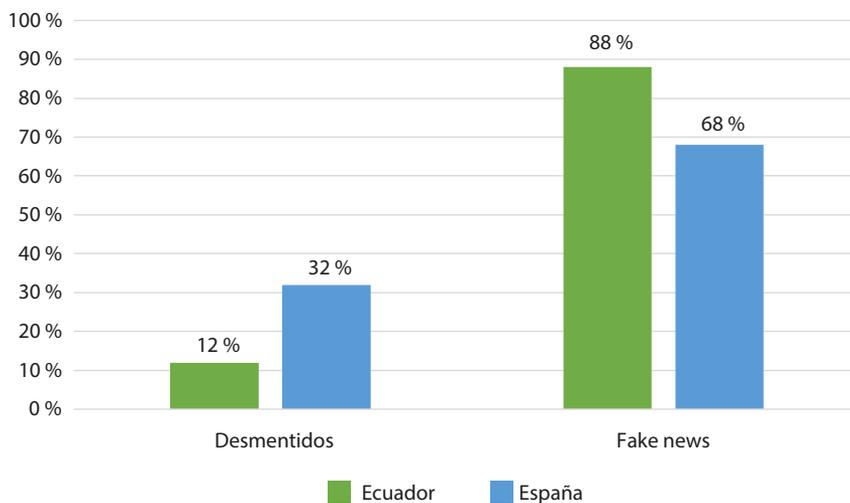


Fuente: Ecuador Chequea, n.d.-a; Maldito Bulo, n.d.  
Elaboración propia.

En cuanto al nivel de interacción de los usuarios con los temas con los desmentidos por las cuentas de *fact-checking* de Ecuador y España se obser-

va una gran diferencia entre ambos. La cuenta de Ecuador Chequea tiene un nivel de interacción muy bajo de sus usuarios en comparación con Maldito Bulo en donde se observa una gran cantidad de retuits y favoritos en las publicaciones. Ecuador Chequea obtiene un 10% de la interacción de los usuarios con sus desmentidos, mientras que Maldito Bulo tiene al menos un 70% en promedio. Del mismo modo se evidenció que las reacciones frente a los desmentidos que realizan ambas organizaciones no tienen la misma viralidad que los rumores. En la Figura 4 se observa la relación de la popularidad entre *fake news* y desmentidos.

**Figura 4**  
**Relación de popularidad entre desmentidos y rumores**



Fuente: Ecuador Chequea, n.d.-a; Maldito Bulo, n.d.  
Elaboración propia.

Para ampliar la información de la imagen anterior, la Tabla 1 expone las cinco publicaciones sometidas a verificación y que tienen el mayor número de interacciones en cada país, ahí se aprecia la diferencia entre ambos países, en cuanto a la interacción con información verificada.

**Tabla 1**  
**Principales rumores desmentidos en las campañas electorales**

@EcuadorChequea	Fav	RT	@MalditoBulo	Fav	RT
@MashiRafael dice que le están robando los vocales del Consejo de Participación. “Ladrón que roba a ladrón”.	47	41	No. Este vídeo no es de la manifestación de hoy en Colón. Aparece el edificio Barclays derruido el año pasado. No está la publicidad de Netflix que sí está hoy en Colón.	5.6K	6.5K
@PaolaVintimilla está en lo correcto. Los datos del Municipio de Quito reflejan, a febrero de 2019, un total de 19.253 empleados. La cifra incluye funcionarios de la administración municipal y de las empresas públicas municipales... #NoComasCuento	29	18	No, no hay pruebas de que vecinos de Madrid hayan quitado cintas contra orugas pensando que eran lazos amarillos	909	1.1K
La información es falsa. Tras un monitoreo a la entrevista de La Posta Ec, no se encontró la frase que se atribuye a @LoroHomero... #NoComasCuento y revisa <a href="https://t.co/TPPdSrWD1Q">https://t.co/TPPdSrWD1Q</a> <a href="https://t.co/8SNq16suXj">https://t.co/8SNq16suXj</a>	13	11	No. Pablo Iglesias ni ha publicado ni ha borrado un tuit diciendo “ojalá una bomba ahora en Colón”. Es un tuit falso, no hay ninguna prueba de su publicación. Solo una captura (la misma) que se está viralizando como real siendo falsa. <a href="https://twitter.com/malditobulo/status/109490097848521136">https://twitter.com/malditobulo/status/109490097848521136</a>	726	973
Aunque el movimiento utilizado por el expresidente Correa para postular sus candidatos logró las prefecturas de Pichincha y Manabí, la lista 5 no alcanzó ninguna de las 49 alcaldías que buscó... #NoComasCuento <a href="https://t.co/86H66sMk3Y">https://t.co/86H66sMk3Y</a> <a href="https://t.co/wU2fukhxFa">https://t.co/wU2fukhxFa</a>	7	8	No, la supuesta encuesta del Diario de Andorra que da 82 escaños a Vox no existe: es un montaje. <a href="https://twitter.com/malditobulo/status/1122160203099721728">https://twitter.com/malditobulo/status/1122160203099721728</a>	532	647

Fuente: Ecuador Chequea, n.d.-a; Maldito Bulo, n.d.

Elaboración propia.

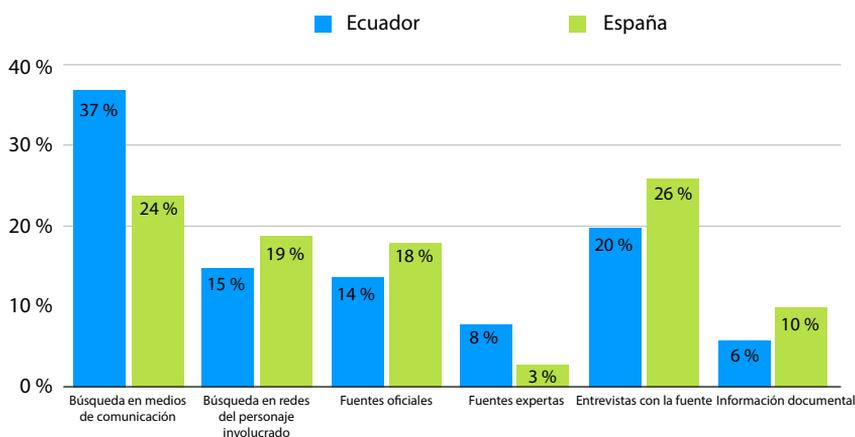
Los desmentidos sobre estos cinco posts se desarrollan a través de tres prácticas principales identificadas en ambos casos (Figura 5). La más común es la búsqueda de información en medios de comunicación, principalmente en la prensa; en segundo lugar, en el caso de declaraciones de un candidato, buscan en sus redes sociales evidencias que lo que se supone que dice.

Finalmente, en ambos casos acuden a fuentes oficiales, para verificar información sobre gastos, estadísticas y otros datos, desarrollando el ejercicio periodístico de contraste informativo, así como entrevistas con las fuentes involucradas en el rumor, lo cual permite además de verificar un rumor, informar con base en información producida por el propio medio.

En algunos casos se observa incluso, el uso de fuentes expertas que coadyuven a la explicación de un tema y con ello fomentar la comprensión de un tema, además de esclarecer un rumor.

Se destaca el trabajo de Ecuador Chequea en revisión de documentos de planes de gobierno y comparación entre ellos, en este proceso se observa un trabajo con base en información oficial con el cual se elaboró infografías destinadas a informar al electorado, más que a desmentir rumores.

**Figura 5**  
**Técnicas para desmentir fake news**



Fuente: Ecuador Chequea, n.d.-a; Maldito Bulo, n.d.  
Elaboración propia.

En lo que respecta a Maldito Bulo, se explica que si la verificación no puede realizarse a través de las estrategias antes mencionadas se acude a otras alternativas que tienen que ver con niveles más específicos de acceso a la información.

En ocasiones, si incluso después de llevar a cabo la debida diligencia no se puede demostrar la falsedad del mensaje, pero se cree que se puede acceder a información adicional haciendo uso de la ley de transparencia, se solicita la información adicional para dar la visión más completa del hecho. (Maldita.es, n.d.)

El desmentido o verificación por lo general contiene la mayor cantidad de detalles posibles, junto a fotografías y en algunos casos videos que ayudan a sostener la verdad sobre el rumor que se intenta derribar. Adicional a ello ambas iniciativas se aseguran de etiquetar cada rumor que ha llegado a sus manos con diferentes categorías, algunas de las cuales se asemejan entre ellas como se observa a continuación:

**Tabla 2**  
**Categorías de verificación**

Ecuador Chequea	Maldito Buló
Cierto	
Sí, pero	Verdadero, pero
Insostenible	
Falso	Falso
	Falso, pero

Fuente: Ecuador Chequea, n.d.-b; Maldita.es, n.d.  
Elaboración propia.

En el caso de Maldito Buló cuando un rumor sometido a verificación se comprueba como verdadero, este no se publica en redes, por ello no incluyen esa categoría; sin embargo, según se expresa en la Metodología de Maldito Dato, 2019, se puede utilizar esta calificación cuando se trata de una confrontación entre dos partes que requiere de una aclaración hacia el público.

## Conclusiones

El flujo de ingentes cantidades de información, de muchos emisores a muchos receptores, incrementa la necesidad de proveedores de información calificados, que se dediquen a la verificación de hechos.

La tarea de verificar los hechos que realizan Ecuador Chequea y Maldito Bulo permite dimensionar el aporte del periodismo, como aquella profesión que tiene una responsabilidad social con la calidad de la información y de la misma manera el papel del periodista, como el profesional que desarrolla el compromiso de trabajar con la información y el conjunto de actividades enmarcadas en la recopilación de datos, verificación, de declaraciones, documentos, y otros que le permitan elaborar los contenidos que transmite al público a través de distintos soportes de forma oportuna y con calidad (Muratova et al., 2019).

A esto se suma que las dos iniciativas de *fact-checking* estudiadas se encuentran conformadas por grupos de periodistas que se encargan tanto de la valoración de contenidos como de la verificación informativa. Lo cual llama a reconsiderar al periodismo, tan venido a menos, como esa profesión que tiene como obligación máxima la verdad; no se habla de la verdad en un sentido filosófico, sino en el sentido periodístico, el cual contempla el ejercicio de la verificación de hechos como uno de sus principios básicos, y al mismo tiempo la práctica que posibilita la creación de contenidos informativos basados en hechos.

La desinformación, y de modo especial las *fake news*, con sus altos contenidos emocionales, calan más profundamente en las personas que una información verificada lo cual es preocupante, pero al mismo tiempo refleja la necesidad de desarrollar competencias digitales que le permitan al usuario discriminar contenidos en la red y utilizar la información de forma crítica.

No es menos cierto que los diferentes fenómenos desinformativos también aprovechan la ausencia de datos e informaciones que ayuden a las personas a conocer un tema y no les permitan creer con facilidad un rumor que se intenta colar como verdad; claro está, que eso también depende de los niveles de exposición informativa de las personas y los temas a los cuales eligen exponerse.

Como era de esperarse, en un contexto electoral el proceso en sí mismo constituyó el tema principal de las mentiras difundidas en la Red, y a pesar de que el 45% de desmentidos de Ecuador y 50% de desmentidos de España se enmarcan en ese tema, no se puede obviar a la migración como un tema sensible en ambos países, razón por la cual los desmentidos tienen un nivel de prevalencia mayor al 30% en relación con otros como resultados de encuestas y sospechas de fraude electoral.

La verificación de hechos constituye una clave de cara a garantizar la verdad en la información que se divulga, al tiempo de evitar que los medios

se limiten a ser cajas de resonancia del discurso político, y que en su lugar identifiquen y aclaren informaciones inexactas antes de su difusión. Esto deja entrever el valor de la verificación y la investigación, otros estudios podrían indagar sobre la media en que los periodistas desarrollan ambas en el contexto desinformativo actual.

La contribución más evidente de este trabajo es la visión del periodismo en la función de garantizar la verdad, en un entorno donde existe muchos emisores dirigiéndose a muchos receptores al mismo tiempo, y donde es preciso desacreditar la mentira y fortalecer la verificación como una disciplina.

## Bibliografía

- Álvarez, L., & López, X. (2016). El Fact checking como herramienta de combate contra el sensacionalismo. *XIV Congreso Asociación Historiadores de la Comunicación*, 87-102. <https://bit.ly/3iAEfot>
- Ayres-Pinto, D.J., & Moraes, I. (2020). Digital media as a tool of manipulation in democratic electoral processes: An analysis of the brexit case. *Revista de Estudios Sociales*, 2020(74), 71-82. <https://doi.org/10.7440/res74.2020.06>
- Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido*. Akal. S.A. <https://bit.ly/3iEdSOR>
- Baum-Baicker, C. (2020). Not Fake News: Toxic Consequences of the Trump Stress Effect. *Journal of Humanistic Psychology*, 60(6), 730-746. <https://doi.org/10.1177/0022167820911757>
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Free Press.
- Chan, M.S., Jones, C., Jamieson, K., & Albarracín, D. (2017). Debunking: A Meta-Analysis of the Psychological Efficacy of Messages Countering Misinformation. *Psychological Science*, 28(11), 1531-1546. <https://doi.org/10.1177/0956797617714579>
- Comisión Europea (2019). *Unión Europea vs. Desinformación | España*. <https://bit.ly/3bXh8TM>
- Consejo Nacional Electoral (2019). *Consejo Nacional Electoral-Construyendo Democracia-Ecuador*. Voto de Ecuatorianos en el Exterior. <https://bit.ly/3ocWlOq>
- Cottrino-Zárate, A. C. (2019). La mentira en política. Entre la manipulación de los hechos y la pregunta por quién habla ahí. *Universitas Philosophica*, 36(72), 71-95. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.uph36-72.mhpg>

- Craft, S., & Davis, C. (2013). *Principles of American Journalism: An Introduction*. Routledge. <https://bit.ly/3sJfyeh>
- Ecuador Chequea (n.d.-a). @Ecuadorchequea. <https://twitter.com/ECUADOR-CHEQUEA>
- \_\_\_\_ (n.d.-b). *Metodología-Ecuador Chequea*. <https://bit.ly/2LfOtyM>
- \_\_\_\_ (2019). #FALSETA Yunda afirmó que los quiteños quieren un alcalde que los haga reír. Verificaciones. <https://bit.ly/3bXhoSK>
- Elías, C. (2018). Fakenews, poder y periodismo en la era de la posverdad y “hechos alternativos.” *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 40, 1-6. <https://bit.ly/3qMAxL4>
- Frau-Meigs, D. (2017). *Contra la información falsa, espíritu crítico*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. <https://bit.ly/3iChUGS>
- Guess, A., Nyhab, B., & Reifler, J. (2020). Exposure to untrustworthy websites in the 2016 US election. *Nature Human Behaviour*. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0833-x>
- Hill, S. (2017). Learning Together Slowly: Bayesian Learning about Political Facts. *Journal of Politics*, 79(4), 1403-1418. <https://doi.org/10.1086/692739>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public*. Crown. <https://bit.ly/3qW2IHV>
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications Ltd. <https://bit.ly/2NkL2qE>
- Lischka, J. A. (2019). A Badge of Honor?: How The New York Times discredits President Trump’s fake news accusations. *Journalism Studies*, 20(2), 287-304. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1375385>
- Luengo, M., & García-Marín, D. (2020). The performance of truth: politicians, fact-checking journalism, and the struggle to tackle COVID-19 misinformation. *American Journal of Cultural Sociology*. <https://doi.org/10.1057/s41290-020-00115-w>
- Lyons, B., Mérola, V., & Reifler, J. (2020). How Politics Shape Views Toward Fact-Checking: Evidence from Six European Countries. *International Journal of Press-Politics*, 25(3), 469-492. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1940161220921732>
- Magallón, R. (2019). Verificado México 2018. Disinformation and fact-checking on electoral campaign. *Revista de Comunicacion*, 18(1), 234-258. <https://doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A12>

- Maldita.es. (n.d.). *Metodología de Maldito Dato*. Metodología de Maldito Dato. <https://bit.ly/3a1zjFo>
- Maldito Bulo. (n.d.). @malditobulo. <https://twitter.com/malditobulo>
- Muratova, N., Grizzle, A., & Mirzakhedova, D. (2019). *Media and Information Literacy in Journalism: A handbook for journalists and journalism educators*. Unesco. <https://bit.ly/2Y56kux>
- Nyhan, B., Porter, E., Reifler, J., & Wood, T.J. (2019). Taking Fact-checks Literally But Not Seriously? The Effects of Journalistic Fact-checking on Factual Beliefs and Candidate Favorability. *Political Behavior*, 42(3), 939-960. <https://doi.org/10.1007/s11109-019-09528-x>
- Organización Mundial de la Salud (2020). *Primera Conferencia de la OMS sobre Infodemiología*. <https://bit.ly/3pdRr55>
- Rincón, O. (2011). Mucho ciberactivismo... pocos votos. Antans Mockus y el Partido Verde colombiano. *Nueva Sociedad*, 235, 74-89. <https://bit.ly/3papFGG>
- Rivera-Rogel, D., Velásquez-Benavides, A., & Rodríguez-Hidalgo, C. (2018). Socialización, ocio y entretenimiento, los principales usos del smartphone en nativos digitales de Ecuador. En R. Cruz-Díaz, F. Caro-González, & A. Ramírez-García (Eds.), *Uso del teléfono móvil, juvebntud y familia* (pp. 129-143). <https://bit.ly/3p9G667>
- Rodríguez-Hidalgo, C., Mier-Sanmartín, C., & Coronel-Salas, G. (2020). Fake news y política: Nuevos desafíos para las campañas electorales. *RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informacao*, 35, 351-362. <https://bit.ly/3sO06xb>
- Rodríguez-Hidalgo, C., & Silva, J. (2018). Política 2.0: Facebook como herramienta de campaña. Estudio de caso elecciones generales Ecuador 2017. En M.J. Pérez-Serrano, G. Alcolea-Díaz, & A. Nogales-Bocio (Eds.), *Poder y medios en las sociedades del siglo XXI* (pp. 63-85). Egregius. <https://bit.ly/3sNtHa8>
- Romero-Rodríguez, L. M., & Rodríguez-Hidalgo, C. (2019). Desinformación y posverdad en los medios digitales: del *astroturfing* al *click-baiting*. [Disinformation and post-truth in digital media: from astroturfing to click-baiting]. En *La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y prospectivas* (pp. 379-401). Pearson. <https://bit.ly/3p8zW68>
- Serrat, J. (2019). Voter in the streets on October 1, 2017 in Catalonia: an example of covert fake news. *Trípodos*, 44, 153-168. <https://bit.ly/3oDUqCJ>
- Tandoc, E., Ling, R., Westlund, O., Duffy, A., Goh, D., & Zheng Wei, L. (2018). Audiences' acts of authentication in the age of fake news: A conceptual

- framework. *New Media & Society*, 20(8), 2745-2763. <https://doi.org/10.1177/1461444817731756>
- Toffler, A. (1979). La tercera ola. *Terra*, 241.
- Valarezo-Cambizaca, L.M., & Rodríguez-Hidalgo, C. (2019). Innovation in journalism as an antidote to fake news. *RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informacao*, E20, 24-35. <https://bit.ly/3p9scAN>
- We are Social & Hootsuite (2020). *Digital 2020. Global Digital Overview*. <https://bit.ly/3p5K5k2>

Fecha de envío: 2020/10/24; Fecha de aceptación: 2021/01/19;  
Fecha de publicación: 2021/03/01

# Comunicación gubernamental pre-covid de los presidentes hispanohablantes en Twitter

## *Pre-covid government communication of spanish-speaking presidents on Twitter*

**Manuel Antonio Conde**

Universidad de Huelva (España)  
manuelantonioconde@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-7382-2166>

**Oscar A. Prada-Espinel**

Universidad de Cartagena (Colombia)  
oprada9@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-2974-9504>

**Kevin P. Pullaguari-Zaruma**

Universidad Técnica Particular de Loja – UTPL (Ecuador)  
kppullaguari@utpl.edu.ec  
<https://orcid.org/0000-0001-6546-2618>

### **Resumen**

El presente trabajo analiza la comunicación gubernamental y competencia mediática de los presidentes de los países hispanohablantes previa a la declaración de pandemia por coronavirus el 11 de marzo de 2020 por la OMS. Una declaración sin precedentes en la historia, pero que los medios de comunicación desde las semanas previas ya estaban informando en sus cuentas de Twitter. El objetivo general fue analizar la comunicación gubernamental y competencia mediática que tuvieron los presidentes de los países hispanohablantes la semana previa a la declaración de pandemia por COVID-19, y para ello elegimos una investigación cuantitativa, ya que esta nos permitió un análisis de datos con un método flexible. Mediante la minería con algoritmos de búsqueda avanzada de datos en Twitter analizamos 7650 tuits de las cuentas de los 22 presidentes y 21 medios de comunicación, estableciendo seis parámetros de medida de las dimensiones de la competencia mediática: índice Flesch-Kincaid, engagement, soporte audiovisual, índice link-hashtag, índice de autenticidad y la agenda building. A pesar de los indicadores de la OMS y los medios de comunicación, llegamos a la conclusión de que muchos de los presidentes no tuvieron una comunicación política y competencia mediática aceptable acorde con el problema abordado.

### **Palabras clave**

Comunicación gubernamental, competencia mediática, Twitter, hispanohablantes, coronavirus, Covid-19.

**Forma sugerida de citar:** Conde, M., Prada-Espinel, O., & Pullaguari-Zaruma, K. (2021). Comunicación gubernamental pre-covid de los presidentes hispanohablantes en Twitter. *Universitas*, 34, pp. 63-86.

### **Abstract**

*This work analyzes the government communication and media competence of the presidents of spanish-speaking countries prior to the declaration of a coronavirus pandemic on March 11, 2020 by the WHO. A statement unprecedented in history, but that the media from the previous weeks were already reporting on their Twitter accounts. The general objective was to analyze the government communication and media competence that the presidents of the spanish-speaking countries had the week prior to the declaration of a COVID-19 pandemic, and for this we chose a quantitative research, since this allowed us to analyze data with a method flexible. By mining with advanced data search algorithms on Twitter, we analyzed 7650 tweets from the accounts of the 22 presidents and 21 media outlets, establishing six measurement parameters of the dimensions of media competence: Flesch-Kincaid index, engagement, audiovisual support, link-hashtag index, authenticity index and the building agenda. Despite the WHO and media indicators, we concluded that many of the presidents did not have acceptable political communication and media competence commensurate with the problem addressed.*

### **Keywords**

*Government communication, media competence, Twitter, spanish-speakers, coronavirus, Covid-19.*

---

## **Introducción**

### **De la comunicación gubernamental a la comunicación en tiempos de crisis**

A nivel general la comunicación política es aquella que estudia las dimensiones contradictorias y complementarias que se presentan en la política, información y comunicación en sistemas democráticos (Reyes et al., 2011). De igual manera, la interacción y transmisión de mensajes por parte de partidos políticos y ciudadanos o bien entre gobernantes y gobernados (Reyes et al., 2011). La comunicación política presenta múltiples matices que en ocasiones tienden a confundirse entre sí, por lo que resulta imprescindible aclarar que las principales formas en que se puede presentar son comunicación gubernamental, electoral, de crisis y de riesgo (Riorda, 2011). Para este esfuerzo investigativo nos enfocaremos en la comunicación gubernamental y la comunicación de crisis.

La comunicación gubernamental, para Canel y Sanders (2011), se refiere a los objetivos, el papel y las prácticas comunicativas implementadas por los políticos, ejecutivos y funcionarios de instituciones públicas al servicio de una justificación política, que se constituye basándose en el consentimiento directo o indirecto de la ciudadanía, entre los que se encuentran grupos sociales, empresariales, minorías, etc., que buscan influir en el gobierno para formular e implementar políticas beneficiosas para la sociedad en general, apoyándose en el marketing, los *mass media*, las redes sociales y otros instrumentos que actualmente ofrece la web. En otras palabras, es el proceso comunicativo gubernamental que busca garantizar una cohesión, funcionamiento y diversificación de la información para con partidos políticos, ciudadanía y el sistema político global (Molina, 2004).

El fin más importante de la comunicación gubernamental en una sociedad democrática es, en teoría, mostrar que el líder electo y su gabinete cumplen con los planes de gobernanza propuestos en candidatura, como también la defensa de los intereses gubernamentales y los intereses del estado por encima de los particulares, bajo la premisa de la construcción de una sociedad equitativa haciendo los procesos de la agenda pública transparentes; sobre todo, en momentos de tensión y crisis, cuya definición para nosotros es: un suceso o un conjunto de estos que perturban, dificultan o ponen en riesgo la normalidad y el desarrollo de un determinado proceso o estado en la esfera social que repercute directamente en el cuerpo social y todo lo que le subyace (sector público y privado, relaciones interpersonales, economía, gobernabilidad, etc.).

Una crisis, en primera instancia, genera una sensación de incertidumbre, de ignorancia respecto a la dirección que tomarán los acontecimientos; en segundo lugar, surge la necesidad de intervenir, seleccionar las medidas correctas y decidir cómo aplicarlas lo antes posible (Bauman & Bordoni, 2016). El manejo de esta necesita orientación basada en la evidencia para la comunicación de crisis (Coombs, 2007), que debe ser normativa, tal como lo es su gestión (Heath, 2010).

Para abordar una crisis se deben considerar aspectos propios de un contexto, los cuales son sus fortalezas y debilidades. Existen tres fases genéricas:

- La precrisis: se recopila la información sobre los riesgos que acrecientan el problema, esto con el fin de entenderlo, prepararse y afrontarlo (Coombs, 2010).

- Crisis: basándose en la recopilación se tomarán decisiones y se crearán mensajes para las personas (Coombs, 2010), acordes a la problemática que se afronta. Es decir, busca dar respuesta a la crisis de manera efectiva.
- La poscrisis: implica diseccionar el esfuerzo de gestión de crisis, comunicar los cambios precisos a la ciudadanía y proporcionar mensajes de seguimiento de la crisis según sea necesario (Coombs, 2010), para la prevención de problemáticas similares a futuro.

Para Coombs (2010), la comunicación de crisis es la búsqueda de la información, su tratamiento y transmisión para abordar con éxito una situación difícil, cuya respuesta comunicativa debe estar definida por el modo en que sienten los afectados, lo que precisan conocer, lo que se les puede o no decir o hacer y por las posibilidades en que se debe de ayudar (Bonilla et al., 2013). Por consiguiente, es muy importante tener expertos examinando los datos resultantes de la interacción ciudadana mediante las redes sociales —no será la totalidad de la población, pero sí una proporción importante— buscar patrones comunes, hacer una recopilación de lo expresado negativa y positivamente; en algunos casos, según requiera el manejo de la crisis, segmentar por regiones teniendo en cuenta sus necesidades propias y aspectos climáticos, sociales y culturales de cada una.

Por ello, se deben establecer estrategias de respuesta a la crisis para reducir el efecto negativo y prevenir intenciones de comportamiento nocivas e incluso para reparar la reputación (Coombs, 2007) de la esfera gubernamental. También, se deben abrir nuevos canales de comunicación para tomar de manera ordenada y coordinada las acciones comunicativas adecuadas que merece la situación.

Sin embargo, las respuestas ante una crisis son variables debido a que no todas se abordan ni repercuten de manera uniforme, pese a que tengan un elemento en común: la desestabilización. Las crisis producen la eclosión de públicos específicos y varía la primacía concebida con antelación en cada grupo en los programas comunicativos convencionales (Bonilla et al., 2013).

Por ello, es necesario elaborar un plan que abarque cada una de las categorías tratando de minimizar riesgos y respuestas negativas de la ciudadanía. En la comunicación en crisis el silencio juega un papel negativo, denota inexperiencia, inseguridad y falta de liderazgo, por ende, influirá sobre los demás. Foucault (2002), planteaba que los itinerarios de la comunicación

son la sustentación de un nódulo y de un centralismo del conocimiento, ya que los anclajes del poder están marcados por el juego de los signos.

Luhmann (1995), lo sintetizaba refiriéndose a que las diferenciaciones de sistemas establecidos estabilizan las posibilidades de reproducción al restringir las condiciones de comprensión de la comunicación y la idoneidad de los modos de comportamiento. Por ende, la manera cómo se transmite el contenido discursivo será determinante en la conducta del ciudadano, repercutiendo positivamente cuando acata recomendaciones en la inmediatez del caso o de manera negativa generando pánico y descontrol.

Se debe tener en cuenta que los *mass media* y las redes sociales divulgan el conocimiento de los expertos y la ciudadanía se suele apoderar de porciones de la información incorporándola en sus propias experiencias (Berger & Luckmann, 1996). Sin embargo, la prominencia que las redes sociales han ganado como herramienta para la comunicación en crisis podría hacer que la información errónea, durante el reto de salud pública que ha supuesto la COVID-19, sea un fenómeno aún más complejo de tratar (van der Meer et al., 2020), ya que pese a que las redes sociales ejercen como elementos centrales para la aproximación a la información (Triviño, 2015), también hacen lo mismo cuando de desinformación se trata. El afán por viralizarse o ser tendencia, en casos malintencionados, conlleva a muchos usuarios a generar y replicar contenido sin fuentes fiables y constatables de información verídica. Recordemos que el usuario es prosumidor, produce y consume información ocupando un papel protagónico en el paradigma de la cultura participativa propiciado por la interactividad tecnológica (Aguaded & Sánchez, 2013) y las redes sociales permiten la participación ciudadana de manera activa en la construcción de nuevas realidades presentes en la era de la información.

Para el tratamiento de las crisis por medio de las redes sociales, los contenidos gráficos son excelentes, considerando que gran parte de la ciudadanía no leen los textos, sino que únicamente leen los titulares (Catalan-Matamoros et al., 2020). Un aspecto importante a tener en cuenta es que, ante una crisis, la estrategia de comunicación deberá enfocarse en un público no especializado y deberá ser de carácter explicativo-propositivo. Además, resulta necesario que la misma pueda dotar a la ciudadanía de una competencia mediática idónea para la comprensión de los mensajes adecuadamente, ya que resulta necesario explicar las terminologías y los hallazgos científicos que ayudarían a calmar y asegurar a la población respecto a los pasos relevantes para reducir el virus (Mohamad & Azlan, 2020).

## La competencia mediática como elemento de la comunicación

Una definición global de competencia mediática son el conjunto de habilidades necesarias para convivir con los medios y mantener una relación positiva con ellos (González-Pérez et al., 2015). El concepto de competencia mediática, se está adoptando desenfrenadamente y se encuentra en proceso de absorción de todas las habilidades en relación con la presencia de nuevos entornos culturales, relaciones sociopolíticas y componentes de la comunicación y la información. Todo esto, trae consigo cambios en las habilidades de aprendizaje, lectura, escritura y expresiones mediáticas (Garro-Rojas, 2019). En síntesis, la competencia mediática se define como propulsora de darle al ciudadano la capacidad y dotarlo de destrezas para saber elegir y reconocer la información que emiten los medios sociales. Es por eso, que es necesario cambios en la educación que propicie una ciudadanía con más competencias mediáticas (Delgado-Ponce & Pérez-Rodríguez, 2012).

Según López y Aguaded (2015), para que la ciudadanía esté capacitada debe tener las competencias necesarias para transformar la emoción en reflexión y lo inverso, por lo que deberá ser competente y comprender la información para exponer razonamientos críticos de la comunicación que analiza diariamente; además, ser capaz de fabricar elementos comunicativos que inciten a la reflexión, que sean de fácil comprensión y comunicativamente eficaces, ya que no es noticia que los medios pueden influir drásticamente en las opiniones y comportamientos de los jóvenes (Mallia et al., 2020; Cho et al., 2020). Para Austin et al. (2020), la competencia mediática puede empoderar a los padres y mejorar a los jóvenes, haciéndoles perfeccionar gradualmente la utilización de los *mass media* para obtener mejor información.

Es de considerar que estamos en una época transitoria, aprendiendo a dejar de lado el condicionamiento, el despotismo y la exclusividad de la comunicación colectiva que acostumbró a creer en todo lo que veíamos y escuchábamos sin buscar veracidad en lo percibido, posicionándonos como ciudadanos pasivos y tímidos para exteriorizar nuestras respuestas, ya que no existía la posibilidad de interacción con los medios, ni otras vías donde poder manifestar la protesta o contestación (Orozco-Gómez et al., 2012).

Sin embargo pese a lo anterior expuesto, es menester reafirmar como aspecto negativo la universalidad de la desinformación, que pone en peli-

gro a la democracia e intimida a la ciudadanía, a través de mensajes estratégicos que persiguen ganancias mercantiles e influir en comportamientos proselitistas presentes y futuros (Alcolea-Díaz et al., 2019), de ahí que, las nuevas tecnologías han generado que la naturaleza de la comunicación tradicional se volviera involutiva para el conglomerado, pero eficaces en la naturaleza misma de la comunicación como elemento interpersonal colectivo. Sin embargo, el nuevo horizonte tecnológico ha facilitado que la ciudadanía obtenga más herramientas para acceder a la información de distintas formas, provocando que la utilización de los medios digitales cambie el modo de producción de noticias drásticamente (Hernández-Serrano et al., 2017).

La exposición y uso prolongado de las diferentes redes sociales y servicios de comunicación, han cambiado nuestro modo de vida, no solo a nivel digital-mediático, sino también en lo que respecta a nuestras habilidades competitivas (competencia mediática), que sirven como elementos de nuestra propia comunicación. Bajo este enfoque, se requiere de una ciudadanía que tenga competencias que le proporcione habilidades como consumidor y creador de elementos audiovisuales, que sean conscientes de sus acciones y tengan las capacidades necesarias para realizar una crítica constructiva de la información (González-Pérez et al., 2015; García-Ruiz et al., 2014), en aras de la apropiación del pensamiento crítico por parte de la ciudadanía.

Finalmente, la competencia mediática como elemento imprescindible dentro de la comunicación, especialmente en este tiempo de crisis por la pandemia de la COVID-19, debe ser el desafío de todos los individuos susceptibles de las influencias constantes de la información, buscando adquirir un pensamiento crítico. Es decir, que se pueda crear y producir liderazgo desde las masas hacia los generadores de información, lo cual podría ser el principio de una detonación ascendente de valores, principios, moralidad, empoderamiento y creatividad (Pullaguari-Zaruma y Hernando-Gómez, 2019) de quienes un día fueron excluidos por no estar o pertenecer a una línea comunicativa.

## **La estrategia de la comunicación en Twitter**

La utilización de Twitter en las estrategias de la comunicación aumenta cada día más. No cabe duda, que la diversidad en la convergencia y de los

procesos tecnológicos acelerados, así como los cambios sociales, culturales, comunicativos, ambientales, políticos, entre otros, ha irrumpido en contemplar la comunicación de forma agresiva en los medios sociales; ocasionando que “grandes eventos” sean vislumbrados a través de las pantallas desde una mirada más crítica.

Las redes sociales ya están siendo explotadas para aprender, descubrir, buscar, almacenar y, sobre todo, compartir conocimientos, demostrando que son un vehículo eficiente para el aprendizaje social que podría agregarse como una herramienta competente para el aprendizaje formal. (López-Goñi & Sánchez-Angulo, 2018, p. 1)

En el caso de Twitter, para Alvírez y Franco-Rodríguez, (2016), permite conocer la relación de acciones diarias de la biografía pública, además su inmediatez lo convierte en una herramienta frecuente entre las personalidades públicas (políticos, burocráticos, religiosos, deportivos, exponentes culturales, entre otros) que buscan seducir a sus seguidores, crear una afinidad con ellos y movilizarlos a realizar una acción determinada.

Para Alonso-Muñoz y Casero-Ripollés (2018), la comunicación social es determinante, porque conserva una estrategia de comunicación inmediata que permite mantener contacto directo con la ciudadanía, que se convierte en los destinatarios de sus anuncios, y esto contribuye a burlar a los medios de comunicación, ya que estos son sus adversarios. La estrategia de Twitter puede entenderse como un canal para articular la hegemonía para quienes tienen el poder, ya que esta coyuntura se basa en relaciones intrapersonales y comunicación política (García-Carretero & Pérez-Altale, 2017) como la estrategia angular de todo gobierno ante sus simpatizantes. En ocasiones, los interesados asumen roles protagónicos sobre debates o temas de interés mediáticos que interesa a la ciudadanía. En ese contexto, es significativo observar cómo ciertos grupos o individuos en el poder hacen uso de Twitter como una estrategia de comunicación masiva durante tiempos de crisis con el único objetivo de comunicar sus intereses. Según Tikka (2019), la comunicación en los medios sociales como Twitter pueden generar crisis en las sociedades.

Por otra parte, los acontecimientos en Twitter que se volvieron tendencias, debate y una alta expectativa, fue la información de salud que se ha convertido en tendencia como la más influyente para la sociedad, entre ellos jóvenes y minorías étnicas que tienen menos probabilidades de acceder a la

información de salud a través de fuentes formales de noticias, entre otros recursos más tradicionales (Massey et al., 2016) son los más afectados. La comunicación en redes sociales puede ser sensible y crear angustia en personas vulnerables, varios estudios están poniendo mayor atención en la generación más joven (Burnap et al., 2017), ya que la influencia de los mensajes en Twitter es persuasiva cuando se trata de salud o participación política. Autores como Wang et al. (2020), sostienen que en un mundo globalizado la comunicación con los consumidores en las redes sociales puede ser oportuna y fundamental para sensibilizar y proceder a actuar.

En síntesis, la estrategia de la comunicación en Twitter es poliédrica; por un lado, puede ocuparse de la imagen y la reputación de personalidades públicas, políticas, deportivas, etc. (Gomes-Franco, 2016); mientras que por el otro, tratar de preservar la vida igualitaria de las personas cuando hablamos de efectos mundiales que atañen la salud. En Twitter, los límites de la comunicación se disuelven a medida que la noticia llega a sus pares y al público en general, incluidos los líderes de opinión, como periodistas y políticos (Jünger & Fähnrich, 2020).

## **Los países hispanohablantes**

El español es hablado por 400 millones de ciudadanos repartidos en 21 países (Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, España, Guatemala, Guinea Ecuatorial, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela). Es hablado también en Andorra, Estados Unidos, Filipinas y en Sahara Occidental, aunque no son los idiomas oficiales en esos países (Lyons, 2020).

## **Metodología**

Esta investigación se desarrolló de acuerdo a los siguientes objetivos:

- Analizar la comunicación gubernamental y competencia mediática de los presidentes hispanohablantes la semana previa a la declaración de pandemia.

- Diseñar una plantilla para la medición de la competencia mediática en Twitter.
- Observar y comparar la evolución del brote hasta la declaración de pandemia y su tratamiento por los presidentes.

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó una metodología cuantitativa. Gracias a la minería de datos en la red social Twitter, con una muestra 7650 tuits, de los que 884 tuits fueron publicados en 22 cuentas de los presidentes hispanohablantes y 6766 tuits analizados de los *mass media* de los países hispanohablantes durante la semana previa a la declaración de pandemia por la OMS.

Se establece el periodo de estudio del 4 al 11 de marzo, puesto que el día antes la OMS invitó a los gobiernos y a la *Pandemic Supply Chain Network* para impulsar la producción y asegurar los suministros para los países en riesgo y los gravemente afectados por una posible pandemia.

Tras la recogida de los tuits a través de diversos algoritmos de búsquedas avanzadas y de herramientas como Metricool, TweetStats, Tweet Topic Explorer y Burrdd se analizaron los datos extraídos de la muestra con el objeto de establecer el nivel de comunicación gubernamental y competencia mediática durante los días previos a la declaración de la pandemia.

## Resultados

### Observación de la competencia mediática de los presidentes hispanohablantes

Para realizar la observación y estudio de la competencia mediática de las cuentas de Twitter de los presidentes con base en las dimensiones desarrolladas por Ferrés y Piscitelli (2012), diseñamos un modelo de medición de la competencia mediática en Twitter utilizando diversos índices de cálculo con el objeto de lograr datos objetivos en las mediciones de cada una de las dimensiones. En la tabla 1 se puede ver la relación de las dimensiones establecidas para la competencia mediática y los índices que establecimos en nuestro modelo de estudio.

**Tabla 1**  
**Plantilla para estudiar la competencia mediática en Twitter**

Dimensiones por Ferrer y Piscitelli	Parámetros de medida de las dimensiones
Lenguajes	Índice Flesch-Kincaid
Interacción	Engagement
Tecnología	Soporte audiovisual
Producción y difusión	Índice Link-Hashtag
Ideología y valores	Índice de autenticidad
Estética	Agenda building. Compromiso

Fuente: Elaboración propia.

### Índice Flesch-Kincaid: facilidad lectura

Analizamos las cuentas de los presidentes de cada uno de los países hispanohablantes para recabar datos que nos facilitaron la labor para realizar el análisis de la competencia mediática de estos. Para ello, utilizamos diversas herramientas para conocer el número de *tuits* y *retuits* que los presidentes realizaron durante el periodo analizado, los dispositivos electrónicos desde dónde se hacían las publicaciones, el promedio de palabras utilizadas y la valoración de la complejidad de texto utilizado mediante la prueba de legibilidad Flesch-Kincaid, la cual indica el nivel de facilidad de lectura en una escala de 0-100. (Siendo 0-30 lectura muy difícil que solo entenderían graduados universitarios hasta llegar a la de 90-100 de lectura fácil que entenderían estudiantes de once años sin esfuerzo).

Cuatro de las cuentas tenían un índice Flesch entre 30-50 siendo consideradas de difícil lectura, el resto de cuentas presentaban un índice Flesch inferior a 30 siendo consideradas de muy difícil lectura, es decir, que prácticamente todos los mensajes de textos presentan dificultades en su lectura entre sus seguidores (gráfico 1). Realizando un promedio entre todas las cuentas, diez de ellas estarían incluso por debajo del promedio de todas las cuentas, lo que las convertiría en las cuentas con más dificultad de lectura de todas.

**Gráfico 1**  
**Índice Flesch-Kincaid de facilidad de lectura de los tuits**

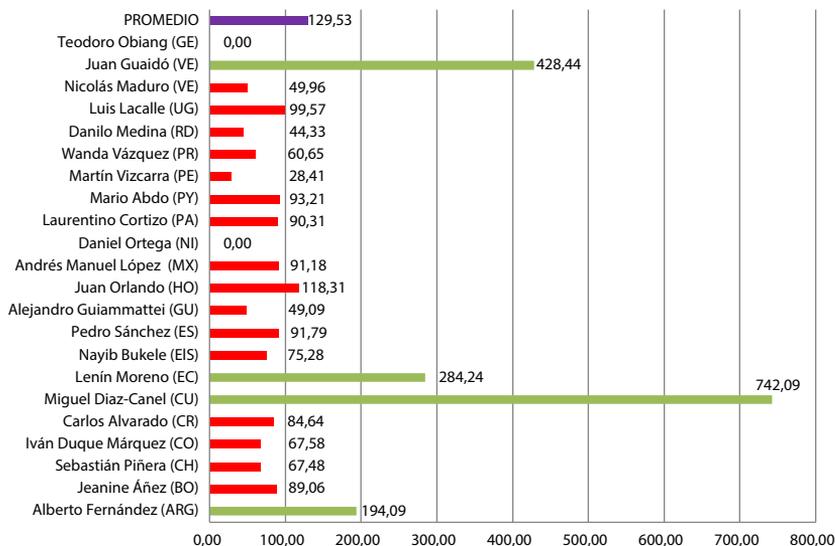


Fuente: Elaboración propia.

### **Engagement: interacción y compromiso**

Por otro lado, hemos medido el compromiso y la interacción de las cuentas con sus seguidores, lo que se denomina el *engagement* del usuario de Twitter, y para ello, se utilizó una fórmula estándar: la suma del número de menciones, *retuits* y *likes* divididos por el número de seguidores en total, y finalmente multiplicado por 100. Como podemos observar en el gráfico 2 la media del *engagement* se situó en 129.53, donde solo las cuatro cuentas de los presidentes de Argentina, Cuba, Ecuador y una de los presidentes de Venezuela se situaron con unos valores muy por encima de la media. El resto de cuentas se podría indicar que tienen un *engagement* muy bajo con respecto a la media de todos, por lo que se entiende que tiene poca interacción con los miembros de su comunidad de seguidores.

**Gráfico 2**  
**Engagement de las cuentas de los presidentes**

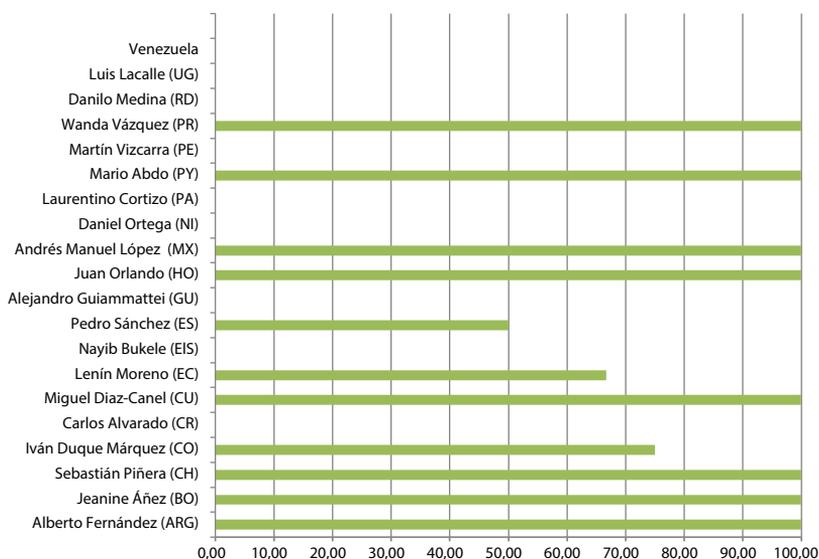


Fuente: Elaboración propia.

## Soporte audiovisual: tecnología

Para el análisis de la competencia tecnológica, la cual es bastante amplia, hemos tenido en cuenta para la medición en las publicaciones en Twitter, aquellas que presentan en sus mensajes contenidos audiovisuales, ya sean fotografías, vídeos o infografías, puntuando aquellas que sí tienen ese contenido y no contemplando puntaje en aquellos tuits que solo presentan texto plano sin enriquecimiento del mismo. En el gráfico 3 podemos observar cómo de los 22 presidentes, ocho de ellos presentan material audiovisual en todas sus publicaciones, otros tres presentan material audiovisual en la mayoría de sus publicaciones, seis de ellos no incluían ningún material audiovisual y cinco no hicieron ninguna publicación sobre COVID-19, por lo que no pudieron ser evaluados. La media que presentan las cuentas es de un 47.22 de publicaciones con contenido audiovisual.

**Gráfico 3**  
**Soporte audiovisual de las cuentas de los presidentes**

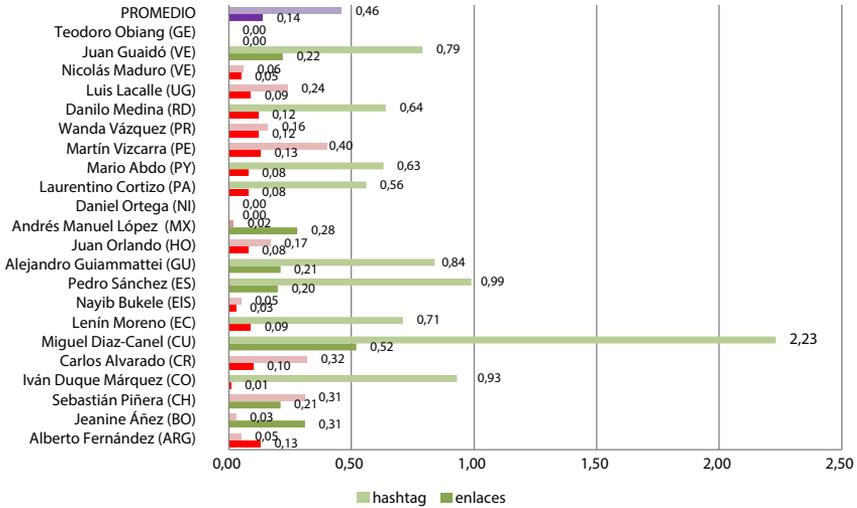


Fuente: Elaboración propia.

## Índice Link-Hashtag: producción y difusión

Para analizar el correcto uso de publicación, tuvimos en cuenta dos factores: el índice de enlaces en publicaciones y el índice de utilización de *hashtags*. El promedio de los enlaces por tuit publicado, indica la probabilidad de que el usuario sea una fuente de información para otros, y el promedio de inclusión de *hashtags* nos indica la probabilidad de que los tuits del usuario se encuentren en una búsqueda (gráfico 4). Como podemos comprobar en la figura siguiente los niveles de producción y difusión eran muy bajos para todas las cuentas, ninguna de ellas llegó a una media de un enlace por tuit, y haciendo un promedio, quince cuentas estaban por debajo del mismo que se situó en 0.14 enlaces. En cuanto al nivel de *hashtag*, solo una de las cuentas superó más de dos por tuit, situándose la media en 0.46, de las que trece cuentas se situaron por debajo de la misma a pesar de ser un promedio muy bajo.

**Gráfico 4**  
**Índices de producción y difusión de los presidentes**



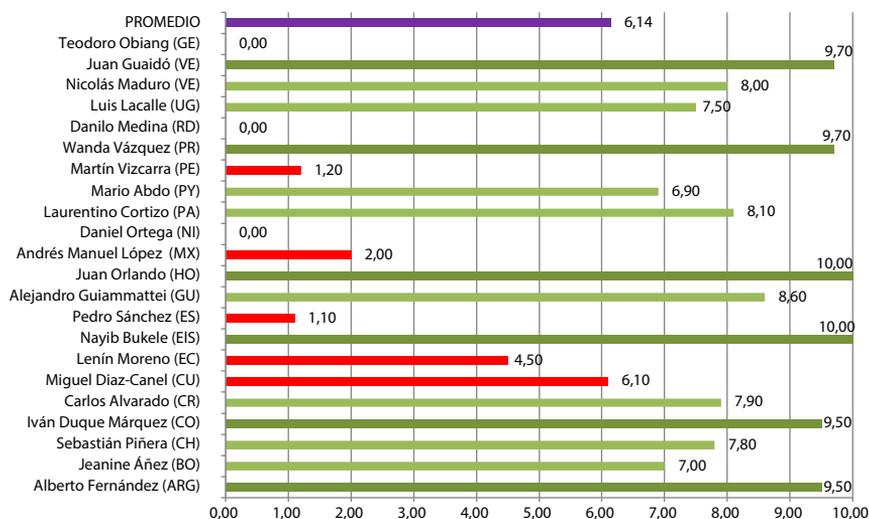
Fuente: Elaboración propia.

### Índice de autenticidad: valores

Para analizar la autenticidad en Twitter, es decir, el valor que hace referencia al porcentaje de los mensajes que son emitidos por el propio usuario desde su dispositivo electrónico. Fue una de las medidas más complejas, pero teniendo en cuenta los usuarios a los que estábamos midiendo, determinamos como índice el dispositivo móvil del que disponían y desde el que se realizaron el número mayor de publicaciones. De los 19 presidentes analizados, 16 utilizan un iPhone, dos utilizaron un Smartphone con Android, y uno utilizó un iPad. De diez de las cuentas se aprecia que se usó software de programación de tuits, y en siete de ellos se aprecia que utilizaron un dispositivo móvil de otro usuario (gráfico 5).

Solo seis de las 19 cuentas analizadas indican que los mensajes son del usuario propietario de la cuenta, mientras que se colige que en cinco de las cuentas la mayoría de los tuits publicados no provienen de sus dispositivos y por ello tampoco de su propia creatividad.

**Gráfico 5**  
**Índices de autenticidad en la publicación de los presidentes**



Fuente: Elaboración propia.

## Agenda Building y Agenda Setting: nivel de compromiso durante la COVID-19

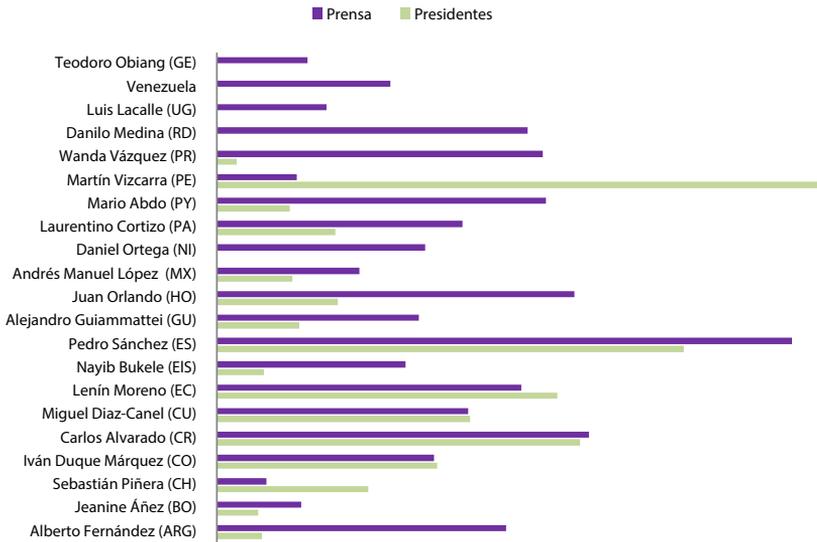
Estos cálculos se realizaron teniendo en cuenta el número total de tuits publicados y aquellos que estaban relacionados únicamente con la COVID-19. Para dichas conjeturas tuvimos en cuenta dos factores: la presión social emitida desde los *mass media* y las comunicaciones realizadas por los presidentes, debido a que la *Agenda Building* (construcción de la agenda mediática) se concentra en la cimentación de las noticias y los componentes que la respaldan (Aruguete, 2017).

A finales del 2019, los *mass media* comenzaron a publicar noticias sobre el coronavirus, intensificando dichas publicaciones a partir de enero de 2020, al momento de declararse una masificación de los casos por el gobierno chino en Wuhan y con mayor frecuencia en el momento de traspasar las fronteras de China. Después de la primera señal importante de una posible pandemia el 3 de marzo, hasta su declaración oficial por parte de la OMS el 11 de marzo, los

medios de comunicación intensificaron el volumen de noticias relacionadas con la COVID-19 para un total de 1887 publicaciones frente 6766 de temas varios, lo que representaba un 27.89% de impacto total.

Entendemos que los *mass media* actúan con mucha influencia en toda la ciudadanía, y los presidentes de los países hispanohablantes son de igual forma influidos por estos. Sin embargo, en el nivel de presencia de la comunicación gubernamental en sus publicaciones por medio de Twitter no se observó que fuese en la misma línea que los medios de comunicación. El número total de publicaciones por los presidentes, durante el periodo de estudio, fue de un total de 884 tuis de los que tan solo 92 estaban relacionados con la COVID-19, lo que representaba un nivel de impacto del 10.41%, que como podemos observar estaba muy por debajo del nivel de impacto de los *mass media*, lo que creó un desajuste en la *Agenda Building* de los presidentes hispanohablantes. En el gráfico 6 se observan las diferencias entre el nivel de impacto de la prensa y de los presidentes pormenorizados por cada país hispanohablante.

**Gráfico 6**  
**Impactos de publicaciones de medios de comunicación y presidentes**



Fuente: Elaboración propia.

Como se colige, tan solo dos presidentes presentaron datos por encima de la prensa de su país y de la media de todos los perfiles estudiados, y cuatro de ellos tenían un buen equilibrio con la *Agenda Building*. Catorce cuentas presentaron datos por debajo de la *Agenda Building* y cuatro de ellas ni siquiera tenían datos relacionados con esta.

## Discusión

Tras la aparición de Internet y las redes sociales, a la alfabetización mediática e informacional se le añaden nuevos componentes de alfabetización digital. Esto se debe a que los *mass media* están digitalizando su comunicación, por lo que se hace necesario poseer mejores competencias digitales (Delgado-Ponce & Pérez-Rodríguez, 2012).

Los mensajes tienen un contenido basado en la interpretación subjetiva del mismo en distintos contextos, así como una explicación de estos cuando es posible (Conde et al., 2019). Twitter es un medio de presión en ambas vías, por un lado, tenemos a los ciudadanos inconformes respecto a determinadas acciones o discursos incongruentes por parte de la gobernanza y por el otro, al gobierno que trata de exponer y afianzar un respaldo a sus procesos en situaciones normales como en las de crisis.

Con el modelo de estudio de la competencia mediática diseñado en esta investigación, los parámetros que medimos fueron los de: índice *Flesch-Kincaid*, para analizar la dimensión de lenguajes; el *engagement*, para la dimensión de interacción; el soporte audiovisual, para la de tecnología; el índice *link-hashtag*, para la de producción y difusión; el índice de autenticidad, para la de ideología y valores; y finalmente, la agenda *building*, para la de ética.

En cuanto al índice *Flesch-Kincaid*: ninguna de las cuentas analizadas superó el índice mínimo para considerar una buena utilización del lenguaje en el contenido de las publicaciones. Por lo que concluimos, que la dimensión de lenguajes no es superada por todas las cuentas de los presidentes, indicando la necesidad de mejorar el contenido de sus tuits para que un espectro más amplio de población pueda entender más fácilmente el mensaje.

El *engagement* de las cuentas analizadas: tan solo cuatro de ellas superaron el promedio, el resto quedaron con unos niveles muy por debajo de la media. Esto nos conlleva a concluir que la dimensión de interacción con su comunidad es deficiente y debe ser trabajada para mejorar los índices. Posi-

blemente el bajo índice en la interacción esté relacionado con el uso de un lenguaje medianamente complejo para la mayoría de la ciudadanía.

Con respecto al soporte audiovisual utilizado por las cuentas, restando aquellas cuentas que no hicieron publicaciones durante el periodo analizado, concluimos que se mantiene por encima de la media. La dimensión tecnología presenta unos datos bastante positivos en su mayoría.

El índice *link-hashtag*: fue bastante bajo para todas las cuentas analizadas, concluimos que la dimensión de producción y difusión es bastante deficiente en general, lo que convertiría estas cuentas en fuentes no fidedignas de información para otros usuarios, ni que tampoco aparezcan de forma mayoritaria en las búsquedas de Twitter.

El índice de autenticidad o veracidad: el contenido de las publicaciones proviene del titular de la cuenta fue por regla general muy alto, salvo unas pocas cuentas que se intuyen que el contenido mayoritariamente no provenía del titular de la misma. Colegimos, indicando que la dimensión ideológica y valores, que la mayoría de las cuentas la aprueban con índices muy buenos.

El contenido de las publicaciones de los presidentes no iba en consonancia con la *Agenda Building*; es decir, el nivel de compromiso y ética de las cuentas durante la COVID-19 no fue correcto. Tan solo cinco de las veintidós cuentas analizadas tenían competencias mediáticas en la dimensión de ética.

Constatamos que durante el periodo escogido las cuentas analizadas, no presentan las competencias mediáticas adecuadas en cinco de las seis dimensiones. Sugerimos que los presidentes hispanohablantes necesitan estudiar profundamente su comunicación gubernamental vía Twitter, pues necesitan mejorar de forma notable su competencia mediática en la comunicación con la ciudadanía.

## **Bibliografía**

- Aguaded, J. I., & Sánchez, J. (2013). El empoderamiento digital de niños y jóvenes a través de la producción audiovisual. *AdComunica: Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 2013(5), 175-196. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.11>
- Alcolea-Díaz, G., Reig, R., & Mancinas-Chávez, R. (2019). Currículo de Alfabetización Mediática e Informativa de la UNESCO para profesores desde la perspectiva de la Estructura de la Información. *Comunicar*, 62, 103-114. <https://doi.org/10.3916/C62-2020-09>

- Alonso-Muñoz, L., & Casero-Ripollés, A. (2018). Communication of European populist leaders on twitter: Agenda setting and the “more is less” effect. *Profesional de La Informacion*, 27(6), 1193-1202. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.03>
- Alvídrez, S., & Franco-Rodríguez, O. (2016). Estilo comunicativo súbito en Twitter : efectos sobre la credibilidad y la participación cívica. *Comunicar*, 47(2), 89-97. <https://doi.org/10.3916/C47-2016-09>
- Aruguete, N. (2017). Agenda building. Revisión de la literatura sobre el proceso de construcción de la agenda mediática. *Signo y Pensamiento*, 36(70), 38-54. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp36-70.abrl>
- Austin, E. W., Austin, B. W., & Kaiser, C. K. (2020). Effects of Family-Centered Media Literacy Training on Family Nutrition Outcomes. *Prevention Science*, 21(3), 308-318. <https://doi.org/10.1007/s11121-020-01101-x>
- Bauman, Z., & Bordoni, C. (2016). *Estado de crisis* (1st ed.). Paidós.
- Berger, P., & Luckmann, T. (1996). *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido* (1st ed.). Paidós.
- Bonilla, C., Gil, P., Alcázar, P., Arribas, A., García, Y., Lorenzo, M., Ricón, J. A., García, S., Benassini, C., Vidal, F., Hernández, H.G., Rodríguez, L.A., Islas, O., & Hitrón, L.M. (2013). *Investigando la comunicación en crisis* (1st ed.). Tecnológico de Monterrey. <https://bit.ly/36Nrx0Z>
- Burnap, P., Colombo, G., Amery, R., Hodorog, A., & Scourfield, J. (2017). Multi-class machine classification of suicide-related communication on Twitter. *Online Social Networks and Media*, 2, 32-44. <https://doi.org/10.1016/j.osnem.2017.08.001>
- Canel, M. J., & Sanders, K. (2011). Government Communication. In *The International Encyclopedia of Communication* (pp. 1-5). <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecg033>
- Catalan-Matamoras, D., Nascimento, B. G. do, & Langbecker, A. (2020). El contenido visual publicado en prensa durante una crisis sanitaria: El caso del Ébola, España 2014. *Interface - Comunicação, Saúde, Educação*, 24, 1-18. <https://doi.org/10.1590/interface.190271>
- Cho, H., Song, C., & Adams, D. (2020). Efficacy and Mediators of a Web-Based Media Literacy Intervention for Indoor Tanning Prevention. *Journal of Health Communication*, 25(2), 105-114. <https://doi.org/10.1080/10810730.2020.1712500>
- Conde, M., Prada-Espinell, O., & Pullaguari, K. (2019). Comparativa de la competencia mediática en comunicación política vía Twitter durante las

- campañas electorales de candidatos presidenciales en España, Ecuador y Colombia. *Contratexto*, 32, 41-70. <https://doi.org/10.26439/contratexto2019.n032.4606>
- Coombs, T. (2007). *Protecting Organization Reputations During a Crisis : The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory*, 10(3), 163-176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>
- Coombs, T. (2010). Parameters for Crisis Communication. In *The handbook of Crisis Communication* (1st ed.). Blackwell Publishing.
- Delgado-Ponce, Á., & Pérez-Rodríguez, M. A. (2012). De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 20(39), 25-33. <https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-02>
- Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Revista Comunicar*, XIX(38), 75-82. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar*. 1st ed. Siglo XXI.
- García-Carretero, L., & Pérez-Altale, L. (2017). Barcelona en comú on twitter. Analyzing the electoral communication of the confluence during the 2015 council election. *Profesional de la informacion*, 26(5), 871-883. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.09>
- Garro-Rojas, L. (2019). Alfabetización mediática en América Latina. Revisión de literatura: temas y experiencias. *Revista Educación*, 44, 22. <https://doi.org/10.15517/revedu.v44i1.37708>
- Gomes-Franco, F. (2016). Estrategias comunicativas de escritores españoles en Twitter. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 7(1), 231-254. <https://doi.org/10.14198/medcom2016.7.1.15>
- González-Pérez, V., García-Ruiz, R., & Aguaded Gómez, J. I. (2015). La competencia mediática como reto para la educocomunicación: instrumentos de evaluación. *Cuadernos Info*, 35, 15-27. <https://doi.org/10.7764/cdi.35.623>
- Heath, R. (2010). Crisis Communication: Defining the Beast and De-marginalizing Key Publics. In *The handbook of Crisis Communication* (1st ed., p. 737). Blackwell Publishing.
- Hernández-Serrano, M. J., Renés-Arellano, P., Graham, G., & Greenhill, A. (2017). From prosumer to prodesigner: Participatory news consumption. *Comunicar*, 25(50), 77-87. <https://doi.org/10.3916/C50-2017-07>
- Jünger, J., & Fähnrich, B. (2020). Does really no one care? Analyzing the public engagement of communication scientists on Twitter. *New Media and Society*, 22(3), 387-408. <https://doi.org/10.1177/1461444819863413>

- López-Goñi, I., & Sánchez-Angulo, M. (2018). Social networks as a tool for science communication and public engagement: Focus on Twitter. *FEMS Microbiology Letters*, 365(2). <https://doi.org/10.1093/femsle/fnx246>
- López, L., & Aguaded, M. C. (2015). Teaching media literacy in colleges of education and communication. *Comunicar*, 22(44), 187-195. <https://doi.org/10.3916/C44-2015-20>
- Luhmann, N. (1995). *Social Systems* (1st ed.). Stanford University Press.
- Lyons, D. (2020). ¿Cuántas personas hablan español en el mundo y en qué países se habla? Babel. <https://bit.ly/2WmjSlv>
- Mallia, L., Chirico, A., Zelli, A., Galli, F., Palombi, T., Bortoli, L., Conti, C., Diotaiuti, P., Robazza, C., Schena, F., Vitali, F., Zandonai, T., & Lucidi, F. (2020). The Implementation and Evaluation of a Media Literacy Intervention About PAES Use in Sport Science Students. *Frontiers in Psychology*, 11(March), 1-10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00368>
- Massey, P. M., Leader, A., Yom-tov, E., Budenz, A., Fisher, K., & Klassen, A. C. (n.d.). *recopilación de datos para cuantificar la comunicación de la vacuna contra el virus del papiloma humano en Twitter*.
- Mohamad, E., & Azlan, A.A. (2020). COVID-19 and Communication Planning for Health Emergencies. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(1).
- Molina, S. (2004). Comunicación gubernamental: ¿encanto o desencanto? *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 46(190), 31-45. <http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2004.190.42432>
- Orozco-Gómez, G., Navarro-Martínez, E., & García-Matilla, A. (2012). Desafíos educativos en tiempos de auto-comunicación masiva: la interlocución de las audiencias. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 38, 67-74.
- Pullaguari-Zaruma, K. P., & Hernando-Gómez, A. (2019). Politización mediática de la justicia en Ecuador. Estudio de caso: Ecuavisa. *Revista Humanidades*, 9(2), 1-23. <https://doi.org/10.15517/h.v9i2.37659>
- Reyes, M., O'quinn, J., Morales, J., & Rodríguez, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*, 14(30). <https://bit.ly/3pWov22>
- Riorda, M. (2011). comunicación gubernamental Mario Riorda. *POLITAI*, 2(3). <https://bit.ly/3pSb2bp>
- Tikka, M. (2019). Ritualisation of Crisis Communication. *Nordicom Review*, 40(1), 105-120. <https://doi.org/10.2478/nor-2019-0006>

- Triviño, A. (2015). Tecnología, redes sociales, política y periodismo. ¿pluralidad informativa o efecto bumerán? *Cuadernos.Info*, 36, 191-205. <https://doi.org/10.7764/cdi.36.647>
- van der Meer, G.L.A., T., & Yan, J. (2020). Seeking Formula for Misinformation Treatment in Public Health Crises: The Effects of Corrective Information Type and Source. *Health Communication*, 35(5), 560-575. <https://doi.org/10.1080/10410236.2019.1573295>
- Wang, R., Huang, S., & Pérez-Ríos, N. G. (2020). Multinational Luxury Brands' Communication Strategies on International and Local Social Media: Comparing Twitter and Weibo. *Journal of International Consumer Marketing*, 0(0), 1-11. <https://doi.org/10.1080/08961530.2019.1710736>

## **Anexos**

Los anexos de esta investigación se pueden ver en el siguiente enlace: <https://bit.ly/2TcK9At> o haciendo una captura en el código QR que se acompaña, que permitirá al lector visitar los anexos desde su Smartphone o Tablet de forma automática.

**Figura 1**  
**Anexos de la investigación**



Elaboración propia.

Fecha de envío: 2020/10/20; Fecha de aceptación: 2021/02/01;

Fecha de publicación: 2021/03/01



## Noticias falsas y creencias infundadas en la era de la posverdad

*Fake news and unfunded beliefs in the post-truth age*

**Víctor Castillo-Riquelme**

Universidad Santo Tomás, Chile

[vcastillo10@santotomas.cl](mailto:vcastillo10@santotomas.cl)

<https://orcid.org/0000-0002-9190-9353>

**Patricio Hermosilla-Urrea**

Universidad Santo Tomás, Chile

[p.hermosillau@alumnos.santotomas.cl](mailto:p.hermosillau@alumnos.santotomas.cl)

<https://orcid.org/0000-0003-3976-9039>

**Juan P. Poblete-Tiznado**

Universidad Santo Tomás, Chile

[j.pobletet@alumnos.santotomas.cl](mailto:j.pobletet@alumnos.santotomas.cl)

<https://orcid.org/0000-0002-5193-4394>

**Christian Durán-Anabalón**

Universidad Santo Tomás, Chile

[c.durana2@alumnos.santotomas.cl](mailto:c.durana2@alumnos.santotomas.cl)

<https://orcid.org/0000-0002-5990-1036>

**Forma sugerida de citar:** Castillo-Riquelme, V., Hermosilla-Urrea, P., Poblete-Tiznado, J., & Durán-Anabalón, C. (2021). Noticias falsas y creencias infundadas en la era de la posverdad. *Universitas*, 34, pp. 87-108.

## Resumen

La difusión de noticias falsas encarna un apremiante problema para la democracia que se ve agudizado por la ubicuidad de la información disponible en el internet y por el aprovechamiento de quienes, apelando a la emocionalidad de las audiencias, han capitalizado a su favor la inyección de falsedades en el entramado social. En este estudio a través de un diseño transversal, correlacional y no experimental se exploró la relación entre credibilidad frente a las noticias falsas y algunos tipos de pensamientos disfuncionales en una muestra de estudiantes universitarios chilenos. Los resultados develan que una mayor credibilidad en noticias falsas va aparejada con mayores puntajes de pensamiento mágico, esotérico e ingenuamente optimista, creencias que serían el punto de encuentro para una serie de sesgos cognitivos que operan en el procesamiento de la información. La correlación más alta se encuentra con la faceta de creencias paranormales y, particularmente, con las ideas acerca de las leyes de atracción mental, la telepatía y la clarividencia. También se hallaron diferencias significativas en la credibilidad en noticias falsas en función del género de los participantes, encontrando que el género femenino puntúa una media más alta que el género masculino. Estos hallazgos ponen en relieve la necesidad de promover el pensamiento crítico, el escepticismo y la actitud científica en todos los segmentos de la sociedad.

## Palabras clave

Comunicación de masas, Psicología de la comunicación, democracia, ética de la prensa, difusión de la información, pensamiento crítico.

## Abstract

*The dissemination of fake news embodies a pressing problem for democracy that is exacerbated by the ubiquity of information available on the Internet and by the exploitation of those who, appealing to the emotionality of audiences, have capitalized on the injection of falsehoods into the social fabric. In this study, through a cross-sectional, correlational and non-experimental design, the relationship between credibility in the face of fake news and some types of dysfunctional thoughts was explored in a sample of Chilean university students. The results reveal that greater credibility in fake news is associated with higher scores of magical, esoteric and naively optimistic thinking, beliefs that would be the meeting point for a series of cognitive biases that operate in the processing of information. The highest correlation is found with the paranormal beliefs facet and, particularly, with ideas about the laws of mental attraction, telepathy and clairvoyance. Significant differences were also found in credibility in fake news as a function of the gender of the participants, with the female gender scoring higher on average than the male gender. These findings highlight the need to promote critical thinking, skepticism and scientific attitude in all segments of society.*

## Keywords

*Mass communication, Communication psychology, democracy, ethics of the press, information dissemination, critical thinking.*

## **Las noticias falsas como amenazas a la democracia en la era de la posverdad**

El advenimiento de la sociedad digital trajo aparejada una profunda transformación en la narrativa hegemónica de la verdad, la cual descansaba sobre la posibilidad de reconocer a las instituciones de prensa como medios confiables de producción y transmisión de la información, adscritos al ejercicio ético y profesional del periodismo y abiertos al escrutinio público de la veracidad de sus fuentes. Tal como señala Amoros (2018) la irrupción masiva de las plataformas digitales produjo un servicio de información a la carta, personalizable y más propenso a interpelar al género periodístico. Si bien no han sido pocos los casos de manipulación y censura por parte de los medios tradicionales, no es sino hasta la entrada de la revolución digital que las denominadas *fake news* o noticias falsas fueron advertidas como una amenaza endémica de las sociedades modernas, socavando la confianza en los medios de comunicación y remeciendo las bases que sustentan a la democracia.

Las noticias falsas pueden ser entendidas como una alteración deliberada de un hecho real o la invención de un hecho ficticio con el fin de desinformar o confundir a una audiencia, generalmente presentadas en formatos que evocan al de una noticia tradicional. En su origen, estas noticias falsas pueden obedecer a múltiples propósitos, como el favorecer intereses políticos e influir en el debate público u obtener ganancias económicas generadas por el tráfico de visitas de los sitios web. Otro aspecto distintivo de ellas es que carecen de revisión editorial y de procesos que aseguren el cumplimiento de estándares mínimos como la precisión de la información, la contrastación de sus fuentes, la calidad de la argumentación y la valoración de su impacto (Lazer et al., 2018). En esencia, la invención o distorsión de un hecho noticioso adquiere particularidades que la distinguen de las noticias que distribuyen los canales televisivos y periódicos masivos, pues, aunque estos también pueden ser cuestionados — en cuanto ejercen control sobre la agenda política y construyen realidad bajo el lente teñido de intereses típicamente conservadores (Gronemeyer & Porath, 2017)— no es propio de ellos la ausencia de revisión editorial y, en los casos que no logran filtrar correctamente una noticia falsa, suelen rectificar la información en comunicados oficiales.

Si bien las noticias falsas no son un fenómeno reciente su proliferación se ha favorecido por el acelerado ritmo de crecimiento del internet y, particularmente, por la inusitada adhesión de las audiencias a las redes sociales

virtuales, espacios que posibilitan y promueven la viralización en tiempo real de la información. Estas plataformas constituyen una de las principales fuentes de información de los chilenos y su acceso abierto ha sido el principal catalizador para la distribución rápida y descontrolada de los contenidos noticiosos. De acuerdo con Vosoughi et al. (2018) las noticias falsas se propagan en redes sociales significativamente más rápido que las noticias verificadas, y aquellas que versan sobre política se difunden con mayor frecuencia y rapidez que otros tópicos.

El gran alcance de las noticias falsas queda explicado en parte por la apelación a las emociones del lector, razón por la cual ningún ciudadano quedaría completamente eximido de creer en ellas. Se trata de construcciones que exaltan el sentido de asombro de las audiencias y que al mismo tiempo reafirman ciertos sesgos ideológicos, colmando así necesidades emocionales de aprobación que la prensa tradicional suele dejar insatisfechas. En este sentido, las noticias falsas confluyen con el concepto de posverdad, entendido como un escenario en donde la influencia de los hechos objetivos sobre la configuración de la opinión pública recibe una ponderación menor que las creencias personales y reacciones emocionales. Para tales efectos, la posverdad capitaliza la necesidad de autodefensa del sistema de creencias, cuyo accionar en el individuo se articula a partir de estrategias cognitivas que reinterpretan los hechos que refutan una creencia en favor de salvaguardarla (Flichtentrei, 2018). Es así cómo las noticias falsas pueden tributar a la dificultad de las personas para someter a escrutinio crítico la información que reciben, convocando al convencimiento de su veracidad y reafirmando persistentemente sus creencias sesgadas. Empíricamente se ha evidenciado que los usuarios de redes sociales prefieren seleccionar publicaciones de noticias que coinciden con sus opiniones previas (Sülflow et al., 2019), sin embargo, la difusión generalizada de noticias falsas tiene el potencial de penetrar en el sistema de creencias incluso cuando son inconsistentes con la ideología política del lector (Pennycook & Rand, 2019). Conclusiones que son congruentes con la idea de que la repetición de noticias falsas aumenta la legitimidad percibida sobre las mismas, puesto que las creencias suelen ser actualizadas conforme el comportamiento deshonesto se hace más frecuente (Garrett et al., 2016).

Aunque las noticias falsas se pueden considerar un problema *per se*, sus consecuencias en el campo de la acción pueden resultar aún más preocupantes. Siguiendo el famoso teorema de Thomas la veracidad de un hecho puede

ser menos relevante que la interpretación que las personas hagan del mismo. Esto implica que en la medida que una noticia se juzgue como verdadera, con independencia de su real estatus de veracidad, las consecuencias que esta invoque serán desde luego reales. En este sentido, la propagación de falsedades y rumores pueden generar pánico en la población, aumentar la desconfianza hacia las instituciones, polarizar el debate público o incluso poner en riesgo la vida e integridad de las personas. Por ejemplo, la creencia de que ciertas vacunas pueden producir autismo en los niños tuvo un efecto disuasivo que incluso ha motivado movimientos de anti-vacunación, poniendo en riesgo la salud individual y colectiva de las personas (Domínguez et al., 2019). De igual forma, la noticia que aseguró que en las elecciones presidenciales de Chile algunos votos estaban marcados previamente para favorecer a ciertos candidatos, tuvo un efecto inmediato en la polarización del debate público y en la percepción del funcionamiento de la democracia. De acuerdo por lo investigado por Halpern et al. (2019) un 36,4% de la población chilena consideró como muy creíble o extremadamente creíble esta noticia.

Con una audiencia especialmente permeable a la falsedad es previsible que la confianza —acto por el cual se delegan atribuciones y responsabilidades— se vea gravemente vulnerada. Ello debido a que el ¿qué creer? y ¿en quién creer? son interpelaciones directas al modo prevaleciente de entender la verdad y a las fuentes que la sustentan. Las noticias falsas y los hechos alternativos, entendidos como versiones selectivas de la realidad, contribuyen a sembrar un clima de incertidumbre, potenciado también por la incapacidad de los medios de prensa para conectar con las nuevas audiencias y defender su patrimonio profesional (Nigro, 2018). En general, la crisis del periodismo se ha movido en conjunto con el desplazamiento de la confianza hacia las redes sociales, y paradójicamente, cuanto más disminuye la credibilidad en los medios de prensa, más expuestos quedan los ciudadanos a los contenidos falsos. Como corolario, en Chile un 55% de la población señala tener poca o ninguna confianza en los medios de comunicación tradicionales, cifra que es expresión de una tendencia generalizada en Latinoamérica (Latinobarómetro, 2018).

Entendida así, la difusión de noticias falsas encarna un problema de carácter ubicuo para la democracia, pues el funcionamiento del sistema político demanda de una ciudadanía informada capaz de influir inteligentemente en la toma de decisiones públicas. Tal como ya adelantaba Habermas (1991) el crecimiento de la industria cultural es hasta cierto punto responsable de

que la esfera pública se haya alejado de su sentido original, en cuanto a constituir un espacio para la opinión y el debate público. De esta forma, el arquetipo de ciudadano moderno se ve obligado a transmutar hacia una versión cada vez más exigente de sí mismo, ya no solo consciente de sus derechos y deberes, sino que además competente en el uso y gestión de la información que le rodea. La responsabilidad de un ciudadano en la era digital consiste precisamente en evadir dentro de este océano de información a los datos superficiales, espurios y falsos, filtro que es logrado solo en la medida que las habilidades críticas así lo permitan. Adicionalmente, debido a que la búsqueda de la verdad es una virtud que va más allá de la competencia intelectual, la presencia de noticias falsas también plantea desafíos para la dimensión ético-moral de la formación ciudadana. En consecuencia, la configuración de un escenario digital que desborda contenidos de distinta calidad y naturaleza exige sostener un juicio fundado, prudente y reflexivo que establezca las bases para el desempeño óptimo de la ciudadanía.

## **Credibilidad en noticias falsas, sesgos cognitivos y creencias disfuncionales**

Las noticias falsas no impactan homogéneamente a todas sus audiencias. La credibilidad en ellas dependerá, del contenido de la información, de las circunstancias que contribuyen a darle veracidad al argumento y de las respuestas cognitivas propias con las que un determinado individuo logra codificar la información recibida y juzgar su coherencia. Algunos medios de prensa recurren al sensacionalismo y a la banalización del discurso para aprovechar un nicho de espectadores que está menos dispuesto a realizar esfuerzos cognitivos para procesar la información, dirigiendo su atención hacia factores periféricos que no precisan de mayor racionalidad o bien resulten menos extenuantes de procesar (Sobrado et al., Ruz, 2018). Las personas pueden juzgar la plausibilidad de un hecho basándose en reglas heurísticas a partir de la fuente, las imágenes y el medio de difusión, pero incluso aunque la fuente que elabora la noticia logra transferir distintos niveles de coerción con base a la confianza, experticia y reputación que esta tenga (Metzger et al., 2010), la credibilidad es en última instancia un atributo de carácter individual (Tseng & Fogg, 1999). Tal como lo sugieren las teorías sobre los efectos de la persuasión, algunos estímulos asociados a la fuente, el canal y

el contexto podrían ser capaces de incrementar la credibilidad de los mensajes, pero con efectos diferenciados en virtud de la interacción de estos elementos con las características individuales de los receptores (Moya, 1999).

Determinados rasgos de la personalidad podrían explicar parte de las variaciones interpersonales de la credibilidad en noticias falsas. Ciertos perfiles psicológicos vinculados con el dogmatismo, el fundamentalismo y el pensamiento delirante son más propensos a ser engañados mediante contenidos erróneos (Bronstein et al., 2019). Siguiendo esta línea, se ha sugerido que la credibilidad en noticias falsas podría estar relacionada con el pensamiento escéptico de los receptores, quienes, en ausencia de una examinación razonada del contenido, son con frecuencia seducidos por ideas —aunque ocasionalmente confortables— distanciadas de los hechos que declaran representar (Pennycook & Rand, 2019). La capacidad de las personas para discernir la verdad en los medios de comunicación y, por defecto, descartar las creencias epistémicamente dudosas e inconsistentes tiene un estrecho correlato con las habilidades analíticas que el lector haya cultivado en su formación como ciudadano. En tal sentido, la ausencia de análisis convertida en costumbre termina por ceder la tutela intelectual a personas y corporaciones con intereses propios, capaces de inyectar falsedades en el cuerpo social para aprovecharse de los más incautos (Sagan, 2000), credulidad que lleva por costo la autonomía en cualquier plano de la existencia humana.

La disposición a creer en planteamientos inverosímiles encuentra su punto de anclaje en las distorsiones cognitivas que operan en el procesamiento de la información. Estos sesgos son errores sistemáticos de razonamiento que devienen en una desviación del juicio inferencial, basándose en una precipitada y subjetiva selección de la información. En escenarios de incertidumbre es común que las personas juzguen la plausibilidad de los hechos basándose en atajos mentales que no siempre conducen a resultados razonables, filtrando los estímulos que mejor encajan con sus esquemas cognitivos y con las preconcepciones que se tienen del fenómeno. Por ejemplo, la información incompleta puede ofrecer la ilusión de causalidad en situaciones donde solo ha mediado la contigüidad temporal de dos sucesos, sesgo que, por lo demás, se situaría en la base explicativa de ciertas creencias supersticiosas, como cuando una persona atribuye el éxito de una lotería a la acción inmediatamente precedente (cerrar los ojos, agitar alguna extremidad, frotar un amuleto, etc.), constituyéndose en una cábala para los futuros intentos. Entendido así, los sesgos promueven una simplificación y categori-

zación de la realidad, siendo frecuente su relación con visiones rígidas para interpretar el mundo, así como con comportamientos disfuncionales (David et al., 2010).

Los sesgos cognitivos son incorporados en los esquemas mentales que influyen la selectividad de la memoria y la atención. Estos esquemas constituyen el armazón de la personalidad del sujeto y pueden mantenerse impermeables al razonamiento debido a la necesidad de preservar su coherencia con las creencias más incondicionales, ofreciendo por lo tanto una mayor resistencia al cambio. De esta forma, se presentan involuntariamente ciertos pensamientos automáticos que modelan la interpretación de las experiencias de vida, impactando en un amplio espectro de reacciones emocionales y conductuales, sean estas consideradas adaptativas o no. Epstein (1998) ha considerado dentro de su teoría cognitivo-experiencial la existencia de dos tipos de pensamientos automáticos, entendidos como expresiones fugaces y concretas de las ideas incondicionales del sujeto (Beck & Clark, 1997). Por una parte, enumera una serie de dimensiones en las que se agrupan los pensamientos de carácter constructivo, los cuales se asocian con la capacidad para afrontar exitosamente los acontecimientos vitales, mientras que, por otra, identifica dimensiones que tributan a formas básicas de pensamiento destructivo que se alinean en una dirección contraria de la requerida para un buen ajuste psicológico. El pensamiento mágico, el pensamiento esotérico y el optimismo ingenuo serían claros ejemplos de esquemas que aportan creencias disfuncionales para el desarrollo de la personalidad y que eventualmente podrían correlacionarse con otras creencias igualmente inverosímiles.

- a. **Pensamiento mágico:** visto desde un marco antropológico, el pensamiento mágico representa una categoría arcaica y culturalmente propia de los estadios primigenios de las sociedades. Por otra parte, para la psicología evolutiva constituye un esquema de pensamiento infantil que se va desvaneciendo conforme los niños se exponen al influjo educativo y adquieren más conocimientos de las leyes naturales (Brashier & Multhaup, 2017). Si bien la conceptualización de estos pensamientos se entremezcla con las definiciones de creencias esotéricas, místicas, paranormales y supersticiosas, Epstein (2012) propone su distinción a partir del carácter idiosincrásico que adquieren estas creencias en el individuo y por su vinculación con el pesimismo y la desesperanza. Así entendido, el pensamiento mágico

opera sobre la base de supersticiones privadas a las que se aferra el sujeto para defenderse de las amenazas y aceptar los resultados desfavorables de forma anticipada.

- b. **Pensamiento esotérico:** el pensamiento esotérico congrega una serie de creencias que se han sobrepuesto al proyecto de secularización cultural y que hunden sus raíces en una realidad onírica inmune a las leyes físicas que gobiernan al mundo real. En esta categoría de pensamiento abundan las explicaciones sobrenaturales y científicamente cuestionables, apoyadas solo por la exposición continua a ideas infundadas y por la singularidad de la experiencia que para el individuo tiene un valor probatorio. De acuerdo con Epstein (2012) el pensamiento esotérico incluye creencias del dominio paranormal y creencias en supersticiones comunes que bajo ciertos límites representan solo una propensión hacia fenómenos no comprobados, pero que en niveles más altos develarían déficits en el razonamiento probabilístico (Leonard & Williams, 2019), una propensión al estilo de pensamiento intuitivo (Rogers et al., 2018) y una inteligencia fluida más baja (Stuart-Hamilton et al., 2006). De igual forma, las creencias en fenómenos extraños están concatenadas con experiencias disociativas y con estructuras psicopatológicas de rasgo esquizotípico (Dagnall et al., 2016).
- c. **Optimismo ingenuo:** aunque el optimismo en general suele considerarse un rasgo favorable de la personalidad, si los pensamientos positivos funcionan como una respuesta escasamente realista y sin fundamento pueden llegar a ser considerados disfuncionales. En este sentido, la exageración pueril del optimismo sumerge al individuo dentro de una fantasía, enarbolando un sentimiento de ingenuidad que lo despreviene de las consecuencias que los hechos objetivamente adversos suelen provocar. Se trata entonces de una visión simplista e infantil que oculta bajo su propia miopía los eventos negativos o desagradables, incluso cuando estos representan una amenaza relevante para el individuo. El optimista ingenuo sobrestima las probabilidades de ocurrencia de los resultados favorables frente a alternativas aleatorias equiprobables y tiende a generalizar los éxitos a su conveniencia sin mayor base que una confianza acrítica de sí mismo y de los demás. Este voluntarismo representa una ruptura

con la realidad que resulta porosa a las expectativas deseables del mundo, pero impermeable a los hechos que se oponen a ella.

En consecuencia, existen características psicológicas que al margen de las exigencias editoriales que podrían imputarse a la prensa, hacen de las audiencias un actor más sugestionable a los efectos de las falacias retóricas y lógicas que anidan en la era de la posverdad, haciendo más complejo su desarraigo en quienes precisamente son menos capaces de protegerse a los intereses de charlatanes y ávidos políticos. Esta investigación busca determinar la existencia de relaciones entre la credibilidad en noticias falsas y las creencias disfuncionales que los individuos adoptan respecto del mundo que les rodea. Se hipotetiza que una mayor credibilidad en noticias falsas va aparejada con una propensión hacia el pensamiento mágico, esotérico e ingenuamente optimista, en donde el denominador común de estas relaciones estaría anclado en los sesgos cognitivos que operan en el procesamiento de la información.

## **Método**

### **Diseño**

Se realizó una investigación con un diseño no experimental, de alcance correlacional y carácter cuantitativo, cuya recolección de datos estuvo delimitada temporalmente por los meses de junio y julio de 2020. Debido a las condiciones inusuales del contexto de confinamiento y crisis sanitaria se empleó la modalidad de cuestionario autoaplicado asistido por computador. Este estudio fue aprobado bajo el código interno N° 14-2 por el comité ético científico de la Universidad Santo Tomás, Chile.

### **Instrumentos**

Para medir las variables de pensamiento mágico, optimismo ingenuo y pensamiento esotérico se utilizaron las escalas homónimas del Inventario de Pensamiento Constructivo de Epstein (2012), instrumento ampliamente uti-

lizado para diversos propósitos y poblaciones, mostrando previamente características psicométricas adecuadas de confiabilidad y validez.

La escala de *pensamiento mágico* consiste en una batería unidimensional de siete ítems de respuesta graduada que indica el grado en que las personas se aferran a supersticiones privadas como la idea de que si ocurre algo bueno se contrarrestará prontamente con algo malo. El *pensamiento esotérico* en cambio se compone de una batería de trece ítems agrupados en dos facetas específicas relacionadas con la creencia en fenómenos extraños. La faceta de *creencias paranormales* incluye fenómenos como la clarividencia, fantasmagoría, escatología y telepatía, mientras que la faceta de *pensamiento supersticioso* se orienta hacia las supersticiones convencionales, como la astrología, el tarot, los amuletos y los buenos o malos augurios.

La escala de *optimismo ingenuo* mide el grado en que una persona es optimista sin tener fundamentos, como la idea de poder conseguir que algo ocurra si se desea con suficiente intensidad. Esta escala tiene una estructura factorial de tres facetas que en su conjunto agrupan a quince ítems. La faceta de *optimismo exagerado* se relaciona con la generalización de los sucesos favorables a todas las situaciones, mientras que la faceta de *ingenuidad* se vincula con las expectativas positivas, aunque irreales, acerca del futuro y de las demás personas. La faceta de *pensamiento estereotipado* mide los modos de pensamiento simplistas y poco elaborados que, a diferencia de la suspicacia, está representado por prejuicios con un sesgo positivo. Todos los ítems de las escalas poseen cinco opciones de respuesta en formato Likert que van desde el “en total desacuerdo” hasta el “totalmente de acuerdo”.

Por otra parte, se construyó una escala de tamizaje para cuantificar el grado de credibilidad en noticias falsas relacionadas con la contingencia política, social, internacional y sanitaria del periodo 2019-2020. Para ello se replicó la misma estrategia de medición reportada por investigaciones previas que emplean el titular de una noticia como reactivo con respuestas de credibilidad graduadas en seis alternativas que van desde el “para nada creíble” al “totalmente creíble” (Valenzuela et al., 2019; Halpern et al., 2019; Pennycook & Rand, 2019). En la Figura 1 se puede observar un ejemplo de ítem empleado en el cuestionario de noticias falsas, el cual muestra un titular y una imagen asociada al contenido.

**Figura 1**

**Ejemplo de ítem del cuestionario de credibilidad en noticias falsas**

14. Respuesta de Metro ante manifestaciones no deja conforme a los santiaguinos: "Sólo cambiaron de lugar los 30 pesos".



## Participantes

La muestra estuvo conformada por 171 estudiantes de educación superior de la región del Bío-Bío, Chile, de los cuales un 75% fueron de género femenino, cuyo rango de edad osciló entre los 18 y 46 años, con una media de 22,24 y una desviación estándar de 3,32 años. La muestra estuvo constituida principalmente por estudiantes de Psicología (49,1%), seguido de estudiantes de Terapia Ocupacional (18,1%) y de Trabajo Social (11,7%). El reclutamiento de los participantes se realizó con base a un muestreo por conglomerados teniendo como unidad de muestreo a las asignaturas y niveles de los programas formativos. El único criterio de exclusión fue el presentar alguna situación de discapacidad visual que fuese inhabilitante para responder el formulario en línea.

## Procedimientos

Se compilaron noticias falsas que circularon por redes sociales durante los años 2019 y 2020 para la construcción del cuestionario de credibilidad. Principalmente se escogieron noticias relacionadas con el estallido social

acontecido en octubre de 2019 en Chile y con la crisis sociosanitaria de la COVID-19. Para incluir las noticias al instrumento de tamizaje se corroboró su falsedad a partir de servicios de verificación de hechos (*fact cheking*) y prensa *mainstream*. La versión preliminar del instrumento fue presentada a un comité de expertos para su revisión con base a criterios de pertinencia y calidad de los ítems. Posteriormente se realizó una prueba piloto en una muestra de 59 personas que fueron contactadas a través de redes personales. La versión final del instrumento contó con doce noticias falsas más dos noticias verificadas que se utilizaron para controlar el sesgo de aquiescencia.

Los participantes contestaron las encuestas mediante su aplicación asincrónica a través de *Google Forms*, previa aceptación del consentimiento informado. Se omitió informar que las noticias presentadas en el cuestionario eran falsas para resguardar que las respuestas no se ajustaran a la deseabilidad social. De igual forma, las escalas de pensamiento mágico, supersticioso y optimismo ingenuo fueron descritas solo como escalas para medir atributos generales de la personalidad.

El análisis de los datos recurrió al cálculo de estadísticas de frecuencia univariante para la descripción de la credibilidad individual de las noticias y cálculo de medidas de correlación entre todas las facetas de las creencias disfuncionales con el cuestionario de credibilidad en noticias falsas. Para los análisis de datos y pruebas de hipótesis se utilizó el programa computacional SPSS y R-Studio para la elaboración de gráficos.

## Resultados

De acuerdo con la Tabla 1 se observa una gran heterogeneidad en la credibilidad hacia las noticias falsas, concentrando mayores puntajes en los titulares relacionados con el funcionamiento de las instituciones públicas que operan en el territorio nacional. Tres de cada cuatro participantes afirman creer en que durante los eventos de protesta de 2019 un carabinero de civil atropelló a un manifestante en Valparaíso y más del 70% asegura que el precio de los pasajes de metro solo fue redistribuido en distintos horarios, negando así el hecho de que el aumento de las tarifas fue suspendido a una semana de iniciado el estallido social. Por otra parte, las noticias con menores puntajes en credibilidad estuvieron relacionadas con eventos internacio-

nales que aluden principalmente a conspiraciones, como el movimiento de anti-vacunas y el movimiento Stop 5G.

Al desagregar el análisis con base al género de los participantes se encontró que en nueve de las doce noticias falsas las mujeres reportaron una mayor credibilidad que los hombres, así, por ejemplo, mientras que un 26% de los hombres consideró muy o totalmente creíble que Donald Trump se haya mofado de la muerte del ciudadano George Floyd, en las mujeres esta cifra ascendió a un 45%. De igual forma, se observó que la credibilidad en la noticia que afirmaba la presencia de agentes externos en la quema del metro de Santiago representa para el grupo de mujeres el triple de la credibilidad que le conceden los hombres.

**Tabla 1**  
**Credibilidad de las noticias falsas seleccionadas**  
**en el cuestionario de credibilidad en noticias falsas**

Noticias	Creíble o totalmente creíble (%)		
	Masculino	Femenino	Total
Carabinero de civil atropella a manifestantes que formaban una barricada en Valparaíso.	66,7	77,5	74,9
Respuesta de Metro ante manifestaciones no deja conforme a los santiaguinos: “Solo cambiaron de lugar los 30 pesos”.	59,5	75,2	71,3
Precariedad y falta de recursos en hospital de Santiago obliga a utilizar sillas como camillas en sala de espera de pediatría [ <i>imagen de bebé conectado a una sonda desde una silla plástica</i> ].	64,3	72,9	70,8
Educadora de párvulos es golpeada por Carabineros tras intentar ayudar a una menor de edad que estaba siendo detenida.	50,0	61,2	58,5
Trump se burla durante transmisión en vivo de la muerte de George Floyd, diciendo: “¡No puedo respirar!”.	26,2	45,0	40,4
La comunidad científica asegura que el virus SARS-CoV-2 dada su complejidad y características fue creado en un laboratorio en China.	35,7	37,2	36,8
Expertos aseguran que el uso prolongado de mascarillas desechables provoca falta de oxigenación cerebral y problemas respiratorios.	21,4	39,5	35,1

Manifstantes obligan a sacerdote a salir de la Catedral de Santiago en medio de las protestas contra el Gobierno.	23,8	20,2	21,1
Ecuatorianos lanzan al mar fallecidos por COVID-19 ante saturación de los servicios funerarios.	26,2	17,1	19,3
Derriban antenas de señal 5G durante manifestaciones en Hong Kong acusándolas de debilitar el sistema inmune ante la COVID-19.	21,4	16,3	17,5
Policía de Investigaciones confirmó la presencia de agentes cubanos y venezolanos implicados en la quema del metro de Santiago.	7,1	19,4	16,4
Bill Gates en la mira sobre dichos del testeo de su vacuna financiada: "La vacuna de COVID-19 causará más de 700 mil muertes".	9.5	16.3	14.6

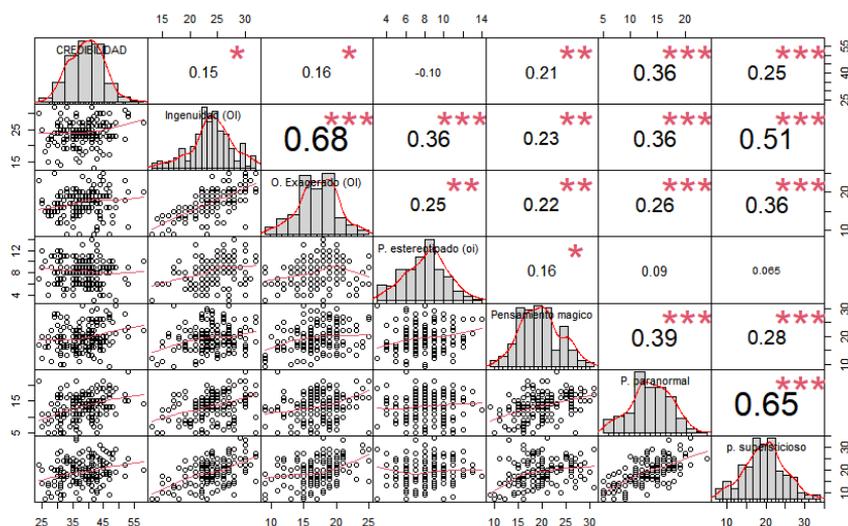
Tal como se observa en la Figura 2 a un nivel bivariado se constata que la credibilidad en noticias falsas correlaciona de forma significativa con las facetas de Ingenuidad [ $r = 0.15$  (169),  $p = 0.049$ ], Optimismo Exagerado [ $r = 0.16$  (169),  $p = 0.037$ ], Pensamiento Mágico [ $r = 0.21$  (169),  $p = 0.005$ ], Pensamiento Supersticioso [ $r = 0.25$  (169),  $p = 0.001$ ] y Creencias Paranormales [ $r = 0.36$  (169),  $p < 0.001$ ]. Destaca por su magnitud la correlación con el Pensamiento Esotérico, tanto en sus facetas de Creencias Paranormales como en el Pensamiento Supersticioso y si bien estas correlaciones oscilan dentro de márgenes de moderada intensidad, cabe advertir que algunos ítems específicos de estas creencias disfuncionales estarían aportando diferenciados pesos sobre la varianza de la credibilidad en noticias falsas.

Así, por ejemplo, consultados frente a la creencia sobre las leyes de atracción mental (v.g. creo que algunas personas pueden hacer que piense en ellas solo con pensar en mí), quienes manifiestan estar muy o totalmente de acuerdo obtienen mayores puntajes de credibilidad hacia las noticias falsas que quienes se mantienen escépticos a la posibilidad de influir en las acciones de las personas convocándolas con el pensamiento [ $t(135) = 3.79$ ,  $p < 0.001$ ,  $d = 1.08$ ]. Esta distinción también se hace presente al considerar otras creencias esotéricas como la telepatía [ $t(126) = 3.00$ ,  $p = 0.003$ ,  $d = 0.66$ ], la clarividencia [ $t(119) = 2.79$ ,  $p = 0.006$ ,  $d = 0.51$ ] y la proyección mental [ $t(135) = 2.87$ ,  $p = 0.005$ ,  $d = 0.50$ ]. En el plano de las creencias supersticiosas los ítems que guardan mayor relación con la credibilidad en noticias falsas son los referidos a la creencia en que la luna influencia los pensamientos  $t(120) = 3.11$ ,  $p = 0.002$ ,  $d = 0.62$ ], la creencia en el mal de ojo  $t(134) = 3.44$ ,  $p = 0.008$ ,  $d =$

0.53] y la creencia en buenos y malos augurios [ $t(116) = 2.74, p = 0.007, d = 0.51$ ]. No obstante, algunas de las creencias esotéricas más comunes como la fantasmagoría, la astrología y el fetichismo de los amuletos no mostraron relaciones significativas con la credibilidad en noticias falsas.

Naturalmente, también se hallaron correlaciones entre las facetas internas de las creencias disfuncionales, destacando los vínculos entre Ingenuidad y Optimismo Exagerado [ $r = 0.68 (169), p < 0.001$ ], Creencias Paranormales y Pensamiento Supersticioso [ $r = 0.65 (169), p < 0.001$ ] e Ingenuidad y Pensamiento Supersticioso [ $r = 0.51 (169), p < 0.001$ ].

**Figura 2**  
**Matriz de correlaciones de Pearson entre credibilidad en noticias falsas y creencias disfuncionales**



Nota: \* =  $p < 0.05$ ; \*\* =  $p < 0.01$ ; \*\*\* =  $p < 0.001$

## Discusión y conclusión

Las personas no disponen de una bala de plata contra las noticias falsas y aunque la contrastación de fuentes y el escrutinio crítico de la información permiten minimizar su asimilación como creencia sesgada, estas

encierran el potencial de permear en distintos segmentos, incluyendo a las poblaciones de mayor formación académica, prueba de lo anterior son las elevadas tasas de credibilidad que los participantes conceden a determinadas noticias falsas, cifras que incluso son más altas a las encontradas en estudios previos con población chilena (v.g. Halpern et al., 2019; Valenzuela et al., 2019). Desde una óptica estructural, el contexto en el que se elabora una noticia jugaría un rol relevante en la credibilidad en ellas, puesto que es precisamente en momentos de crisis cuando estas logran viralizarse con más fuerza. Aun así, es posible identificar ciertas propensiones psicológicas de quienes suelen consumir y creer en estos contenidos. Esta investigación fue fructífera en hallar múltiples correlaciones con la credibilidad en noticias falsas, destacando el vínculo con las facetas de creencias paranormales y el pensamiento supersticioso. Estas correlaciones están alineadas con la hipótesis principal del estudio, apoyando la existencia de variabilidad compartida entre la credibilidad en las noticias falsas y las creencias disfuncionales, exceptuando la relación con la faceta de pensamiento estereotipado. Esto sugiere que la base para dar por verdaderas las noticias que realmente son falsas se encontraría asociada con los mismos sesgos cognitivos que operan en la base de otras creencias inverosímiles que en la práctica están rodeadas de un halo de misticismo y charlatanería.

Los resultados entran en sintonía con las investigaciones que relevan el rol del pensamiento crítico y del escepticismo en la adhesión a los hechos alternativos (Pennycook & Rand, 2019; Bronstein et al., 2018; Pennycook et al., 2020). Existiría en consecuencia un perfil común de crédulos que se tienden a guiar por sus primeras impresiones a expensas de minimizar los esfuerzos cognitivos necesarios para dilucidar la verdad, ya sea por la satisfacción de la autocomplacencia, el desinterés por el entorno informativo o por una genuina baja habilidad analítica. Cualquiera sea el caso la proliferación de falsedades pone en relieve la necesidad de convocar mayores esfuerzos por parte de las instituciones sociales, principalmente del sistema educativo y de las instituciones de prensa.

Al comparar los resultados de credibilidad en noticias falsas con base al género se obtuvieron diferencias significativas que situaron a las mujeres como el grupo de mayor susceptibilidad frente a la desinformación en los medios. Estas diferencias son pequeñas tal como ya ha sido advertido en investigaciones previas (Rampersad & Althiyabi, 2019) y deben interpretarse con cautela pues no en todas las notificaciones falsas las mujeres mostraron ma-

yor credibilidad que los hombres, por lo que resulta probable la existencia de una interacción entre el género y el contenido de las noticias al momento de juzgar su veracidad. Por otra parte, cabe advertir que las diferencias por género pueden ser absorbidas por la covariación que tienen con las diferencias en pensamiento mágico y esotérico, pues la literatura informa que son precisamente las mujeres quienes sostienen con más frecuencia este tipo de creencias (Caldera et al., 2017; Rodríguez & Valenzuela, 2019), diferencia atribuible a los patrones de socialización de género anclados culturalmente y reproducidos de forma intergeneracional.

Pese a lo anterior, la credibilidad concedida a las noticias falsas no solo varía según las características individuales de las audiencias, sino que también lo hace con base al grado de distanciamiento entre el contenido expuesto y las posibilidades objetivas de su ocurrencia. Resulta más fácil asumir como verdad aquellas noticias que introducen distorsiones sutiles a los hechos en contraste con las que apelan a conspiraciones y engaños de gran escala. Por ejemplo, la noticia que afirmaba el atropello de manifestantes por parte de un carabinero de civil en Valparaíso atrajo una alta credibilidad por lo razonable que resulta extrapolar a esta situación los abusos previos que contribuyeron a sembrar la desconfianza hacia el funcionamiento de las instituciones de seguridad y orden. Este ejemplo se trataría de una noticia falsa que, dada las condiciones sociales en la cual se inscribe, resulta más plausible de haber ocurrido; pues en efecto, durante el estallido social se contabilizaron atropellos de manifestantes, de los cuales hubo dos resultados fatales que se atribuyeron a las fuerzas policiales. En este sentido el problema de la difusión de las noticias falsas no solo debe ser ponderado por la extensión que estas tengan en la población, sino que también por su margen de cercanía con la realidad, pues una mayor desviación suele imponer consecuencias más dramáticas para quienes sostienen tales creencias. Considérese por ejemplo las consecuencias potenciales de que casi un tercio de los estudiantes universitarios sostenga que el uso prolongado de mascarillas genere falta de oxigenación cerebral, argumento que es esgrimido con frecuencia por los colectivos negacionistas que han surgido en Estados Unidos y Europa en el contexto de la crisis sanitaria. El escenario de la posverdad parece ser un triste recordatorio de la vulnerabilidad de la especie humana para lidiar con la incertidumbre.

Tal como apuntan Rodríguez y Valenzuela (2019) el siglo XXI no solo ha dado cobijo a impresionantes desarrollos científicos y tecnológicos, sino que también en paralelo a esta noción de progreso, ha sido el catalizador

para expandir nuevas narrativas infundadas y preservar las creencias irracionales que ni la educación ni la ciencia han logrado desterrar. La ingenuidad —en oposición a la crítica fundamentada— representa un problema serio para la sociedad y para las personas que la conforman, pues la devoción absoluta en las creencias personales sedimenta el camino hacia las decisiones sesgadas, incluyendo aquellas que funcionan en términos agregados. A nivel individual es importante tomar consciencia de la falibilidad del pensamiento. No sobra de vez en cuando poner en entredicho las ideas y preconcepciones acerca del mundo y ejercitar el razonamiento crítico cuando se adviertan intencionalidades detrás del contenido que consumimos, especialmente si este se alinea con las expectativas confirmatorias de nuestras creencias.

Por último, existen ciertas limitaciones cuya consideración debiese tomarse en cuenta en futuros estudios. Debido a las particularidades de la muestra es probable que los valores de correlación sean mayores al seleccionar participantes con un rango más amplio de diferencias individuales, especialmente en lo que respecta al bagaje cultural y el nivel socioeconómico. Por otra parte, resulta ingenuo concluir que la credibilidad en noticias falsas sea expresión única de las disposiciones individuales de las personas y, en este sentido, se hace necesario determinar en nuevas investigaciones los efectos resultantes de la implicación de factores relacionados con el emisor, el canal y el contexto, así como la eventual interacción que estos factores tendrían con los atributos individuales de la audiencia.

## **Bibliografía**

- Amoros, M. (2018). *Fake News. La verdad de las noticias falsas*. Plataforma Actual.
- Beck, A., & Clark, D. (1997). An information processing model of anxiety: Automatic and strategic processes. *Behaviour Research and Therapy*, 35(1), 49-58. [https://doi.org/10.1016/S0005-7967\(96\)00069-1](https://doi.org/10.1016/S0005-7967(96)00069-1)
- Brashier, N., & Multhaup, K. (2017). Magical thinking decreases across adulthood. *Psychology and aging*, 32(8), 681-688. <https://doi.org/10.1037/pag0000208>
- Bronstein, M., Pennycook, G., Bear, A., Rand, D., & Cannon, T. (2019). Belief in fake news is associated with delusionality, dogmatism, religious fundamentalism, and reduced analytic thinking. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8(1), 108-117. <https://doi.org/10.1016/j.jar-mac.2018.09.005>

- Caldera, J., Reynoso, O., Zamora, M. d., & Pérez, I. (2017). Pensamiento mágico en estudiantes. Estudio comparado entre niveles educativos. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(15), 505-528. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i15.308>
- Dagnall, N., Denovan, A., Drinkwater, K., Parker, A., & Clough, P. (2016). Toward a better understanding of the relationship between belief in the paranormal and statistical bias: the potential role of schizotypy. *Front. Psychol.*, 7, 1045. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01045>
- David, D., Lynn, S., & Ellis, A. (2010). *Rational and irrational beliefs: Research, theory, and clinical practice*. Oxford University Press.
- Epstein, S. (1998). *Constructive Thinking: The key to emotional intelligence*. Prager.
- Epstein, S. (2012). *Manual inventario de pensamiento constructivo. Una medida de la inteligencia emocional*. TEA Ediciones.
- Flichtentrei, D. (2018). Posverdad: la ciencia y sus demonios. *Revista del Hospital Interzonal General de Agudos (HIGA) Eva Perón*, 6(1), 114-118. <https://bit.ly/3jNTZoz>
- Garrett, N., Lazzaro, S., Ariely, D., & Sharot, T. (2016). The brain adapts to dishonesty. *Nature*, 19(12), 1727-1732. <https://doi.org/10.1038/nm.4426>
- Gronemeyer, M., & Porath, W. (2017). Tendencias de la posición editorial en diarios de referencia en Chile. El arte de dosificar la crítica frente a la actuación de los actores políticos. *Revista de Ciencia Política*, 37(1), 177-202. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2017000100008>
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. The MIT Press.
- Halpern, D., Valenzuela, S., Katz, J., & Miranda, J.-P. (2019). From belief in conspiracy theories to trust in others: which factors influence exposure, believing and sharing fake news. En G. Meiselwitz, *Social computing and social media. Design, human behavior and analytics* (pp. 217-232). Springer. [http://doi.org/10.1007/978-3-030-21902-4\\_16](http://doi.org/10.1007/978-3-030-21902-4_16)
- BIBLIOGRAPHY Latinobarómetro (2018). *Informe 2018*. Santiago de Chile.
- Lazer, D., Baum, M., Benkler, Y., Berinski, A., Greenhill, K., Menczer, F., Metzger, M., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S., Sunstein, C., Thorson, E., Watts, D., & Zittrain, J. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096. <http://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Leonard, C., & Williams, R. (2019). Fallacious beliefs: Gambling specific and belief in the paranormal. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 51(1), 1-11. <http://dx.doi.org/10.1037/cbs0000113>

- Metzger, M., Flanagin, A., & Medders, R. (2010). Social and heuristics approaches to credibility evaluation online. *Journal of Communication*, 60(3), 413-439. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01488.x>
- Moya, M. (1999). Persuasión y cambio de actitudes. En F. Morales, & C. Huici, *Psicología Social* (pp. 153-170). McGraw-Hill.
- Nigro, P. (2018). Causas de la pérdida de confianza en la prensa y estrategias para su restablecimiento en un contexto de incertidumbre. *Hipertext.net* (17), 54-63. <https://dx.doi.org/10.31009/hipertext.net.2018.i17.05>
- Pennycook, G., & Rand, D. (2019). Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking. *Journal of Personality*, 1-16. <https://doi.org/10.1111/jopy.12476>
- Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J., & Rand, D. (2020). Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy nudge intervention. *Psychological Science*, 31(7), 770-780. <https://doi.org/10.1177/0956797620939054>
- Rampersad, G., & Althiyabi, T. (2019). Fake news: Acceptance by demographics and culture on social media. *Journal of Information Technology & Politics*, 1-11. <https://doi.org/10.1080/19331681.2019.1686676>
- Rodríguez, C., & Valenzuela, M. (2019). Entre milagros, espíritus y esoterismo: pensamiento mágico y pseudociencia en el Chile globalizado del siglo XXI. *Universitas Psychologica*, 18(4), 1-13. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy18-4.emee>
- Rogers, P., Fisk, J., & Lowrie, E. (2018). Paranormal belief, thinking style preference and susceptibility to confirmatory conjunction errors. *Consciousness and Cognition*, 65, 182-196. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2018.07.013>
- Sagan, C. (2000). *El mundo y sus demonios*. Planeta.
- Sobrado, A., González-García, C., & Ruz, M. (2018). ¿Por qué unas tareas mentales nos cuestan más que otras? El esfuerzo cognitivo y la percepción subjetiva de la dificultad. *Ciencia Cognitiva*, 12(2), 42-44.
- Stuart-Hamilton, I., Nayak, L., & Priest, L. (2006). Intelligence, belief in the paranormal, knowledge of probability and aging. *Educational Gerontology*, 32(3), 173-184. <https://doi.org/10.1080/03601270500476847>
- Stülflow, M., Schäfer, S., & Winter, S. (2019). Selective attention in the news feed: An eye-tracking study on the perception and selection of political news posts on Facebook. *new media & society*, 21(1), 168-190. <https://doi.org/10.1177/1461444818791520>

- Tseng, S., & Fogg, B. (1999). Credibility and computing technology. *Communications of the ACM*, 42(5), 39-44. <https://doi.org/10.1145/301353.301402>
- Valenzuela, S., Halpern, D., Katz, J., & Miranda, J. P. (2019). The paradox of participation versus misinformation: Social media, political engagement, and the spread of misinformation. *Digital Journalism*, 7(6), 802-823. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1623701>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <http://doi.org/10.1126/science.aap9559>

Fecha de envío: 2020/09/11; Fecha de aceptación: 2021/02/12;

Fecha de publicación: 2021/03/01

## La comunicación política en Internet: el caso de #RedAMLO en México

### *Political communication on Internet: the case of #RedAMLO in Mexico*

**Raúl Anthony Olmedo-Neri**

Universidad Tecnológica de México – UNITEC MÉXICO- Campus En Línea

[raulanthony@yaho.com.mx](mailto:raulanthony@yaho.com.mx)

<https://orcid.org/0000-0001-5318-0170>

#### **Resumen**

El presente trabajo analiza las modificaciones que las redes sociodigitales han generado dentro del campo de la comunicación política, particularmente la construcción de redes de interacción-comunicación mediante la creación de hashtags como el caso de #RedAMLO en Twitter. Así, este trabajo tiene como objetivo identificar la red de interacción-comunicación que se han formado mediante el hashtag #RedAMLO, para analizar su estructura, flujo de información y aquellos nodos que se posicionan estratégicamente en dicha red.

Para ello, se ha empleado el Análisis de Redes Sociales (ARS) como cuerpo metodológico y se ha recurrido a la minería de datos para recopilar, sistematizar, depurar y analizar la metacomunicación de dicha red.

Entre los principales resultados se encontró y visualizó una red conformada por 8586 nodos, mismos que son en buena medida ciudadanos que potencian su visibilidad y simpatía política a través de esta plataforma sociodigital. Esto es parte de un proceso más amplio donde una mayor visibilidad implica una descentralización de la opinión pública y una táctica política para mostrar la base que sustenta a la actual administración.

No obstante, dentro de los cinco nodos más relevantes por la cantidad de vínculos, dos presentan una lógica de funcionamiento similar a la de cuentas falsas o bots, por lo que el trabajo también identifica que en estas redes de orden político-ciudadano también intervienen elementos propios del espacio virtual derivado de sus lógicas operativas e intereses particulares.

#### **Palabras clave**

Hashtag, Twitter, comunicación, redes, política, imagen.

**Forma sugerida de citar:** Olmedo-Neri, R. (2021). La comunicación política en Internet: el caso de #RedAMLO en México. *Universitas*, 34, pp. 109-130.

### **Abstract**

*This paper analyzes the modifications that socio-digital networks have generated within the field of political communication, particularly the construction of interaction-communication networks through the creation of hashtags, such as #RedAMLO on Twitter. Thus, this work aims to identify the interaction-communication network that has been formed by the hashtag #RedAMLO, to analyze its structure, information flow and those nodes that are strategically positioned in said network.*

*For this, the Social Network Analysis (SNA) has been used as a methodological body and data mining has been used to collect, systematize, debug, and analyze the metacommunication of said network.*

*Among the main results, a network made up of 8586 nodes was found and visualized, which are largely citizens who enhance their visibility and political sympathy through this socio-digital platform. This is part of a broader process where greater visibility implies a decentralization of public opinion and a political tactic to show the base that sustains the current administration.*

*However, within the five most relevant nodes due to the number of links, two have an operating logic similar to that of fake accounts or bots, which is why the work also identifies that elements are also involved in these citizen-political networks. characteristic of the virtual space derived from its operational logics and particular interests.*

### **Keywords**

*Hashtag, Twitter, communication, networks, politics, image.*

---

## **Introducción y marco teórico**

Una característica emergente, que se consolida con rapidez en la sociedad contemporánea, es la vivencia/construcción del mundo *en y a través* de las pantallas y las plataformas que en ellas se consolidan. Facebook, Twitter, Instagram y las aplicaciones de interacción social se han convertido en elementos indisolubles de la vida cotidiana del siglo XXI. Ellas no solo *están* en la red, sino que *son* en esencia interfaces pensadas en esa arquitectura reticular, ya que su finalidad está orientada a la conectividad como cultura (Van Dijck, 2016). Su uso, que en un principio estuvo marcado por el entretenimiento, se ha ampliado a procesos laborales, prácticas culturales, dinámicas económicas, procesos de interacción social y estrategias políticos, por lo que su estudio no debe limitarse a una cuestión particular, sino en el

conjunto de modificaciones y reconfiguraciones que emanan de su irrupción en la vida cotidiana.

No obstante, este proceso de incorporación y apropiación social de la tecnología no es nuevo, ni único. De hecho, esto ha sucedido con cada nuevo medio de comunicación que se desarrolla e inserta en la vida social; así ocurrió con el periódico, la radio, la televisión y la industria cinematográfica (García-Calderón & Olmedo-Neri, 2019). Sin embargo, lo realmente novedoso de las plataformas sociodigitales es el corto tiempo en que fueron incorporadas por parte de los individuos en su cotidianidad, es decir que el proceso de apropiación (Crovi, 2012) fue más rápido que el de otros medios de comunicación.

La llegada de Internet y las plataformas sociodigitales no implica la desaparición de sus antecesores *per se*, sino más bien un proceso de asimilación, adaptación y descentralización en el sistema mediático y la opinión pública de dicha sociedad; no hay exclusión *a priori*, sino un proceso de conectividad, de vinculación y de convergencia mediática que da paso a un nuevo escenario tecnológico y comunicativo para la participación ciudadana en el ámbito político. De allí que Lipovetsky y Serroy (2009, p. 271) hablen de una malla de pantallas que “ha transformado nuestra forma de vivir, nuestra relación con la información, con el espacio-tiempo, con los viajes y el consumo” y donde la propia interacción social se ve mediada, mediatizada y condicionada por las novedosas formas de socialización que allí se desarrollan (Boyd, 2011; Quinn & Papacharissi, 2018).

De todas esas posibles combinaciones, la vinculación entre comunicación y política adquiere relevancia dadas las nuevas ventajas y desventajas que se manifiestan con el uso de Internet y las plataformas sociodigitales para fines políticos.

Si bien la relación mediada entre comunicación y política ha estado presente desde sus inicios, es con la Modernidad en que “ambas han ayudado a la organización del Estado y al desarrollo de sus potencialidades políticas, económicas y sociales” (Reyes-Montes et al., 2011, p. 86). Así es cómo surge el campo interdisciplinario de la comunicación política, el cual “estudia las dimensiones contradictorias y complementarias que se presentan en la política, información y comunicación en sistemas democráticos” (Reyes-Montes et al., 2011, p. 90)

En términos generales, la comunicación política se constituyó a inicios de los años cuarenta y cincuenta del siglo XX, específicamente con el tér-

mino de la Segunda Guerra Mundial (Reyes- Montes, 2007; Mendieta-Ramírez & Estrada-Rodríguez, 2017). Desde 1970, esta área de conocimiento parte de “concebir a los medios de comunicación como un factor trascendental y poderoso en la forma de pensar y actuar de los individuos” (Reyes-Montes, 2007, p. 109).

Lo anterior es relevante dado que la comunicación política es el resultado histórico de la interconexión entre la esfera política y la mediática, donde ambas partes han interactuado en una relación simbiótica. Este proceso se consolidó cuando los medios de comunicación masiva se posicionaron como un elemento más para evaluar el nivel de democracia en un Estado-Nación. A partir de ello se construyó la idea de “recurrir cada vez más al soporte de los *mass-media* como canales privilegiados del contacto con los electores y de la reactivación de la participación política” (Grossi, 1985, pp. 152-153).

Sin embargo, la llegada de las redes sociodigitales cambió ese estado de cosas ya que generó dos modificaciones relevantes: la primera refiere a la descentralización de los medios de comunicación tradicionales como productores de la opinión pública, y la consecuente redistribución de la participación ciudadana en el espacio virtual (Mathias, 2012). Mientras que la segunda modificación es más profunda ya que las novedosas formas de articular estrategias políticas fuera de ciclos electorales o basados en los procesos administrativos del sistema democrático, amplía la participación ciudadana de manera permanente, convirtiendo a Internet y las plataformas como herramientas “muy útiles para ayudar a fomentar un poder cívico subjetivo y un mayor sentido de participación basado en la comunicación horizontal” (Dahlgren, 2012, p. 52).

Entonces la participación ciudadana en el ámbito político ya no se reduce a un voto en una fecha establecida, sino en una constante intervención en la opinión pública a favor o en contra de una postura ideológica o política con la que comulga o diverge. Esta ampliación en la forma de participar políticamente tiene un carácter subjetivo y de interacción al compartir, denunciar, comentar, reaccionar o participar en el contenido que fluye permanentemente en las plataformas como Facebook y Twitter.

Por ello, en las redes sociodigitales se “da lugar a la acción creativa y autónoma de los usuarios, de modo que aquellas fuerzas pueden verse consolidadas, negociadas o desafiadas” (Jorge, 2014, p. 272). Ante este nuevo contexto, los conglomerados mediáticos se ven obligados a realizar una convergencia digital, es decir, en la creación de perfiles/cuentas en cada una

de esas plataformas para mantener e incrementar su condición ‘masiva’. Su fuerza y legitimidad es desafiada porque la estructura reticular, oblicua y multidireccional que existe en la red hace factible que se presenten visiones, opiniones, ideas e información que pueden entrar en conflicto con aquella producida en esos medios masivos de comunicación, dando lugar a un nuevo escenario donde “los ciudadanos, inmersos en las redes digitales, tienen más recursos que nunca para deliberar” (Trejo-Delarbre, 2015, p. 22).

A partir de esa horizontalidad de participación y descentralización de la información masiva, la posición estratégica de periodistas y líderes de opinión se reduce a la función usuario/usuario en las plataformas (Olmedo-Neri, 2020), donde “la red tiende a facilitar nuevas formas de comunicación, tanto horizontal, como vertical, que fomentan las discusiones en el espacio público” (Gómez- Castellanos, 2011, p. 75). Así pues, este lugar sin materialidad espacial, pero con una delimitación orgánica, se configura como el nuevo escenario donde las relaciones entre comunicación, participación y poder se modifican sustancialmente dada la infinita pluralidad de fuentes de información y la creciente intervención de los ciudadanos en cuestiones de muy diversa índole, entre ellas la política a nivel multiescalar.

El ejemplo más relevante del aprovechamiento de este nuevo escenario para la acción/participación/interacción política es la campaña electoral de Barack Obama en Estados Unidos, la cual “fue percibida como la primera en combinar el uso de las redes sociodigitales con la movilización sobre el terreno de una manera más amplia y efectiva” (Baldwin-Philippi, 2018, p. 528). El impacto mostrado en esa campaña dio paso a un prolífico uso de estas redes por parte de la clase política para materializar la victoria, ya que Obama pudo vincular positivamente a los ciudadanos, quienes formaron parte activa en la recolección de fondos, con la difusión de los mensajes hacia grandes sectores poblacionales, especialmente la juventud estadounidense.

Este ‘giro’ en la forma de hacer política no solo impactó en las campañas, sino en la propia forma de construir y mantener una imagen adecuada en la esfera pública que pueda mantenerlo en el poder. Entonces este giro es de corte simbólico y comunicativo en tanto se asimila que “no se trata ya de convertir ideológicamente a los ciudadanos, se trata de vender — un producto — con la mejor envoltura posible” (Lipovetsky, 1990, p. 225). Lo anterior obedece a un proceso paulatino que desplaza el factor racional de las propuestas que ofrecen, para pasar a un factor emotivo que genere un vínculo más fuerte y duradero que el periodo en que se posee el cargo público.

Todo lo anterior genera, por tanto, un nuevo escenario que modifica de una u otra manera la forma de hacer política, lo cual se ve reflejado no solo en las campañas de los que aspiran a un cargo dentro del Estado, sino en la (re)configuración simbólica de toda aquella persona que desea ostentar un puesto público. Además de ello “la actual metamorfosis de los medios de comunicación está teniendo un profundo impacto en las condiciones de la participación y en la dinámica de la democracia” (Dahlgren, 2012, p. 51).

Lo anterior no significa que con internet exista una mayor pluralidad, ni mucho menos que el debate sea consensado. Por el contrario, la también llamada red de redes se convierte en un lugar donde la polarización se encuentra presente porque suponer una mayor conectividad e interacción no significa que la gente cambie su postura política de manera radical. En términos de redes, se replica la homofilia (Lozares & Verd, 2011), es decir la tendencia de las personas a agruparse con otras personas de acuerdo con sus intereses al grado de construir burbujas donde fluye el mismo sentido político y que en ocasiones se ve en conflicto al colisionar con otras esferas cohesionadas a partir de elementos ideológicos o políticos contrarios.

Además de ello, esta amplitud también deriva en la incursión de nuevos elementos que amplían sus efectos disruptivos: las noticias falsas y los bots se configuran como recursos que también se integran de manera general en internet, pero con particular profundidad en el ámbito de la comunicación política ya que pueden jugar a favor o en contra de un partido, un político o una administración.

Por ello, ante las ventajas y desventajas mencionadas aquí, resulta menester analizar un caso particular para identificar cuál es la red que se configura y de qué manera las formas de participación y los retos del contexto digital se encuentran presentes, exponiendo la complejidad social. El caso de la #RedAMLO resulta útil para analizar cómo las estrategias políticas tienen un carácter ciudadano, pero también comunicativo en el ámbito político.

Además de #RedAMLO se han construido otros hashtags como #AMLOVE #Chayoteros, #PrensaFifí y #AMLOvers durante la administración de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) como parte de estrategias políticas para ‘mostrar’ el apoyo de los usuarios simpatizantes en Twitter. Desde tiempo atrás se viene advirtiendo que en este tipo de estrategias es plausible el uso de bots o cuentas falsas, e incluso se ha llegado a identificar en algunos casos cómo es que esas cuentas orquestan o incrementan la visibilidad del actual Presidente de México (Chávez, 2020; Tajonar, 2020), por lo que el análisis de esta red permite que se evidencien tanto las estrategias

ciudadanas como aquellas cuentas que por su lógica de interacción en Twitter pueden ser consideradas como cuentas falsas.

Para ello el presente trabajo propone el Análisis de Redes Sociales (ARS) como método que puede ayudar a analizar esta estructura reticular de interacción-comunicación (Olmedo-Neri, 2019) que se desarrolla alrededor de dicho hashtag. La red de interacción-comunicación está conformada por enlaces que se generan entre dos o más nodos mediante la interacción que desarrollan con un producto creativo específico (meme, imagen, hashtag, video, link, entre otras), con el cual pueden reforzarse relaciones de amistad, crear nuevos vínculos o destruir los ya existentes. Estas redes de interacción-comunicación no están basadas necesariamente en la red de vínculos que posea un individuo *per se*, sino que pueden motivar nuevos vínculos con mayor o menor perdurabilidad mediante la información con la que interactúan en un momento dado.

Así, estas redes que se estructuran conforme al flujo de información son particularmente especiales en el espacio digital ya que pueden reforzar los lazos de amistad o las lógicas de operación (seguir/ser seguido) a partir de ese contenido, generar nuevos vínculos con otros usuarios o modificar los que ya se tenían previamente.

De esta manera, la noción de red adquiere relevancia en su sentido comunicativo ya que ella se estructura por la información y el significado que acompaña a #RedAMLO en Twitter. Por tanto, es posible que se organicen y visualicen aquellas redes políticas de defensa/promoción/ataque hacia o desde un político o partido por su actuar en la constante esfera política del país.

## Metodología

El Análisis de Redes Sociales (ARS) es un método que:

Pretende analizar las formas en que individuos u organizaciones se conectan o están vinculados, con el objetivo de determinar la estructura general de la red, sus grupos y la posición de los individuos u organizaciones singulares en la misma. (Sanz, 2003, p. 23)

La factibilidad de emplear este método para el análisis del hashtag #RedAMLO deriva de sus aportes al estudio estructural de la red y el flujo de información que allí se desarrolla. Desde la estructura, el ARS permite identificar y analizar la red en sí, es decir, el número de participantes (nodos) que

intervienen y los vínculos que se generan entre dichos nodos; mientras que a nivel informativo aporta elementos para rastrear y observar el contenido que permite que dos usuarios, que pueden o no tener una vinculación *per se*, se encuentren dentro de la infinitud de la plataforma Twitter.

El ARS surge de aportaciones de la sociología, la antropología y las matemáticas, entre otras, con la finalidad de construir indicadores que permitan medir la cohesión, la posición estratégica de los nodos (usuarios/individuos) y la cantidad de vínculos (relaciones entre dos o más nodos) que estructuran la red. Su uso en el ámbito digital adquiere relevancia desde los inicios propios del internet (Rogers, 2018) y con el paso del tiempo se han diversificado sus objetos de estudio: desde las redes egocéntricas que posee un individuo dentro de una plataforma, pasando por el impacto de una campaña electoral en el ámbito digital mediante el uso de la nube (Peirone, 2012), hasta el análisis de los procesos de convergencia mediática que realizan movimientos sociales (Olmedo-Neri, 2019) para incrementar su visibilidad en el espacio público digital.

En este trabajo se ha utilizado el software NodeXL para la recolección de la información y el programa Gephi para la visualización de la red y el cálculo de los indicadores. Los procesos de recolección están vinculados a los alcances de la investigación y a la temporalidad de los hechos que promueven el uso o no de un recurso como el hashtag, un meme o un video, por lo tanto, su recolección y análisis deben estar contextualizados temporal y espacialmente con el momento en que se utiliza ya que tiene un significado crucial.

En este sentido, la red que se analiza está estructurada alrededor del hashtag #RedAMLO en Twitter<sup>1</sup>, este recurso posee un carácter de trazabilidad, es decir, puede ser rastreado mediante NodeXL para identificar aquellos nodos (usuarios/perfiles) que han publicado, compartido o comentado algo sobre dicho hashtag.

En términos de delimitación temporal el presente estudio ha recopilado las relaciones de interacción-comunicación desarrolladas alrededor del hashtag #RedAMLO del 6 al 30 de abril de 2020, dado que en este periodo se incrementó el uso de hashtags a favor del Presidente de México y con ello los cues-

---

1 En los inicios de la aplicación del ARS en el espacio digital era posible hacer este tipo de análisis en Facebook, sin embargo, con la modificación de sus políticas y términos de uso, esta posibilidad se eliminó, dando paso a que este tipo de análisis se usara en otras plataformas como Twitter, YouTube y Flickr, por ejemplo.

tionamientos a estos recursos para ‘inflar’ la popularidad de AMLO (Chávez, 2020; Tajonar, 2020). De allí que #RedAMLO se configura como una estrategia política para mostrar la simpatía y apoyo al mandatario en momentos particulares y donde también está el latente uso o participación de cuentas falsas o bots.

En cuanto a la delimitación espacial, se han analizados aquellos usuarios que poseen una ubicación dentro del territorio mexicano, con la finalidad de centrar el análisis al territorio nacional, dado el cargo político que posee Andrés Manuel López Obrador (AMLO).

Una vez que se ha identificado el elemento sujeto a trazabilidad y las delimitaciones temporales y espaciales, es necesario establecer los indicadores que serán utilizados para analizar tanto la estructura como la lógica operativa de la red que subyace en el hashtag #RedAMLO. En la siguiente tabla se muestran los indicadores a emplear.

**Tabla 1**  
**Indicadores de red**

Indicador	Descripción
Tipo de red	Puede ser dirigida (que se conoce la dirección del vínculo entre dos nodos) o no dirigida (que solo se limita a identificar la presentación del vínculo).
Densidad de red	“La densidad de un grafo es la relación entre el número de líneas existentes dividido por el número de líneas posibles” (Paniagua, 2012, p. 37).
Nivel de grado	Es la cantidad de vínculos que posee un nodo dentro de la red. Si la red es de tipo dirigida, el nivel de grado puede desglosarse en grado de entrada (aquellas interacciones de uno o más nodos respecto a una publicación específica de un usuario) y grado de salida (aquellas publicaciones que emanan de un nodo).
Grado de intermediación	Con este indicador se alude a un atributo de dispersión y concentración donde fluye la información y desde donde pueden incrementar su visibilidad si así se le desea (Hanneman, 2000).

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, con estos indicadores es posible identificar la estructura y la lógica interna que posee la red, así como aquellos nodos que se posicionan estratégicamente en dicha estructura reticular, sea por la cantidad de vínculos que posean o por su capacidad de difusión de información en dicha estructura reticular.

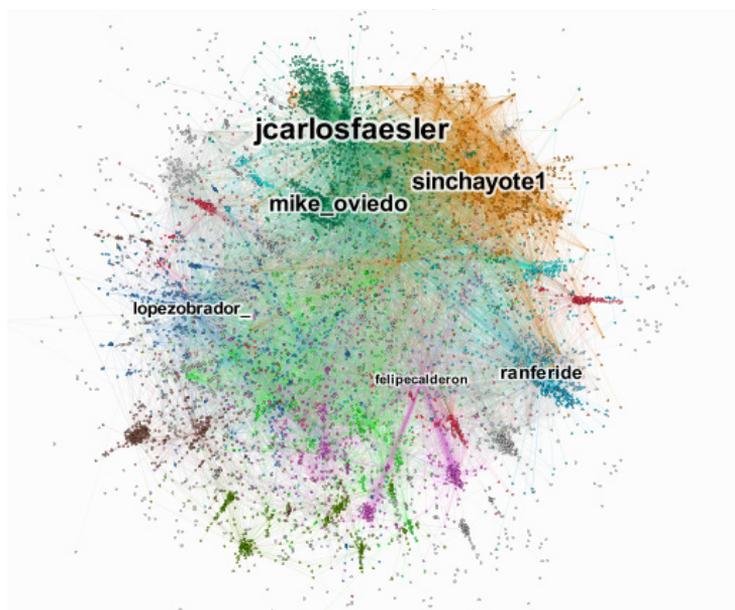
## Resultados

El hashtag #RedAMLO se convierte en un ejemplo del aprovechamiento de las lógicas operativas de Twitter para convocar y articular en Twitter la simpatía de ciudadanos a favor de la administración federal que encabeza Andrés Manuel López Obrador (AMLO) desde su triunfo electoral en México en junio de 2018.

La red es de tipo dirigida, lo que significa que se conoce el origen y el destino de cada vínculo. Esto es particularmente importante ya que al conocer la direccionalidad es posible explicar la lógica funcional del flujo de información de la red, es decir, quién tiene mayor capacidad para difundir información y quién posee una posición estratégica, por ejemplo.

A nivel estructural, la red está constituida por 8586 nodos y 26 649 vínculos. De la depuración de datos realizada se encontró que los lugares donde hubo más publicaciones fue la Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara. La siguiente figura muestra la red a partir del grado de entrada.

**Figura 1**  
**#RedAMLO**



Fuente: Elaboración propia con datos de Gephi.

La densidad de esta red es 0.001%, lo cual explica que esta red posee una débil cohesión entre sus nodos, sin embargo, ello responde a la finalidad del hashtag: llegar a la mayor cantidad de personas posible, independientemente de que dicha vinculación pueda perdurar después de emplear ese recurso en un momento particular.

La red está presentada bajo el algoritmo ForceAtlas2 de Gephi; los nombres presentes en dicha red corresponden a los usuarios con mayor nivel de grado, es decir, aquellos nodos que poseen la mayor cantidad de vínculos en la red. Se ha destacado el caso de la cuenta oficial del expresidente Felipe Calderón (2006-2012), con la finalidad de mostrar que esta red no solo tiene un fin reivindicar la imagen de AMLO en la esfera pública, sino que también denuncia aquellos gobiernos cuyas acciones contribuyeron de cierta manera al contexto actual en el país; además de ello, la relación tensa entre AMLO y Felipe Calderón existe desde las elecciones presidenciales del 2006, donde Calderón salió elegido con un margen muy pequeño y criticado por una parte de la sociedad mexicana.

En la siguiente tabla se observan los indicadores de los usuarios con mayor cantidad de vínculos.

**Tabla 2**  
**Nodos con mayor nivel de grado**

Nodo	Rol	Grado Entrada	Grado Salida	Nivel de Grado	Intermediación
jcarlosfaesler	Simpatizante de AMLO	1525	3	1528	1 078 095
Sinchayote1	Página de contenido a favor de AMLO	903	223	1126	1 699 036.4
Mike_oviedo	Simpatizante de AMLO	1001	4	1005	663 005.34
Ranferide	Simpatizante de AMLO	663	1	664	0
Lopezobrador_	Presidente de México	574	0	574	0

Fuente: Elaboración propia con datos de Gephi.

Entender la operatividad de los indicadores permite reconocer la lógica funcional de dicha red. En este caso, al conocer la direccionalidad del vínculo, es decir, de dónde se genera y hacia qué nodo se dirige, es posible desagregar el nivel de grado en dos subgrupos; así, “mientras que el grado de

entrada hace alusión a los vínculos referidos hacia un nodo, el grado de salida alude a los vínculos que los nodos crean” (Olmedo-Neri, 2019, p. 123).

De esta manera se puede observar que, @jcarlosfaesler publicó tres tuits en los que se incluyó el hashtag #RedAMLO, mientras que este usuario tuvo 1525 interacciones con ese hashtag; dichas interacciones pueden ser derivadas de sus publicaciones o por ser etiquetado en tuits donde se encuentra dicho hashtag. El caso de @sinchayote1 es similar, dado que mientras este perfil publicó durante el mes de abril 223 tuits con este hashtag, dicha actividad generó 903 interacciones con otros usuarios. En estos dos casos se puede observar que los indicadores no están correlacionados de manera directa, por lo que un grado de salida alto no siempre corresponderá con un grado de entrada similar y viceversa.

De hecho, esta autonomía relativa de los indicadores encuentra su lógica no en la red, sino en el usuario mediante la fortaleza de sus vínculos para generar una potencial difusión de lo que se publica desde su cuenta; es el factor social, simbólico y subjetivo el que permite que los indicadores se construyan alrededor de los nodos y consecuentemente en la red.

Destaca el caso de la cuenta oficial de Andrés Manuel López Obrador en tanto dicho nodo no publicó ningún tuit con dicho hashtag, pero esta cuenta fue etiquetada en 574 tuits, lo cual muestra que esta red, si bien está estructurada en torno a AMLO, su cuenta no es el centro directriz de esta red, sino que es uno de los elementos que le dan sentido simbólico, de articulación y comunicación en el espacio digital.

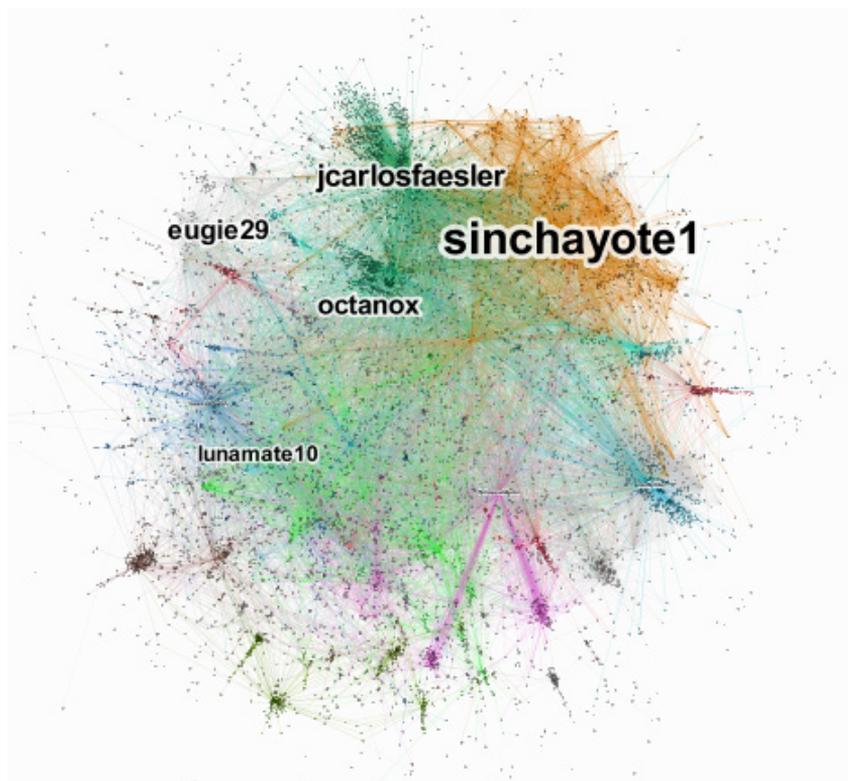
El nivel de intermediación dentro de este tipo de análisis adquiere relevancia dado que con él se puede observar el carácter diseminador de un nodo en cuanto a información se refiere. La intermediación muestra la cantidad de caminos en las que el nodo participa para vincular otros dos usuarios en la red; por ende, al tener un alto grado de intermediación, el nodo se posiciona estratégicamente como un *hub* (Barabási, 2011) es decir un nodo que puede diseminar con mayor rapidez la información dentro de la red debido a la cantidad y direccionalidad de los vínculos que posee.

En este sentido, el grado de intermediación de @jcarlosfaesler expone que este nodo participa en poco más de un millón de caminos para conectar a dos nodos dentro de la red; tanto @raferide como @lopezobrador\_ no poseen grado de intermediación dado que su interacción con el hashtag o con los otros usuarios no fueron relevantes dentro de la estructura reticular.

Por tanto, cada indicador puede estructurar la red de manera diferente y por consiguiente repositionar estratégicamente a los nodos existentes.

De esta manera, en la siguiente figura se muestran los cinco nodos con mayor grado de intermediación.

**Figura 2**  
**#RedAMLO con grado de intermediación**



Fuente: Elaboración propia con datos de Gephi.

Al cambiar el indicador bajo el cual posicionar los nodos, estos pueden o no mantenerse como estratégicos. Como se observa en ese caso, algunos nodos se mantienen y otros más son desplazados; la siguiente tabla muestra los indicadores de dichos nodos.

**Tabla 3**  
**Nodos con mayor grado de intermediación**

Nodo	Rol	Grado Entrada	Grado Salida	Nivel de grado	Intermediación
Sinchayote1	Página de contenido a favor de AMLO	903	223	1126	1 699 036.4
Jcarlosfaesler	Simpatizante de AMLO	1525	3	1528	1 078 095
Eugie29	Simpatizante de AMLO	9	64	73	1 044 914.9
Octanox	Simpatizante de AMLO	73	7	80	1 035 494.4
Lunamate10	Simpatizante de AMLO	133	21	154	745 660.9

Fuente: Elaboración propia con datos de Gephi.

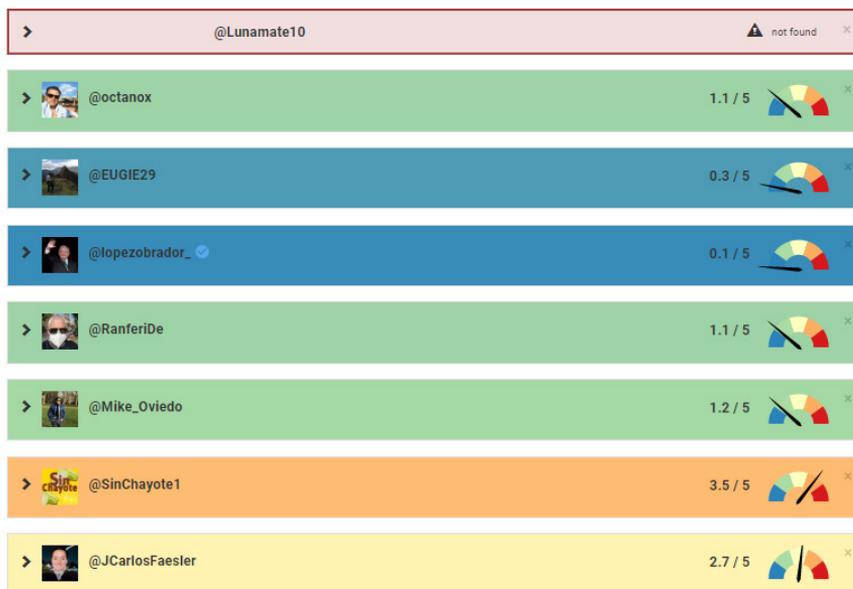
Bajo el presente panorama es posible observar la relativa autonomía de cada indicador, por lo que poseer una cantidad alta de publicaciones o interacciones no significa precisamente que se posea una capacidad de diseminación de la información en la red.

A la par del análisis estructural realizado, es necesario identificar las características de los contenidos que fluye en dicha red, con la finalidad de caracterizarla en términos simbólicos y comunicativos. Si bien, en las redes sociodigitales existe una libertad relativa para presentarse mediante una cuenta/perfil, también existe la posibilidad de trascender esa libertad para obtener diferentes, múltiples y a veces infinitos perfiles o cuentas de una misma persona; en otras ocasiones es posible identificar aquellas cuentas que son creadas de manera premeditada para sobredimensionar la presencia de un movimiento o acción política. Bajo esa lógica, se ha empleado el programa Botometer (2020) para identificar en términos analíticos la probabilidad que las cuentas que están estratégicamente posicionadas en la red puedan ser bots o cuentas falsas.

Dicho software tiene orígenes en la Universidad de Indiana y analiza “unas 1200 características para caracterizar el perfil de la cuenta, los amigos, la estructura de la red social, los patrones de actividad temporal, el lenguaje y el sentimiento” (Derecho a la Red, 2020); estos factores están creados a partir de modelos sobre cómo se comporta una cuenta falsa, por lo que mientras más alto sea el indicador, existe una mayor posibilidad de que dicha cuenta sea falsa o bot.

En la siguiente figura se puede observar el resultado obtenido de cada uno de los nodos que se han posicionado estratégicamente en la #RedAMLO tanto en el grado como en la intermediación.

**Figura 3**  
**Probabilidad de ser cuentas falsas o bots**



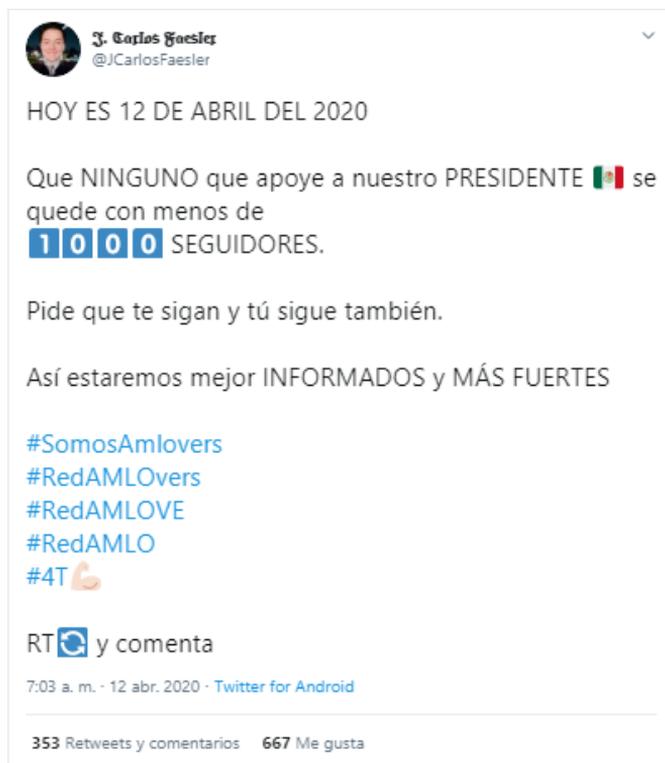
Fuente: Botometer (2020).

Cabe resaltar que esta herramienta solo muestra un resultado probabilístico a partir del análisis de las variables que han sido previamente establecidas, por lo que es necesario identificar otros elementos dentro de la cuenta como nombre de usuario, contenido en sus tuits o si hay un constante número de perfiles a etiquetar en cada publicación, por ejemplo, por lo que estar con plena seguridad de la falsedad de una cuenta implica un trabajo más profundo sobre cada uno de los perfiles, que sale fuera de los alcances propios de la presente investigación.

En términos de contenido, se puede observar que la #RedAMLO tiene diversas funciones entre las que destaca la constante interacción entre los

también autodenominados #AMLOvers. En la siguiente figura se puede observar uno de los tuits que muestra la forma en que se establecen estos vínculos, mismos que configuran la red.

**Figura 4**  
**Tuit de @jcarlosfaesler**



Fuente: @scarlosfaesler (2020).

De esta manera, las publicaciones dentro de esta red están enfocadas a mantener los vínculos entre sus integrantes, así como incrementar su visibilidad a partir de seguirse mutuamente y retuitear el contenido generado. Estas estrategias tienen la finalidad de incrementar la densidad de la red, mediante el establecimiento de vínculos operativos (seguir/ser seguido) en Twitter. Por otro lado, esta red se caracteriza por hacer de manera constante

una vinculación comparativa entre AMLO y los presidentes anteriores, particularmente Felipe Calderón, con quien, como se ha mencionado, persiste una histórica relación tensa por cuestiones políticas y de poder. Este tipo de comparaciones tienen un impacto menor en cuestión de interacción, pero su presencia es contante, lo que muestra que esta red no solo se caracteriza por mantener sus vínculos, sino también por hacer una constante reafirmación positiva de la imagen y postura política de AMLO.

**Figura 5**  
**Comparación sobre gestiones entre AMLO y Felipe Calderón**



Fuente: @Dodgeramlo (2020).

Finalmente, se puede observar que esa red cuenta con diversas finalidades, cada una establecida de acuerdo con los intereses que se generan en el contexto y la información que surge de aquellos usuarios que no concuerdan con la administración de AMLO.

## Conclusiones

El presente trabajo ha analizado una red de usuarios que se estructura bajo el hashtag #RedAMLO. Los resultados permiten mencionar que dentro de la red existen usuarios que se posicionan estratégicamente por el rol que juegan dentro y fuera de Twitter: mientras a nivel externo resulta relevante la posición del usuario en la opinión pública, a nivel interno influye la interacción que posea y los atributos que recibe de los vínculos que forman. De esta manera se puede decir que no basta con tener la firme convicción política de apoyo para ostentar un lugar estratégico y de incitación en la esfera digital, sino que va de la mano con estrategias y flujos de información dentro de la plataforma.

También resulta importante destacar la intervención de nuevos factores que no mediaban anteriormente: los bots o cuentas falsas que son generadas y administradas para simular una presencia o fuerza en el espacio digital se vuelven particularmente relevantes, dado que cuestionan *a priori* cualquier red generada en el espacio virtual. Independientemente de su origen, su finalidad puede ayudar a generar una percepción de la fuerza política que respalda a una administración, o también configurarse como un promotor de cuestionamiento y desprestigio al objetivo definido. Por ello, el abordaje de estos nuevos ‘actores’ en el ámbito de la comunicación política tiene un camino largo no solo a nivel teórico, sino también metodológico para su identificación dentro de grandes bases de información.

A nivel estructural la red se analizó bajo el ARS; con esto se observó que el rol de aquellos nodos con una posición estratégica dentro de dicha red son los simpatizantes de AMLO y algunas páginas que permanentemente están generando y difundiendo información a favor de Andrés Manuel López Obrador. A nivel operativo e informativo, estos nodos difunden contenido a favor de AMLO de manera constante, por lo que se puede observar cómo la participación de los individuos en el ámbito político ya no solo se restringe a los procesos electorales establecidos en la democracia mexicana, sino que se ha ampliado a una constante dinámica de reivindicación

del político dentro del cargo público que ostenta; es una forma en que las redes de apoyo y simpatía política se digitalizan en el espacio virtual. Quizá, la idea de poder etiquetar al Presidente de México con la esperanza de ser leído por él, se convierte en la motivación más fuerte de generar estas redes de interacción-comunicación

Si bien estas formas de redes se encontraban presentes en el ámbito real concreto, con las plataformas sociodigitales dichas redes se amplían más allá del espacio en el que el individuo se desarrolla; la capacidad de encontrar a personas que concuerdan con una posición política aumenta con internet de la misma manera que el poder encontrar a alguien que no concuerda con dicha postura. Por ello, en el estudio abordado se observa cómo con estos nuevos desarrollos tecnológicos la actividad política se fuerza a exponer un mayor carácter comunicativo que va más allá de los estudios de opinión antes, durante y después de un proceso político-electoral, para dar paso a la digitalización de las redes sociales de simpatía política, alianza electoral y vinculación comunicativa entre los electores sociales y los políticos.

Finalmente, este nuevo contexto ha obligado no solo a repensar las estrategias políticas en el siglo XXI, sino también a reconsiderar la forma de presentar al político y las relaciones que debe establecer con los ciudadanos para poder obtener su confianza y posterior voto. Por lo tanto, estas redes sociodigitales están modificando la forma de hacer política, por lo que su estudio poco a poco formará parte de área de conocimiento.

## **Bibliografía**

- Baldwin-Philippi, J. (2018). Politics 2.0: Social Media Campaigning. En J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 527-245). SAGE Publications.
- Barabási, A.L. (2011). Introduction and Keynote to A Networked Self. En Z. Papacharissi, *A Networked Self* (pp. 1-14). Routledge.
- Botometer (2020). *Botometer*. <https://bit.ly/2MJOPy1>
- Cervantes, M. (@dodgeramlo) (25 de abril de 2020). *Rt* (tuit). <https://bit.ly/3jCS2eA>
- Boyd, D. (2011). Social Networks Sites as Networked Publics. En Z. Papacharissi, *A Networked Self* (pp. 39-58). Routledge.
- Chávez, G. (2 de diciembre de 2020). *Los bost de AMLO “inflan” su popularidad en las redes. Expansión*. <https://bit.ly/3tOyF6U>

- Crovi-Druetta, D. (2012). Apropiación: una aproximación conceptual. En M. Portillo-Sánchez, & I. Cornejo-Portugal (Coords.), *¿Comunicación posmasiva?* (pp. 149-162). Universidad Iberoamericana.
- Dahlgren, P. (2012). Mejorar la participación: la democracia y el cambiante entorno de la web. En S. Champeau, & D. Innerarity (Coords.), *Internet y el futuro de la democracia* (pp. 45-67). Paidós.
- Derecho a la Red (6 de abril de 2020). Botometer, detecta si esa cuenta es un bot en Twitter. *Derecho a la Red*. <https://bit.ly/3tL8b6r>
- Faesler, J.C. (@jcarlosfaesler) (12 de abril de 2020) *Hoy es 12 de abril de 2020* (tuit). <https://bit.ly/3qbhI4n>
- García-Calderón, C., & Olmedo-Neri, R.A. (2019). El nuevo opio del pueblo: apuntes desde la Economía Política de la Comunicación para (des)entender la esfera digital. *Iberoamérica Social*, 7(XII), 84-96. <https://bit.ly/3aQWPVO>
- Gómez-Castellanos, R.M., Ortiz-Marín, M., & Concepción-Montiel, L.E. (2011). Tecnologías de la comunicación y política 2.0. *Espacios Públicos*, 14(30), 72-84. <https://bit.ly/3tOrjJM>
- Grossi, G. (1985). La comunicación política moderna: entre partidos de masa y mass-media. En M. de Moragas, *Sociología de la comunicación de masas* (Vol. IV, pp. 144-164). Gustavo Gili.
- Hanneman, R. (2000). *Introducción a los métodos del análisis de redes sociales*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Jorge, J.E. (2014). La comunicación política en las redes sociales. Enfoques teóricos y hallazgos empíricos. *Questión. Revista Especializada en Periodismo y Comunicación*, 1(44), 268-286. <https://bit.ly/3aUc00l>
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. Anagrama.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2009). *La pantalla global*. Anagrama.
- Lozares, C., & Verd, J.M. (2011). De la homofilia a la cohesión social y viceversa. *Redes. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 20, 29-50. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.408>
- Mathias, P. (2012). En las redes de Solón. Para una concepción cultural de la democracia digital. En S. Champeau, & D. Innerarity, *Internet y el futuro de la democracia* (pp. 133-154). Paidós.
- Olmedo-Neri, R.A. (2019). #AmorEsAmor como constructor de redes digitales en el movimiento LGBTTTIQA en México. *Virtualis*, 10(19), 109-133. <https://bit.ly/3jCTM7C>
- Olmedo-Neri, R.A. (2020). La comunicación en la posmodernidad: influencia en el sujeto, campo y medio. *Iberoamérica Social* (XIV), 157-172. <https://bit.ly/3tLPNKI>

- Paniagua-López, J.A. (2012). *Curso de análisis de redes sociales. Metodología y estudios de caso*. Universidad de Granada.
- Peirone, F. (2012). *Mundo extenso*. FCE.
- Quinn, K., & Papacharissi, Z. (2018). Our Networked selves: Personal connection and relational maintenance in social media use. En J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 353-371). SAGE Publications.
- Mendieta-Ramírez, A., & Estrada-Rodríguez, J.L. (2017). Comunicación política e informal en México: de la era televisiva al internet. *Opción*, 33(84), 154-190. <https://bit.ly/371wSBH>
- Reyes-Montes, M.C. (2007). Comunicación política y medios en México: el caso de la reforma a la Ley federal de Radio y televisión. *Convergencia*, 14(43), 105-136. <https://bit.ly/2Ncwdqi>
- Reyes-Montes, M.C., O'Quinn-Parrales, J.A., & Morales y Gómez, J.M. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*, 14(30), 85-101. <https://bit.ly/3tMeYNm>
- Rogers, R. (2018). Digital methods for across-platform analysis. En J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 91-110). SAGE Publications.
- Sanz-Menéndez, L. (2003). Análisis de redes sociales o cómo representar las estructuras sociales subyacentes. *Apuntes de Ciencia y Tecnología*, 21-29. <https://bit.ly/2N9WUvD>
- Tajonar, H. (18 de mayo de 2020). Bots en redes, ¿quién pompó? *Aristegui Noticias* <https://bit.ly/3aUdZlj>
- Trejo-Delarbre, R. (2015). México enredado. Auge, ligereza y limitaciones en el uso político de las redes sociodigitales. En R. Winocur-Iparraguirre, & J.A. Sánchez-Martínez (Coords.), *Redes sociodigitales en México* (pp. 17-39). FCE-CONACULTA.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.

Fecha de envío: 2020/07/30; Fecha de aceptación: 2021/02/10;

Fecha de publicación: 2021/03/01



MISCELÁNEA

---

MISCELLANEOUS



# Medios digitales y COVID-19: sobreinformación, polarización y desinformación

## *Digital Media and COVID-19: overinformation, polarization and misinformation*

**Esteban Zunino**

CONICET / Universidad Nacional de Cuyo (UNCuyo)

[estebanzunino@gmail.com](mailto:estebanzunino@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-2951-9872>

### **Resumen**

El presente trabajo analiza el tratamiento noticioso de la COVID-19 en los principales medios digitales de la Argentina. La pandemia por SARS-CoV-2 reconfiguró, junto con las relaciones económicas y sociales, la centralidad del sistema mediático y la composición temática de sus agendas. La necesidad de información de calidad en tiempo real potenció el rol de los medios digitales como fuentes confiables. En términos específicos se pretende investigar: 1) la composición temática de las agendas informativas durante el período de aislamiento social; 2) el uso de las fuentes de información; y 3) el nivel de crédito diferencial que obtuvieron los actores en el tratamiento informativo. Con ese objetivo, se desarrolló un análisis de las noticias más relevantes de las agendas digitales de *Infobae*, *Página12*, *La Nación*, y *Clarín*, entre marzo y octubre de 2020 (n=4.240). Los resultados evidencian la existencia de agendas temáticas similares y una presencia homogénea de fuentes oficiales en medios con diferentes líneas editoriales. Además, se advierte una cobertura partisana y polarizada que se pone de manifiesto en el crédito diferencial que adquieren en los medios los puntos de vista desplegados por las fuentes estatales oficiales y opositoras. El tratamiento informativo de la pandemia, a lo largo de un período extenso, siguió un ciclo de sobreinformación, polarización y desinformación, lesivo para la calidad del debate público.

### **Palabras clave**

Pandemia, periodismo, información, medios electrónicos, política, fuentes de información.

**Forma sugerida de citar:** Zunino, E. (2021). Medios digitales y COVID-19: sobreinformación, polarización y desinformación. *Univeristas*, 34, pp. 133-154.

### **Abstract**

*This investigation analyses the media treatment of COVID-19 in main Argentinian digital media. The SARS-CoV-2 pandemic has reconfigured the economic and social life, jointly with the centrality of the media system and the thematic composition of the media agendas. The demand of information during the outbreak enhanced the role of digital media as reliable sources. In specific terms, this work aims to investigate: 1) the evolution of the media agendas during the social isolation period; 2) the information sources deployment; and 3) the differential standing obtained by different actors in the media treatment. To this goal, a quantitative content analysis was developed of the most relevant news items in Infobae, Clarín, La Nación and Página/12 between March 20 and October 18, 2020 (n=4,240). Results show the existence of similar thematic agendas and a homogeneous presence of state sources in media with different editorial positions. Furthermore, there is partisan and polarized coverage, which is evident in the differential standing attributed to the official and opposition state sources in the analyzed media. The media treatment of the pandemic, over an extensive period, followed a cycle of over-information, polarization and misinformation that was detrimental to public debate quality.*

### **Keywords**

*Pandemic, journalism, information, electronic media, politics, information sources.*

---

## **Introducción**

La pandemia causada por COVID-19 fue declarada el 11 de marzo de 2020. Unos días antes se reportaron los primeros casos en América Latina. En la Argentina, el primer paciente fue notificado por la autoridad sanitaria el 3 de marzo. La decisión de la OMS y los efectos devastadores del nuevo coronavirus sobre los sistemas sanitarios más preparados del mundo obligaron a buena parte de los países latinoamericanos a tomar medidas de confinamiento relativamente tempranas con el afán de aplanar la curva de transmisión y fortalecer a las instituciones de salud.

La llegada del virus a la Argentina constituyó un punto de inflexión en la visibilidad del tema en las agendas mediáticas. Con una preocupación social en aumento, el poder político debió expresarse. El presidente Alberto Fernández, luego de decretar la interrupción de la actividad presencial en las escuelas el 16 de marzo, el 19 de marzo anunció la sanción del decreto 297/20,

que entraría en vigor un día después, por intermedio del cual se estipulaba el inicio de un Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) para disminuir la circulación de personas. Días más tarde, el gobierno comunicó una serie de medidas para apoyar económicamente a los sectores más vulnerables y aportes a las empresas destinados a sostener el empleo privado.

Las pandemias causadas por patógenos desconocidos pueden ser tipificadas como “enfermedades emergentes” (Hallin et al., 2020, p. 2). Una de sus características centrales es que “se convierten en objeto de conocimiento público/mediático antes de consolidarse como objeto de conocimiento médico/científico” (p. 2). En este tipo de situaciones los medios adquieren una centralidad inusitada producto de la mayor necesidad de las personas de recibir información actualizada en tiempo real, fundamental para la toma de decisiones (Farré-Coma, 2015; Muñiz & Corduneanu, 2020).

En ese sentido, la pandemia por COVID-19 cumple con todos los requisitos necesarios para desatar un proceso de pánico moral (Thompson, 2014): se instaura una amenaza, los medios contribuyen con hacerla reconocible, las elites políticas deben pronunciarse y, finalmente, se producen cambios sociales. La situación se inscribe en una “cultura del riesgo” (Beck, 1998) en la que los medios ocupan un lugar determinante en la construcción simbólica de un estado de miedos en el que la amenaza a la vida orienta una percepción de peligro permanente. Dicha cultura puede ser pensada a partir de la existencia de una serie de amenazas objetivas para la integridad que se asocian a una percepción subjetiva del riesgo que encuentra en los medios un agente dinamizador (Hallin et al., 2020). Ambas dimensiones, la objetiva y la subjetiva, pueden coincidir o no (Kessler & Focás, 2014).

Resulta necesario advertir entonces que, si bien en situaciones de crisis la información se convierte en un bien sustancial para disminuir la ansiedad y el pánico, dependerá de su calidad que sea efectiva para cumplir con su propósito (Casero-Ripollés, 2020). En un ecosistema mediático convergente en el que la dramatización de la noticia y la inmediatez son los dos criterios de noticiabilidad centrales (Martini, 2017) para acaparar la atención de públicos que llegan a la información de manera aleatoria e incidental (Mitchelstein & Boczkowski, 2017), se ha desarrollado una espiral de producción de altos volúmenes de información (Salaverría et al., 2020) que no siempre satisface los estándares de calidad requeridos para este tipo de situaciones, desencadenando dinámicas de desinformación (Bennett & Livingston, 2018; Palpan-Guerra & Munayco, 2015).

La cobertura noticiosa de la pandemia constituye un proceso productivo activo por parte de los medios de comunicación. Las agendas mediáticas son consideradas por la *agenda setting* como un listado organizado de temas (*issues*) que los *media* proponen para el debate público con ciertas posibilidades de incidencia (McCombs & Valenzuela, 2014). Estas son el resultado de mecanismos de selección, omisión, jerarquización (Roberts, 2005) y tematización (Luhmann, 1973) de los problemas.

Diferentes estudios en el marco de esta teoría explicaron que los temas más alejados de la experiencia directa, como la pandemia por COVID-19, estimulan la necesidad de orientación mediática de las audiencias (Jablonski & Daniele, 1998; Lee, 2004; McCombs, 2006). Tales hallazgos son relevantes para explicar la centralidad que adquirieron los portales online durante el proceso que se analiza (Masip et al., 2020; Muñiz & Corduneanu, 2020).

En ese sentido, la irrupción de una pandemia producida por un patógeno desconocido puede ser considerada como un evento clave (Brosius & Eps, 1995) que modifica los criterios de selección de los periodistas. Generalmente asociados con accidentes o catástrofes, los eventos clave instituyen prototipos de cobertura que inciden en la noticiabilidad de los acontecimientos y moldean el tratamiento informativo. Ante su presencia, las rutinas productivas se ven condicionadas por tres factores centrales: 1) las características propias de un problema público altamente noticiable que irrumpe dramáticamente e impacta en los procesos de organización del trabajo periodístico; 2) el interés de las audiencias, que se manifiesta en un incremento de la demanda de información (Casero-Ripollés, 2020; Duc-Huynh, 2020; Muñiz & Corduneanu, 2020); y 3) la presión de las fuentes como elemento determinante de la fisonomía de las agendas mediáticas (Bennett et al., 2007).

Las fuentes de información son definidas como aquellas personas que entran en contacto con los reporteros y que estos incluyen en sus historias ya que les acercan información sobre los hechos, sus contextos y puntos de vista legitimados por la autoridad que les confiere su posición (Gans, 1979). Entre medios y fuentes se desarrollan relaciones transaccionales y simbióticas de dependencia mutua (Bagdikian, 1985), al punto que Gans (1979) utiliza la metáfora de la danza para dar cuenta del modo en que ambos bailarines procuran conseguir acceso al otro.

Las investigaciones más importantes sobre la relación entre medios y fuentes les otorga a estas últimas una supremacía sobre los medios y un amplio poder para moldear las agendas con una versión interesada de la

realidad (Schlesinger, 1992). Según la hipótesis del *Indexing*, acuñada por Bennett (1990), los medios suelen indexar un listado de voces autorizadas, usualmente de actores estatales con fuerte institucionalización y poder de generación de información. Esto lleva a Bennett et al. (2007) a concluir que los medios suelen delegar en los gobiernos el rol de controlarse a sí mismos.

Sin embargo, la visibilidad de las fuentes en las noticias no explica *per se* su capacidad de incidir sobre los enfoques (Charron, 1995). En efecto, según la premisa del *standing*, las fuentes citadas por los medios pueden obtener diferentes niveles de crédito o rechazo mediático, lo que repercute en la verosimilitud de sus versiones (Ferree et al., 2002; Koziner, 2018). En ese sentido, trabajos previos evidencian que no existen diferencias significativas entre las fuentes más visibles en los medios argentinos, aunque, a partir de sus testimonios, se construyan coberturas contradictorias y polarizadas relacionadas con sus posiciones editoriales (Koziner, 2018; Zunino, 2019). Tal situación, que repercute negativamente en la diversidad y pluralismo de puntos de vista, constituye un límite a la calidad informativa.

## **Materiales y método**

El objetivo general de este trabajo es analizar el tratamiento informativo de la COVID-19 en los diarios digitales argentinos más leídos. Los objetivos específicos son: 1) identificar el nivel y las variaciones en la relevancia mediática del problema desde el inicio del distanciamiento social; 2) establecer qué tipo de fuentes fueron consultadas por los medios; y 3) determinar el nivel de crédito que lograron las versiones aportadas por los diferentes actores.

En función de los objetivos, se establecieron las siguientes hipótesis:

- H1: Por tratarse de un evento clave, la COVID-19 adquiere una alta relevancia en los medios digitales que presenta variaciones durante el proceso.
- H2: Las fuentes estatales predominan en las noticias.
- H3: El nivel de crédito obtenido por las fuentes depende de su inscripción política en relación con las posiciones editoriales de los diferentes medios.

El trabajo empírico consistió en un Análisis de Contenido Cuantitativo sobre las noticias de portada, es decir, de la primera a la quinta de las *homes*

(primer y segundo *scroll*), de los diarios *online* más leídos de la Argentina: *Infobae*, *Clarín*, *La Nación* y *Página/12*.<sup>1</sup> La recolección de las noticias se hizo en un corte diario a las 9:00 am, horario de alta afluencia de lectores y en el que se asegura que los temas del día están actualizados (Zunino & Grilli Fox, 2020).

La técnica de investigación está orientada a analizar los textos informativos, identificar su estructura, investigar sus cimientos, sus componentes y la forma en que estos interaccionan para su funcionamiento simbólico. El analista utiliza herramientas estadísticas para inferir relaciones entre variables cuyo comportamiento se hipotetiza a partir del marco teórico y estado del arte (Neuendorf, 2002). Mediante deducciones lógicas, el investigador establece inferencias sobre la realidad mediatizada y sobre el contexto en que la información es producida (Krippendorff, 1990).

Para este estudio se constituyó un universo de 4240 piezas periodísticas recolectadas a lo largo de 212 días, entre el 20 de marzo, fecha del inicio del aislamiento y distanciamiento social, y el 18 de octubre de 2020, fecha en la que se cumplieron treinta semanas (siete meses) de observación. Luego, se identificaron las piezas relacionadas con la pandemia (n=2184), unidades de análisis de este trabajo, las cuales fueron codificadas en su totalidad.

## Fiabilidad

Cuatro especialistas intervinieron en el proceso de codificación. Para establecer la fiabilidad del trabajo empírico se extrajo de manera aleatoria una muestra del 10% de la población, consistente en 220 casos, que fueron recodificados. Seguidamente, se aplicó un ensayo de concordancia estadística entre la codificación original y la muestra de contraste mediante el índice de Kappa de Cohen (k), el cual arrojó un valor medio de acuerdo de  $k=0,897$ , el cual expresa un nivel alto de fiabilidad para las variables analizadas.

---

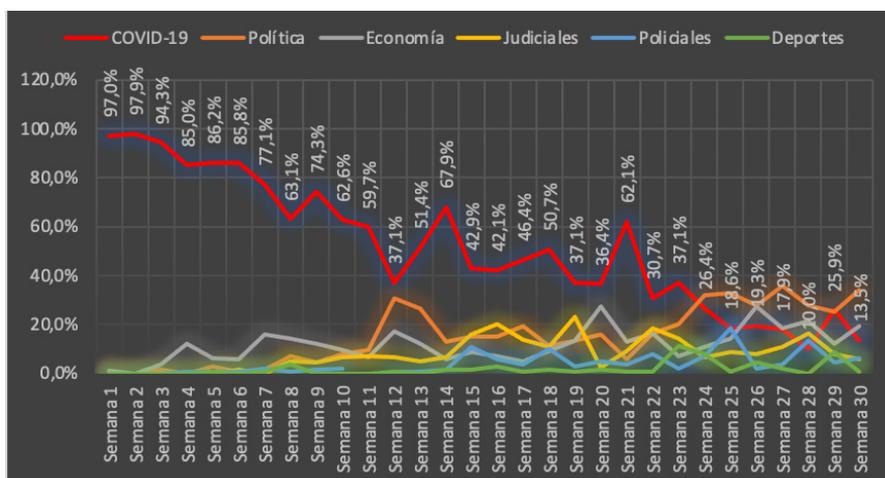
1 Según la consultora COMSCORE, los diarios online más consumidos en el período enero-junio de 2020, en función del promedio de visitantes únicos son: *Infobae*, 23 178 599; *Clarín*, 23 044 227; *La Nación*, 18 421 161 y *Página/12*, 8 943 953.

## Análisis y resultados

En relación con los objetivos planteados, en primer lugar, se analizó la relevancia de la COVID-19 en las agendas mediáticas entre el 20 de marzo y el 18 de octubre de 2020. El gráfico 1 muestra la frecuencia del *issue* en relación con el hueco informativo (Budd, 1964) de las portadas, sitios más visibles de las *homes*.

En términos agregados, las noticias sobre la pandemia ocuparon el 51,5% del espacio disponible. Se evidencia la relación de dos variables que permiten inferir una alta relevancia del asunto en los medios. A una alta frecuencia de cobertura del tema, que permite establecer que cinco de cada diez noticias publicadas durante el período fueron sobre la pandemia, se suma que esas piezas informativas se ubicaron en los sitios de mayor jerarquía, como lo son los primeros *scrolls*. El hallazgo adquiere mayor relevancia si se tiene en cuenta que diferentes estudios demostraron que las portadas resultan indicativas de la composición del hueco informativo total (McCombs, 2006; Zunino & Grilli-Fox, 2020).

**Gráfico 1**  
**Frecuencia de temas de la agenda informativa**  
**en el período de aislamiento social por la COVID-19.**  
*Infobae, Clarín, Página/12 y La Nación*



Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, es posible advertir a partir de la Tabla 1, una estructuración temática homogénea entre los diferentes medios analizados. Si bien los máximos niveles de semejanza se registraron entre *Clarín* y *La Nación*, existen correlaciones estadísticamente significativas entre los temas dispuestos en las agendas de los cuatro diarios digitales. El hallazgo permite afirmar que los datos del gráfico 1 expresan las variaciones de agendas mediáticas semejantes, aunque se trate de portales con diferentes líneas editoriales.

**Tabla 1**  
**Correlación de Pearson de la composición temática**  
**de las agendas mediáticas. *Infobae*, *Clarín*, *Página/12* y *La Nación***

		Clarín	La Nación	Infobae	Página12
<i>Clarín</i>	Correlación de Pearson	1	,979**	,861**	,834**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000
	N	1060	1060	1060	1060
<i>La Nación</i>	Correlación de Pearson	,979**	1	,898**	,883**
	Significancia	,000		,000	,000
	N	1060	1060	1060	1060
<i>Infobae</i>	Correlación de Pearson	,861**	,898**	1	,839**
	Significancia	,000	,000		,000
	N	1060	1060	1060	1060
<i>Página/12</i>	Correlación de Pearson	,834**	,883**	,839**	1
	Significancia	,000	,000	,000	
	N	1060	1060	1060	1060
**. Correlación significativa para el nivel 0,01 (BILATERAL).					

Fuente: Datos construidos por el autor.

Si se analiza el desarrollo de la agenda mediática a lo largo del período (gráfico 1) resulta posible advertir que la COVID-19 acaparó la atención mediática de modo significativo hasta finales del mes de abril (semana 6), etapa en la que más de ocho de cada diez noticias publicadas fueron sobre el tema. La curva de frecuencia de cobertura a partir de ese momento expresa una tendencia descendente que da cuenta de una caída en la visibilidad del asunto con el correr de las semanas. Se publicaron seis noticias de cada diez

sobre el tema entre finales del mes de abril y mediados del mes de junio (semana 11), cuatro de cada diez entre los primeros días de junio y la mitad de agosto (semana 21) y no más de dos de cada diez desde la tercera semana del mes de agosto y los últimos días de octubre (semana 30).

El dato llamativo de la evolución temática de las agendas es que se evidencia un pico de sobreinformación acerca de la pandemia en sus inicios, cuando la COVID-19 se constituyó en un monotema mediático, que, sin embargo, llegó al mes de octubre, cumbre de contagios y muertes en el país, con niveles mínimos de cobertura.

**Gráfico 2**  
**Evolución de casos de COVID-19. Argentina.**  
**20 de marzo al 18 de octubre de 2020**



Fuente: Google, a partir de estadísticas de la autoridad nacional de salud.

Varios factores explican la invisibilización de la pandemia en el momento más álgido de la enfermedad. Uno de ellos es la competencia temática con otros asuntos que, al comienzo del período de aislamiento, habían quedado relegados. Por ejemplo, la discusión política, que reapareció en las agendas producto de algunas decisiones tomadas principalmente por el gobierno nacional. El 8 de junio (semana 12) el presidente Alberto Fernández anunció un proyecto de expropiación de la empresa Vicentín, una de las exportadoras de materias primas agropecuarias más importantes del país. La decisión, que fue desestimada días después por el propio gobierno, rompió los precarios

consensos políticos sobre el manejo de la pandemia que existieron durante las primeras semanas entre oficialismo y oposición. Si bien la polarización venía creciendo por situaciones relacionadas con la gestión del aislamiento social, el anuncio del proyecto de expropiación desató un proceso de enfrentamiento político que llegó a niveles máximos y que reinstaló una agenda de temas independientes de la COVID-19. Ese evento reavivó también la discusión sobre la marcha de la economía en un contexto de profunda crisis. En tanto, la propuesta del Ejecutivo al Parlamento de un proyecto de reforma de la justicia a fines de julio (semana 16), ampliamente criticado por la oposición, instaló la discusión judicial, relacionada con denuncias de corrupción hacia figuras del oficialismo. Finalmente, hacia finales del período observado reaparecieron otros temas habituales de las agendas mediáticas, como lo son los hechos de inseguridad y los deportes, condimentos frecuentes del menú informativo de las épocas pre-pandémicas.

En suma, los datos expresados permiten establecer un ciclo de cobertura informativa que se presenta desacoplado de la evolución de la pandemia. En efecto, mientras que la mayor visibilidad mediática del tema se asoció con la irrupción de la enfermedad en el país, la sobreinformación de los comienzos se condice con un promedio de 150 contagios diarios y menos de una decena de fallecidos por día. En cambio, en la semana de mayor cantidad de infecciones, que se dio al final del período de este trabajo, la frecuencia de cobertura acaparó apenas el 13,5% del hueco informativo. En ese sentido, es posible afirmar que la evolución del tratamiento mediático resultó inversamente proporcional a la evolución de contagios y muertes.

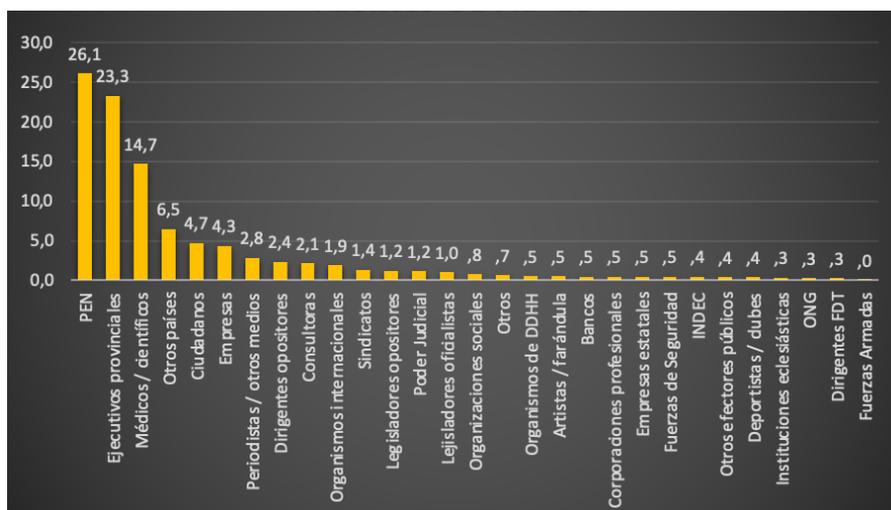
Los hallazgos permiten analizar que la noticiabilidad de una pandemia no se asocia necesariamente con su gravedad epidemiológica —a nivel nacional e internacional— sino más bien con sus componentes novedosos y noticiables. Prueba de ello es que, en los momentos de mayor incertidumbre sobre el tema, cuando la demanda informativa y desconocimiento se ubicaron en niveles máximos, la cobertura fue total. Con el correr del tiempo, y probablemente producto de la saturación de información y cristalización de cifras de enfermos y muertos, sumado a que la experiencia pandémica cada vez más encontró fuentes intersubjetivas que la alejaron de su condición de tema no experiencial, la cobertura mediática viró de una sobrerrepresentación inicial a una subrepresentación que coincidió con el momento de mayor gravedad objetiva. Ambas situaciones instituyen un ciclo de sobreinforma-

ción y desinformación favorecido por un clima de fuerte polarización política en el cual se instalaron discusiones que compitieron por la atención mediática en el momento de mayor incidencia de la enfermedad.

Ahora bien, una variable central para analizar los estándares de calidad informativa es la identificación de la presencia y crédito de los diferentes sujetos o instituciones referenciados en las piezas como fuentes informativas.

Un primer hallazgo a tener en cuenta es que la media de fuentes citadas fue de 2.47 por noticia, dato que, si bien no alcanza a las tres fuentes requeridas como requisito básico de triangulación (Rodrigo-Alsina, 1989), se ubica por encima de la media para otro tipo de temas en la prensa digital argentina (Zunino, 2019).

**Gráfico 3**  
**Frecuencia de aparición de fuentes de información**  
**durante el ASPO por coronavirus. Infobae, Clarín,**  
**La Nación y Página/12. 20 de marzo al 18 de octubre de 2020**



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico 3 expresa la presencia de las diferentes fuentes en las agendas informativas. Si se computan de manera agregada, las fuentes oficiales estatales constituyen el 69,1%, mientras que las no oficiales alcanzan el

30,9%. El Poder Ejecutivo Nacional fue el actor central en la provisión de datos oficiales sobre la pandemia (26,1%), seguido por los gobiernos provinciales (23,3%), con especial visibilidad de los de la Ciudad de Buenos Aires (10,1%) y de la Provincia de Buenos Aires (7%). En tanto, la consulta a médicos y científicos especialistas resultó alta respecto de otros asuntos (14,7%). Los ciudadanos (4,7%) aparecieron generalmente como damnificados por la enfermedad o el aislamiento, mientras que con una menor relevancia incidieron otros actores con alto nivel de institucionalización, como las empresas (4,3%), periodistas (2,8%), dirigentes opositores (2,4%) y consultoras (2,1%).

Los hallazgos permiten corroborar para este caso la hipótesis del *Indexing*, la cual estipula la supremacía de fuentes estatales en las coberturas mediáticas. Ahora bien, el dato reclama ser interpretado en la particularidad de un contexto de pandemia e infodemia.

Los cuatro portales de mayor lectura de la Argentina estructuraron sus coberturas a partir de datos mayormente provistos por agentes estatales que, además de elaborar indicadores oficiales sobre la evolución de la pandemia, fueron quienes decidieron y anunciaron las políticas públicas de restricciones de circulación, ayuda económica y gestión de la crisis. Complementariamente, las voces de médicos o científicos fueron recurrentes en el tratamiento informativo. Por lo tanto, los medios digitales argentinos parecen haber seguido las indicaciones de la OMS respecto del uso de fuentes oficiales y expertas como método para contrarrestar la infoxicación. La afirmación resulta concordante con el rol de curaduría que las audiencias le atribuyeron a los medios tradicionales y/o digitales con trayectorias reconocidas como canales privilegiados de información confiable, en un contexto de saturación informativa y desinformación que expandió la necesidad de chequeo (Duc-Huynh, 2020; Muñoz & Corduneanu, 2020; Salaverría et al., 2020).

Adicionalmente, tal como sucedió con la composición temática de las agendas, el comportamiento de los medios analizados respecto del uso de las fuentes de información muestra correlaciones altamente significativas (tabla 2), dato que indica que los periódicos, independientemente de sus líneas editoriales, consultaron a las mismas fuentes y en proporciones similares.

**Tabla 2**  
**Correlación de Pearson fuentes de información citadas.**  
*Infobae, Clarín, Página/12 y La Nación*

		Fuentes Página/12	Fuentes Infobae	Fuentes La Nación	Fuentes Clarín
<i>Fuentes Página/12</i>	Correlación de Pearson	1	,987**	,986**	,968**
	Significación		,000	,000	,000
	N	1271	1165	1233	1271
<i>Fuentes Infobae</i>	Correlación de Pearson	,987**	1	,987**	,966**
	Significación	,000		,000	,000
	N	1165	1165	1165	1165
<i>Fuentes La Nación</i>	Correlación de Pearson	,986**	,987**	1	,987**
	Significación	,000	,000		,000
	N	1233	1165	1233	1233
<i>Fuentes Clarín</i>	Correlación de Pearson	,968**	,966**	,987**	1
	Significación	,000	,000	,000	
	N	1271	1165	1233	1381
** . Correlación significativa en nivel 0,01 (BILATERAL).					

Fuente: Datos contruidos por el autor.

Llegados a este punto, ¿es posible afirmar que la mera consulta a fuentes oficiales en el contexto de una pandemia asegura estándares mínimos de calidad informativa?

La tabla 3 recoge el nivel de crédito (*standing*) que obtuvieron en cada medio las principales fuentes estatales. Como se dijo, aunque los cuatro portales incluyeron preponderantemente fuentes oficiales, el nivel de crédito y descrédito que les atribuyeron en función de sus orientaciones político/editoriales resulta revelador.

Si bien, en términos generales, los datos oficiales producidos por el Ministerio de Salud no fueron desacreditados, *Infobae*, *La Nación* y *Clarín* expresaron una duda mayor sobre las estadísticas y medidas sanitarias. En cambio, *Página/12* nunca puso esos datos en cuestión. Los legisladores de

la oposición y el Ejecutivo de la Capital Federal, conducido por la coalición política opositora Juntos por el Cambio, resultaron las fuentes más acreditadas por *Infobae*, *Clarín* y *La Nación*, y las que menor nivel de *standing* obtuvieron en las noticias de *Página/12*. El presidente Alberto Fernández adquirió niveles de crédito bajos cuando fue citado como fuente en *Clarín* y *La Nación* y un alto volumen de rechazo a sus afirmaciones. En *Infobae* el nivel de crédito presidencial fue mayor, aunque también lo fue la refutación de sus dichos, lo que evidencia una cobertura más compensada sobre su figura. Contrariamente, la aprobación en *Página/12* del primer mandatario fue casi total, con niveles ínfimos de crítica a sus posturas.

**Tabla 3**  
**Standing de las principales fuentes estatales según medio.**  
***Infobae, Clarín, Página/12 y La Nación***

	Clarín			La Nación			Infobae			Página/12		
	Se sostiene	No se refuta	Se desacredita	Se sostiene	No se refuta	Se desacredita	Se sostiene	No se refuta	Se desacredita	Se sostiene	No se refuta	Se desacredita
Legisladores opositores	88,9%	11,1%		57,1%	42,9%		80,0%	20,0%			28,6%	71,4%
Ejecutivo CABA	74,0%	19,3%	6,6%	74,8%	23,1%	2,0%	78,9%	13,7%	7,4%	15,5%	64,3%	20,2%
Ministerio de Salud	73,3%	18,7%	8,0%	73,1%	20,2%	6,7%	84,8%	10,1%	5,1%	64,5%	35,5%	
Ejecutivo PBA	29,3%	40,7%	30,1%	27,8%	38,9%	33,3%	50,0%	26,5%	23,5%	36,2%	58,0%	5,8%
Legisladores oficialistas	25,0%	31,3%	43,8%	18,8%	18,8%	62,5%	35,0%	15,0%	50,0%	54,5%	45,5%	
Alberto Fernández	20,6%	34,0%	45,4%	28,4%	29,9%	41,8%	52,6%	11,8%	35,5%	62,3%	36,2%	1,5%
Cristina Fernández de Kirchner		20,0%	80,0%		33,3%	66,7%			100,0%	80,0%	20,0%	

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, el caso paradigmático de polarización editorial expresado en el crédito o descrédito a las fuentes como mecanismo de posicionamiento mediático se dio respecto de la vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner. Mientras que la expresidenta (2007-2015) acaparó el mayor nivel de *standing* en *Página/12*, sin que sus opiniones fueran cuestionadas durante el

período analizado, la refutación explícita de sus puntos de vista fue total en *Infobae* y muy alta en *Clarín* y *La Nación*, sin que se registren durante todo el recorte temporal casos en los que esos diarios hayan acreditado su palabra.

En soporte de los resultados descriptivos, y con el fin de contrastar las diferencias respecto del nivel de *standing* entre los medios, se realizó un ANOVA y una prueba HSD Tukey que mostró diferencias estadísticamente significativas entre dos subconjuntos: en el primero se ubicaron *Infobae* (1,39, p. <0,05), *Clarín* (1,43 p. <0,05) y *La Nación* (1,47 p.<0,05), y en el segundo *Página/12* (1,71 p. <0,05). Las pruebas, a la vez que confirman las diferencias entre los primeros tres diarios y el último, ratifican la homogeneidad entre los componentes del primer conjunto.

Los resultados expuestos respecto de las fuentes confirman en este objeto de pesquisa la hipótesis del *standing*. Es decir, a la vez que se constató una presencia homogénea de actores que aportan información a medios con diferentes líneas editoriales, lo que ratifica la noción de que el simple recuento de las fuentes no resulta suficiente para dar cuenta de la influencia que estas adquieren en la construcción de los marcos interpretativos que se despliegan en las noticias, los niveles diferenciales de crédito y descrédito aportan pistas sobre los modos en los que cada medio encuadró el problema. El hallazgo pone en evidencia que, si bien todos los periódicos recurrieron a fuentes oficiales a lo largo de siete meses de pandemia, *Clarín*, *La Nación* e *Infobae* —los tres portales más leídos del país— confrontaron sistemáticamente con los puntos de vista del oficialismo. En cambio, *Página/12* expresó una postura contraria a los tres primeros, generalmente acrítica de las versiones oficiales. En suma, el tratamiento mediático de la COVID-19 en los medios más leídos de la Argentina se expresó a partir una composición homogénea de las agendas a nivel temático y de presencia de fuentes de información, aunque fuertemente polarizado en relación con el nivel de crédito y descrédito al que accedieron diferencialmente las versiones oficialistas y opositoras.

## **Discusión y conclusiones**

El presente trabajo se propuso analizar la cobertura mediática de la Covid-19 en los principales diarios *online* de la Argentina. Subyacente a ese objetivo se partió de una preocupación central orientada a indagar sobre el papel desempeñado por los medios digitales en un escenario excepcional y

en el marco de un ecosistema convergente que favorece, vía saturación de contenidos, la desinformación, fragmentación y polarización política (Bennett & Livingston, 2018).

En primer lugar, se constató que los medios digitales más importantes de la Argentina mantuvieron una agenda temática homogénea que tuvo una particularidad: en el inicio del período de aislamiento social la pandemia acaparó la totalidad de la atención mediática. Tal comportamiento puede explicarse a partir de diferentes variables, entre las que destacan el aumento de la necesidad de orientación y de la demanda informativa de las audiencias (Casero-Ripollés, 2020; Duc-Huynh, 2020; Muñoz, 2020), el pronunciamiento de las elites políticas y el cambio que los eventos clave (Brosius & Eps, 1995) introducen en las rutinas productivas al modificar los criterios de selección y promover series sobre acontecimientos relacionados.

Sin embargo, luego de una primera instancia de sobrerrepresentación de la enfermedad en un momento en el que el riesgo objetivo de contagio era bajo, con el correr de los meses se generó la contradicción de que en el pico de la pandemia la cobertura mediática fue mínima. En efecto, mientras que la presencia de la COVID-19 acaparaba a más de nueve de cada diez noticias de la agenda durante marzo y abril, cuando los contagios apenas superaban el centenar diario a nivel nacional, hacia el final del período con más de 18 000 casos y 400 muertes por día, la presencia del tema en los medios apenas acaparó el 13,5 % del hueco informativo. Las oscilaciones, por lo tanto, estuvieron mucho más asociadas a la novedad de la emergencia, los anuncios gubernamentales relacionados con el uso del espacio público y la gestión económica de la crisis que con la evolución de la enfermedad. En consecuencia, la cobertura mediática mantuvo una relación inversamente proporcional a la dimensión objetiva del riesgo de contagio, pudiendo haber dinamizado procesos de pánico moral (Thompson, 2014) por sobreinformación en momentos de baja transmisibilidad del virus y de desinformación en el momento mayor riesgo objetivo.

Para ahondar sobre este aspecto, el estudio indagó en el uso mediático de las fuentes, factor sustancial de la calidad informativa. Con ese fin se contrastó la hipótesis del *Indexing* y se comprobó la supremacía de las fuentes estatales en el tratamiento informativo de la pandemia. El hallazgo permite relativizar los planteos de Bennett (1990, 2007) sobre lo lesiva que puede resultar su preponderancia en las agendas informativas, ya que en ciertos contextos de crisis y viralización de contenidos apócrifos o inexactos por

medios conectivos, la consulta de fuentes oficiales en el marco de una enfermedad global resulta saludable. Más aún si se tiene en cuenta que estas estuvieron acompañadas por voces de especialistas, médicos y científicos. Probablemente, producto del trabajo profesional de filtrado o curaduría de la información ejercido por medios con trayectorias consolidadas reconocibles para la población, los diarios digitales se impusieron como fuentes confiables e incrementaron sus niveles de audiencia (Casero-Ripollés, 2020; Duc-Huynh, 2020; Muñiz, 2020).

No obstante, el estudio de las fuentes se complementó con la indagación sobre otras dimensiones de análisis. En ese sentido, la premisa del *standing* (Ferree et al., 2002) sostiene que, además de la medición de la presencia de las fuentes en las noticias, resulta necesario investigar qué puntos de vista son acreditados por los medios y cuáles son rebatidos o descartados.

El estudio del crédito diferencial de las fuentes permitió descubrir que en la Argentina existió una cobertura polarizada, partisana y desigual de la pandemia, aun cuando las agendas temáticas y la presencia de las fuentes fue homogénea en medios con diferentes posiciones editoriales. Mientras que *Clarín*, *La Nación* e *Infobae* se mostraron proclives a aceptar o incluso destacar las visiones sobre el problema de los sectores opositores a desacreditar a las principales figuras del PEN, *Página/12* tomó las versiones oficiales sin objetarlas. Dicho comportamiento informativo tiende a la construcción de representaciones fragmentadas, descontextualizadas y simplificadoras de una realidad compleja y dramática que, a la vez que restringe la disponibilidad de insumos informativos diversos y plurales para la toma de decisiones, repercute negativamente en la posibilidad de hallar en un mismo medio una gama razonable de puntos de vista que robustezca el debate público.

Así, la mediatización de la pandemia siguió un ciclo que, en términos conceptuales, podría plantearse en tres etapas. A un primer momento signado por una saturación informativa —que podría haber generado, por exceso, pánico (Thompson, 2014), desinformación y cinismo (Cappella & Jamieson, 1996)— le siguió un segundo momento de recrudescimiento de la polarización política —y mediática— que dio lugar a una última fase de alta competencia temática que configuró un pseudo entorno (Lippmann, 1922) “postpandémico”, de escasez de información sobre la enfermedad, justo en el pico de su evolución objetiva. De este modo, sobrerrepresentación, polarización e invisibilización constituyeron las tres fases del ciclo de mediatización de la pandemia en los principales medios digitales de la Argentina.

Los resultados de este trabajo pretenden dar cuenta de un proceso que es dinámico y permanece abierto. La novedad y gravedad de la situación que atraviesa el mundo invita a repensar la productividad de ciertas hipótesis y a formular otras que permitan acceder científicamente a un escenario social y comunicacional inédito. Los hallazgos empíricos dan cuenta de rupturas y continuidades. Entre las primeras, resulta necesario visitar los postulados sobre la relación entre fuentes oficiales y medios, sobre todo en contextos de catástrofe y en el marco de un ecosistema de medios convergentes que favorece la desinformación. Entre las segundas, la constatación de la existencia, aún en pandemia, de coberturas polarizadas que simplifican el debate público invitan a pensar los procesos de sobreinformación y desinformación más allá de los medios conectivos, aunque en relación con estos. Los aportes quedan abiertos, entonces, para nuevos estudios comparativos y multidimensionales a nivel nacional e internacional.

## Bibliografía

- Bagdikian, B.H. (1985). The U. S. Media Supermarket or Assembly Line? *Journal of Communication*, 3(35), 97-109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1985.tb02451.x>
- Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad* (1.<sup>a</sup> ed.). Paidós Ibérica.
- Bennett, W.L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Bennett, W.L. (1990). Toward a Theory of Press-State Relations in the United States. *Journal of Communication*, 40(2), 103-127. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1990.tb02265.x>
- Bennett, W.L., & Lawrence, R.G., & Livingston, S. (Eds.) (2007). *When the Press Fails. Political Power and The News Media from Irak to Katrina*. 1.<sup>a</sup> ed. The University of Chicago Press.
- Brosius, H.B., & Eps, P. (1995). Prototyping through Key Events: News Selection in the Case of Violence Against Aliens and Asylum Seekers in Germany. *European Journal of Communication*, 10(3), 391-412. <https://doi.org/10.1177/0267323195010003005>

- Budd, R.W. (1964). U.S. News in the Press Down Under. *The Public Opinion Quarterly*, 28(1), 39-56. <https://bit.ly/3oH1tKS>
- Cappella, J.N., & Jamieson, K.H. (1996). News Frames, Political Cynicism, and Media Cynicism. *Annals AAPSS*, 546, 71-84. <https://bit.ly/3roR5cL>
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of COVID-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *Profesional de la Información*, 29(2), 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Charron, J. (1995). Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de agenda setting. En M. J. Gilles Gauthier (Ed.), *Comunicación y Política* (1º, pp. 72-93). Gedisa.
- Duc-Huynh, T.L. (2020). The COVID-19 risk perception: A survey on socioeconomics and media attention. *Economics Bulletin*, 40(1), 758-764.
- Farré-Coma, J. (2015). Comunicación de riesgo y espirales del miedo. *Comunicación y Sociedad*, 0(3), 95-119. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i3.4209>
- Ferree, M.M., Gamson, W.A., Gerhards, J., & Rucht, D. (2002). *Shaping Abortion Discourse. Democracy and the Public Sphere in Germany and the United States*. Cambridge.
- Gans, H. (1979). *Deciding What's News* (1.ª ed.). Northwestern University Press.
- Hallin, D. C., Briggs, C. L., Mantini-Briggs, C., Spinelli, H., & Sy, A. (2020). Mediatización de las epidemias: la cobertura sobre la pandemia de la gripe A (H1N1) de 2009 en Argentina, Estados Unidos y Venezuela. *Comunicación y Sociedad*, e7207, 1-24. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7207>
- Jablonski, P., & Daniele, J. (1998). Variation on Issue Obstrusiveness and its Impact on Agenda Building: The Case of Base Realignment and Closing. *World Communication*, 27(3), 31-46.
- Kessler, G., & Focás, B. (2014). ¿Responsables del temor? Medios y sentimiento de inseguridad en América Latina. *Nueva Sociedad*, 249, 137-148. <https://bit.ly/3pFKN83>
- Koziner, N. (2018). Standing de las fuentes periodísticas en la política de medios argentina (2009 y 2016). *Cuadernos Info*, 42, 141-158. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.42.1291>
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica* (1.ª ed.). Paidós.
- Lee, G. (2004). Reconciling «Cognitive Priming» vs «Obtrusive Contingency» Hypotheses: An Analytical Model of Media Agenda-Setting Effects. *Inter-*

- national Communication Gazette*, 66(2), 151-166. <https://doi.org/10.1177/0016549204041475>
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion* (1.<sup>a</sup> ed.). Harcour, Brace and Company Inc.
- Luhmann, N. (1973). *Ilustración sociológica y otros ensayos* (1.<sup>a</sup> ed.). Editorial Sur.
- Martini, S. (2017). Últimas noticias. Construyendo la actualidad en el siglo XXI. En S. Martini & M. Pereyra (Eds.), *La noticia hoy. Tensiones entre la política, el mercado y la tecnología* (1.<sup>a</sup> ed., pp. 1-28). IMAGO MUNDI.
- Masip, P., Aran-Ramspott, S., Ruiz-Caballero, C., Suau, J., Almenar, E., & Puertas-Graell, D. (2020). Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por la COVID-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo. *El profesional de la información*, 29(3), 1-12. <https://bit.ly/3j8odm7>
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento* (1.<sup>a</sup> ed.). Paidós Ibérica.
- McCombs, M., & Valenzuela, S. (2014). *Agenda-Setting Theory: The Frontier Research Questions* (Número May 2018). <https://doi.org/10.1093/oxford-hb/9780199793471.013.48>
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P.J. (2017). Juventud, estatus y conexiones. Explicación del consumo incidental de noticias en redes sociales. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 24, 131. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61647>.
- Muñiz, C. (2020). Media System Dependency and Change in Risk Perception During the COVID-19 Pandemic 11. *Tripodos*, 1(47), 11-26. <https://bit.ly/3pGRGG1>
- Muñiz, C., & Corduneanu, V. I. (2020). Percepción de riesgo y consumo mediático durante el inicio de la pandemia de COVID-19 en México. *Más Poder Local*, 41(abril), 19-22. <https://bit.ly/3askStQ>
- Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guidebook* (1.<sup>a</sup> ed.). Sage.
- Palpan-Guerra, A., & Munayco, C. V. (2015). How did the media report on the AH1N1 influenza in Peru? *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Publica*, 32(2), 294-298. <https://doi.org/10.17843/rpmesp.2015.322.1623>
- Roberts, C. (2005). Gatekeeping theory: An evolution. *Channels*, 17. <https://bit.ly/2YD0nFi>
- Rodrigo-Alsina, M. (1989). La producción de la noticia. En *La construcción de la noticia* (1.<sup>a</sup> ed., pp. 140-200). Paidós.

- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., Erviti, M., López-Goñi, I., & Erviti, M.C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la COVID-19 Disinformation in times of pandemic: typology of hoaxes on COVID-19. *El profesional de la información*, 29(3), 1-15. <https://bit.ly/2MHSvzO>
- Schlesinger, P. (1992). Repensando la sociología del periodismo. Estrategias de las fuentes y límites del centralismo en los medios. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, IV(13-14), 279-307. <https://bit.ly/3pG6JQf>
- Thompson, K. (2014). *Pánicos morales* (1.<sup>a</sup> ed.). Universidad Nacional de Quilmes Editorial.
- Zunino, E.A. (2019). ¿Quién define la agenda ? Las fuentes de información en la prensa digital argentina. *Comunicacion y Sociedad*, e7394, 1-23. <https://doi.org/https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7394>
- Zunino, E., & Grilli Fox, A. (2020). Medios digitales en la Argentina: posibilidades y límites en tensión. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(1), 401-413. <https://doi.org/10.5209/esmp.67320>

Fecha de envío: 2020/10/30; Fecha de aceptación: 2021/01/28;

Fecha de publicación: 2021/03/01



## ¿Interés público o interés publicado? La regulación de medios argentinos en la prensa económica

### *Public interest or published interest? Argentine media regulation in economic press*

**Nadia Koziner**

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)

Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), Argentina

[nadiakoziner@gmail.com](mailto:nadiakoziner@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0003-2834-4799>

#### **Resumen**

El Poder Legislativo argentino aprobó la Ley N° 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) el 10 de octubre de 2009. Esta puso en cuestión la histórica relación entre los objetivos de orden político, sociocultural y económico que habían orientado la regulación y propuso una nueva noción de 'interés público'. El derrotero que siguió el debate y la sanción de la Ley ocupó un lugar significativo en la agenda mediática, aunque fue definido desde marcos particulares que formularon diagnósticos, evaluaciones y prescripciones. Analizar el tratamiento periodístico de este asunto cobra importancia por cuanto implicó los intereses del ámbito del cual los propios forman parte. Además, se los considera co-constructores públicamente destacados de realidad social, por lo cual colaboraron con la producción de los relatos del debate acerca de la Ley. Este trabajo analiza los *frames* noticiosos de la LSCA en los periódicos económicos argentinos, observa la evolución de dichos encuadres a lo largo del debate y sanción de la norma y compara las maneras en que los matutinos definieron los aspectos puestos en discusión. A partir del análisis de contenido cuantitativo, se identifican tres *frames* en tensión: 'disputa política e institucional', 'interés público sociocultural' e 'interés público empresarial', cuyo comportamiento varió según el matutino y registró fluctuaciones a lo largo del período estudiado.

#### **Palabras clave**

Prensa, Argentina, regulación, encuadres, interés público, información.

**Forma sugerida de citar:** Koziner, N. (2021). ¿Interés público o interés publicado? La regulación de medios argentinos en la prensa económica. *Univeristas*, 34, pp. 155-176.

### **Abstract**

*The Argentine Legislative Power passed Law No. 26522 on Audiovisual Communication Services (LACS) on October 10, 2009. It called into question the historical relationship among the political, socio-cultural and economic objectives that guided the regulation and represented a new notion of 'public interest'. The process of debate and approval of the Law occupied a significant space on the media agenda, although it was defined from particular frames that formulated diagnoses, evaluations and prescriptions. Analyzing the journalistic treatment of this matter is important because it involved the interests of the field where the media themselves take part. In addition, they are considered publicly prominent co-constructors of social reality, so they collaborated with the production of narratives about the debate around the Law. This work studies the news frames of the LACS in the Argentine economic press, observes the evolution of these frames throughout the debate and approval of the Law and compares how the newspapers defined the aspects under discussion. The quantitative content analysis identified three frames in tension: 'political and institutional dispute', 'sociocultural public interest' and 'business public interest', which behavior varied according to the newspaper and registered fluctuations throughout the period under study.*

### **Keywords**

*Press, Argentina, regulation, frames, public interest, information.*

---

## **Introducción**

El Poder Legislativo de la Nación (PLN) argentina aprobó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) N° 26.522 en octubre de 2009. El proceso de su creación marcó un hito histórico en las políticas públicas de comunicación y les imprimió un cambio de rumbo, pues propuso una nueva noción de interés público a partir de poner en cuestión la histórica relación entre los principios de orden político, sociocultural y económico que había orientado la regulación de los medios audiovisuales de comunicación hasta entonces.

En ese contexto, el propósito de este artículo es analizar el tratamiento de la LSCA en la prensa económica argentina. Concretamente, en *El Cronista Comercial* y *Ámbito Financiero*, dos periódicos de larga tradición en el campo periodístico. Los objetivos específicos son: a) Identificar los *frames* específicos de la LSCA; b) Analizar el progreso temporal de estos mar-

cos a lo largo del debate y sanción de la norma; c) Comparar los modos en que ambos diarios presentaron y definieron los asuntos puestos en discusión.

La cobertura del debate, el tratamiento legislativo y la aprobación de la LSCA en este tipo de diarios constituye un objeto apropiado de investigación por varias razones. En primer lugar, estas instituciones mediáticas se vieron involucradas en dicho proceso en su doble rol: tanto como agentes económicos que toman parte en el mercado y en la valorización del capital, cuanto por su carácter de actores políticos en la reproducción ideológica y social. Aun no habiendo sido alcanzados directamente por la norma, esta afectó los intereses de los principales medios de comunicación del país, caracterizados por el alto grado de concentración de la propiedad, tanto de tipo horizontal cuanto vertical y conglomeral (Becerra & Mastrini, 2018).

El segundo elemento está dado por el hecho de que en la Argentina ha predominado históricamente la lógica comercial en la regulación del funcionamiento de los medios (Mastrini, 2009). Desde el punto de vista empresarial, se trata entonces de un tema de agenda para estos matutinos.

En tercer término, ambos periódicos son considerados aquí actores políticos con intereses particulares y legítimos (Borrat, 1989). Como tales, inciden en la dinámica política y desarrollan representaciones del poder que ejercen y de la sociedad en la cual se desenvuelven (Kircher, 2005). Formadores de opinión, modeladores de la experiencia social y partícipes del campo político, tienen la capacidad de cuestionar o avalar ciertas políticas y, así, nutrir el rol que desempeñan en la esfera pública (Habermas, 1989).

La creación de los encuadres específicos que organizaron el debate en torno a la LSCA resulta novedosa tanto para el campo de estudios de las Políticas de Comunicación cuanto para los análisis de *frames* mediáticos. Por lo general, las investigaciones filiadas en la economía política crítica dan por sentados los modos en que las disputas de poder se plasman en los discursos de los medios. De modo similar, los análisis de contenido de las coberturas periodísticas, aun cuando abordan debates en torno a la regulación, no suelen relacionar su trabajo con preocupaciones en torno a las políticas públicas (Ali & Puppis, 2018).

El artículo se organiza como sigue: primero, presenta el procedimiento analítico llevado a cabo para diseñar la investigación. Segundo, se detallan los aspectos relativos al método y al corpus de análisis. Luego, se sistematizan los hallazgos del análisis de contenido. Finalmente, se presentan las conclusiones generales.

## Procedimiento analítico para la creación de los encuadres de la LSCA

Esta investigación se inscribe conceptualmente en el *Framing*, entendido como un programa investigativo que comprende integralmente a la comunicación mediática (Koziner, 2015, 2017). El trabajo empírico parte de las primeras actividades analíticas que propone este tipo de abordajes (Van Gorp, 2007): detectar y analizar los encuadres<sup>1</sup> de los medios. En un sentido general, se busca conocer cuál es la estructura de interpretación de la realidad subyacente en el tratamiento periodístico de un caso (Mariño & López-Rabadán, 2009).

Esta tarea se desarrolla en dos momentos. Primero, se define la noción de encuadre y se desarrolla el procedimiento para su operacionalización. Luego, se diseña una matriz a fin de abordar de manera comprensiva los marcos interpretativos en disputa en torno a la definición de la LSCA y conocer cuáles quedan plasmados como legítimos en las coberturas.

De acuerdo con la clásica conceptualización de Entman (1993, 2004), encuadrar un acontecimiento implica seleccionar ciertos aspectos de aquello que es percibido como la realidad y otorgarles importancia en un texto de forma que se defina una situación problemática, se identifiquen sus causas, se la evalúe moralmente y se proponga un tipo de tratamiento para ella. Así, los *frames* diagnostican, evalúan y prescriben (Gamson, 1992).

A partir de esta conceptualización, se recurre al planteo epistemológico que llevan a cabo Matthes y Kohring (2008). Ello incluye la recolección de los datos, su procesamiento y la posterior creación de los encuadres propios del caso bajo estudio. El carácter operacional de la definición les permite identificar cuatro funciones que desempeñan los marcos: definir un problema, evaluarlo moralmente, identificar causas y recomendar un tipo de tratamiento. Cada una de estas dimensiones está compuesta por variables de distintos niveles de abstracción y sus indicadores se rastrean en los contenidos de las noticias. Los modos en que esos elementos se combinan dan lugar a ciertos patrones cuya aparición recurrente los convierte en *frames*.

La conceptualización de los elementos que componen los *frames* requiere indagar en los rasgos propios del fenómeno e identificar, así, los ejes temáticos que organizan el debate. De modo coherente con dicho procedimiento, en este trabajo se considera necesario el conocimiento de las carac-

---

1 En este trabajo, *frame*, encuadre y marco se emplean como sinónimos.

terísticas centrales de la discusión en torno a la LSCA para la definición de las dimensiones y variables que integran la matriz de análisis.

Para la identificación de los marcos, los autores introducen una técnica de procesamiento computarizado de los datos que permite detectar las variables latentes (Igartua, 2006) en los textos mediante el agrupamiento sistemático de indicadores manifiestos. En contraste con los estudios deductivos, que procuran confirmar o desechar la presencia de encuadres genéricos, este procedimiento permite detectar la emergencia de nuevos *frames* propios del asunto analizado. El proceso de interpretación y contextualización de tales definiciones de la situación es labor del analista, cuya mirada comprensiva le permite caracterizar el ámbito discursivo en el cual las ideas y argumentos cobran sentido.

## **Matriz de análisis para la identificación de los encuadres de la LSCA**

A partir de la propuesta de Entman (1993, 2004), a continuación, se conceptualizan las funciones que integran los encuadres sobre la LSCA, así como las variables y los valores que estas pueden cobrar en cada unidad de análisis. De los cuatro *frame elements*, se hará foco en el primero y en el tercero, dado que su definición involucra el diálogo conceptual entre la perspectiva del Encuadre y las particularidades del caso de acuerdo con los estudios de Políticas de Comunicación. Con todo, en el gráfico 1 se despliegan los elementos, variables y categorías que completan el proceso de operacionalización que se llevó a cabo.

El primer componente involucra una arena o ámbito adonde sucede la acción, un tópico en el que puede clasificarse el acontecimiento y los actores que lo protagonizan mediante sus dichos y/o acciones. Las arenas en torno a la LSCA pueden ser la legislativa, la ejecutiva, la del poder político, la judicial, la empresarial y financiera, la relativa a la sociedad civil y la mediática. Para aquellos ámbitos no considerados en las categorías mencionadas, se incluye la posibilidad de computar otro ámbito.

El tópico alude al *issue* específico que resume el acontecimiento principal del que trata la noticia,<sup>2</sup> el cual se observa de modo manifiesto en el tex-

---

2 Un evento o acontecimiento es un suceso discreto que se encuentra limitado por el tiempo y el espacio (Rogers & Dearing, 1988).

to. Tal como consta en el gráfico 1, se identifican siete tópicos en el debate en torno a la LSCA, al cual se suma una octava categoría para otros cuya frecuencia de aparición es baja.

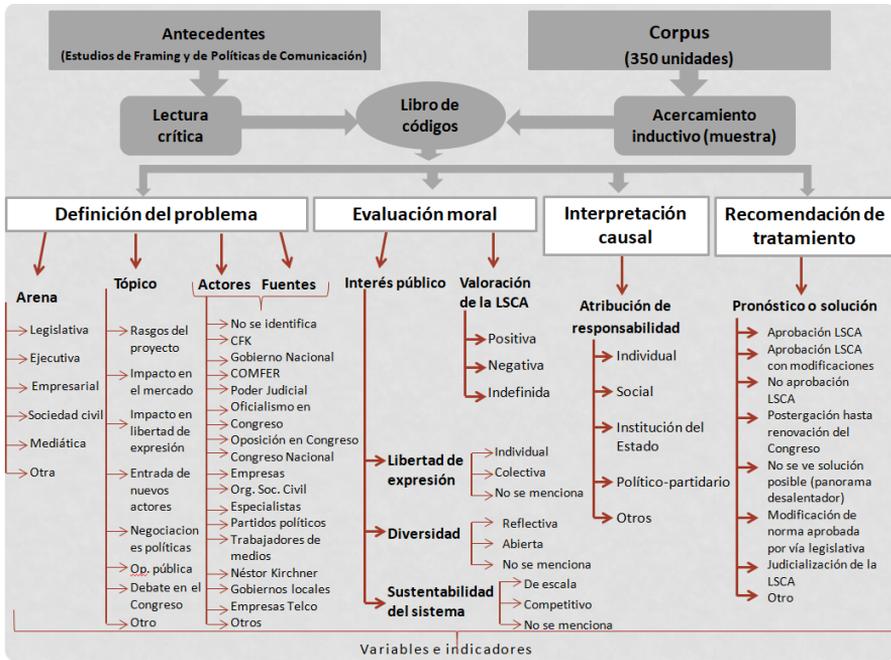
Las fuentes de información y los actores, principales y secundarios, constituyen las últimas cuatro variables que integran la definición del problema. Aunque las categorías diseñadas para unos y otros son las mismas —y, de hecho, pueden coincidir— ambas apuntan a roles diferentes en el relato noticioso. Las fuentes son aquellos a quienes el periodista observa o entrevista y aportan información como miembros o portavoces de grupos con diversos niveles de organización (Gans, 2004). El actor, en cambio, es la persona individual o colectiva involucrada de modo directo en los hechos relatados o presentada como sujeto de la acción. Para este trabajo se elaboró un sistema categorial de 16 opciones desplegadas en el gráfico 1 en función de las recurrencias observadas en una inducción cualitativa a una muestra del corpus.

La evaluación moral constituye la segunda dimensión central para la creación de los encuadres de la LSCA. Estas se expresan como sentencias acerca de lo que debe ser considerado bueno, y los deberes que ello entraña, y acerca de lo que debe ser considerado malo (Schmitt, 2009) para la comunidad. Así, se rastrean en las notas los aspectos más importantes de tres valores constitutivos de la LSCA en torno a los cuales giró el debate público: la sustentabilidad económica del sistema de medios, la diversidad y la libertad de expresión.

Cada uno de estos principios forma parte de uno de los tres tipos de bienestar que debe perseguir un marco regulatorio de los medios audiovisuales que procure promover el interés público: el político, el sociocultural y el económico (Van Cuilenburg & McQuail, 2003). Aunque el interés público constituye un concepto elástico, vago y complejo (Iosifidis, 2011; Just & Puppis, 2012; Papathanassopoulos & Negrine, 2010), se identifican en ella aportes para comprender el cambio de paradigma normativo (Elíades, 2015) que encarna la LSCA para la regulación del sector audiovisual.

En términos abstractos, existe consenso en la evaluación positiva de los tres valores protegidos por la LSCA. Sin embargo, buena parte de las posturas que tomaron los diversos actores involucrados en la discusión pública por la aprobación de la Ley se basaron en distintas miradas sobre ellos y sobre las relaciones que tejen entre sí. Por esa razón, este *frame element* está integrado por cuatro variables.

**Gráfico 1**  
**Matriz de análisis de los encuadres de la LSCA**



Fuente: Elaboración propia.

En primer lugar, se releva el tipo de valoración de la LSCA. Los juicios positivo y negativo aluden a los casos en que el debate o las implicancias de la aprobación de la norma son valorados como convenientes y/o deseables, por un lado, o inconvenientes y/o no deseables para la sociedad, por otro. El juicio no definido o ambiguo se computa cuando no se pueden identificar con claridad juicios negativos o positivos. También se computa cuando los juicios negativos y positivos se balancean en la misma nota.

En segundo término, se indaga la valoración de la libertad de expresión (Van Cuilenburg & McQuail, 2003). Se contemplan dos<sup>3</sup> posibles expresiones de esta variable en los textos: individual y colectiva o social. La prime-

3 Las variables relativas a los valores del interés público contemplan una tercera categoría: “no se menciona”, para aquellos casos en que no aparece ningún tipo de referencia al valor.

ra refiere a la posibilidad o imposibilidad que algunos medios o periodistas específicos tienen de pronunciar libremente sus opiniones e ideas en función de la actuación del Estado, considera que los procesos de desinversión impactan en el ejercicio de la libertad de expresión y/o alude a la libertad de prensa, de modo coherente con la *free speech tradition* (Loreti & Lozano, 2014). El carácter social o colectivo se computa cuando se menciona la importancia de una mayor participación de variados actores sociales en los medios, la necesidad de poner límites a las fuerzas del mercado y/o la discusión plural del proyecto de Ley, en sintonía con la concepción propuesta por la Corte Interamericana de Derechos Humanos (1985).

La segunda variable apunta al pluralismo y a la diversidad del sistema de medios y contempla dos categorías: el principio de diversidad reflectiva apunta a que la variedad de opiniones e *issues* que expresen los medios debe responder a aquello que prefieren consumir las audiencias. La diversidad abierta, en cambio, refiere a que los medios deben representar lo más acabadamente posible el abanico de voces, asuntos y opiniones que circulan socialmente, más allá de lo que demanden las audiencias (Van der Wurff & Van Cuilenburg, 2001).

La última variable que integra la definición de interés público alude a la sustentabilidad del sistema de medios. Esta puede asumir dos valores: economías de escala o mercado competitivo. Resulta difícil encontrar estos valores explícitamente expresados en los textos, dado el carácter técnico que revisten, por lo que se observa la presencia de argumentos afines a estos principios. En el primer caso, se considera que las medidas que buscan limitar la concentración de la propiedad mellan la rentabilidad de los medios o, más aun, la sustentabilidad de las empresas (Llorens-Maluquer, 2001). De acuerdo con el segundo valor, la apertura del mercado a nuevos actores impacta positivamente en su funcionamiento. Se lo computa, asimismo, cuando la concentración es caracterizada como un problema de orden económico que erosiona la competencia y la eficiencia del mercado (Doyle, 2002).

## **Corpus, codificación y fiabilidad**

El corpus del estudio está conformado por todos los artículos periodísticos publicados acerca de la LSCA en *El Cronista Comercial* y *Ámbito Financiero* a partir del primer día del mes en que se presentó el anteproyecto de ley —el 1 de marzo de 2009— y el último del mes en que se aprobó la norma —el 31 de octubre—. En total, se recabaron 350 unidades.

Todas las unidades sometidas al análisis de contenido cuantitativo fueron seleccionadas y codificadas con arreglo a idénticas normas detalladas y manifiestas (Colle, 2011; Igartua, 2006). La inmersión cualitativa (Neuendorf, 2002) que se llevó a cabo a una muestra de 50 unidades —el 14,3%<sup>4</sup> de las notas— permitió identificar las “variables críticas” del estudio (Igartua, 2006) en diálogo con los rasgos de la LSCA y de los diarios.

La calidad de los datos obtenidos mediante esta técnica se vincula con tres aspectos: una precisa conceptualización y operacionalización de las variables, la instrucción de quienes llevarán a cabo la codificación y los niveles de “fiabilidad intercodificadores”. Este mide los niveles de acuerdo entre los datos recogidos por distintos investigadores que abordaron los mismos contenidos con idéntico libro de códigos (Igartua & Humanes, 2004).

En este trabajo, cuatro codificadores participaron de la recolección de los datos. Para medir el grado de acuerdo entre las variables se utilizaron dos coeficientes: Alfa de Krippendorff ( $\alpha$ ) y Kappa de Cohen ( $\kappa$ ).<sup>5</sup> Todos los cálculos de los coeficientes de fiabilidad (Krippendorff, 2004) resultaron por arriba de 0.85.

## **Análisis y resultados. Los encuadres de la LSCA**

Esta fase del trabajo procura conformar los *frames* mediáticos de la LSCA en los diarios económicos, analizar su evolución y comparar las coberturas.

En primer término, se lleva a cabo un análisis estadístico de conglomerados o *clusters*. Este método busca agrupar las unidades en conjuntos lo más semejantes posible. El procesamiento identifica, a través de algoritmos matemáticos, conjuntos de características afines en un universo de casos que aparenta ser heterogéneo (Vilà-Baños et al., 2014). Como resultado, cada caso es asignado a un grupo específico que, en última instancia, conforma un encuadre.

Del procesamiento de los datos surge una solución óptima de tres *clusters* o *frames*. La lectura interpretativa de cada conjunto permitió denominarlos ‘disputa política e institucional’, ‘interés público empresario’ e ‘interés público sociocultural’.

El primer conglomerado agrupa el 55,4% de los casos del universo. El encuadre refiere fundamentalmente a las disputas y negociaciones que se

---

4 Si bien existe acuerdo entre los teóricos del análisis de contenido respecto de que la muestra debe ser del 10% de las unidades, se recomienda que esta no sea menor a 50 unidades en total (Igartua, 2006).

5 A fin de conocer el Alfa de Krippendorff ( $\alpha$ ) la versión de SPSS utilizada fue macro 3.0, en sintonía con lo propuesto por Hayes y Krippendorff (2007).

producen entre las distintas fuerzas políticas en el marco del PLN, ámbito en el cual se debatió el proyecto normativo. La tabla 1 sintetiza las categorías más importantes de este encuadre.

Se observa que la mayor parte de las notas que citan dos fuentes, enfrentan posturas opuestas ante la LSCA, lo cual aporta al componente de conflicto. Idéntico comportamiento se evidencia respecto de los actores protagonistas de las noticias.

**Tabla 1**  
**Frame elements y variables de la ‘Disputa política e institucional’**

Elementos y variables		Categorías
Definición del problema	Arena	Legislativa
	Tópico	Tratamiento del proyecto en el Congreso Negociaciones políticas
	Fuente principal	Oposición política en el PLN Oficialismo político en el PLN
	Fuente secundaria	No hay Oposición política en el PLN Oficialismo político en el PLN
	Actor principal	Oposición política en el PLN Oficialismo político en el PLN
	Actor secundario	Oposición política en el PLN Gobierno de la Nación
Atribución causal	Atribución de responsabilidad	Institucional Política
Evaluación moral	Valoración LSCA	No definida o ambigua
	Libertad de expresión	-
	Diversidad	-
	Sustentabilidad	-
Recomendación de tratamiento	Solución propuesta	No se hace mención Aprobación de la LSCA Aprobación de la LSCA con modificaciones.

Fuente: Elaboración propia.

El alto grado de institucionalización en el marco de este encuadre se relaciona con el “sesgo de trastorno de autoridad” (*authority-disorder bias*) (Bennett, 2012, p. 63), tendencia que puede combinarse con episodios noticiosos personalizados, dramatizados o fragmentados. Esto porque su rasgo central consiste en el alto énfasis de las noticias en las acciones de las autoridades —si toman las riendas o pierden el control, si ganan, pierden o negocian— y en establecer “si la situación en cuestión parece moverse en una dirección más ordenada y tranquilizadora o desordenada y perturbadora”. Así, no son tan importantes los detalles del debate de la política pública como los aspectos dramáticos y controversiales que lo rodean. La valoración indefinida de la iniciativa debatida en el Congreso y la nula frecuencia de aparición de los valores que integran los tipos de bienestar incluidos en la noción de ‘interés público’ son coherentes con los rasgos generales de este *frame*.

El nivel de generalidad de este encuadre permite vincularlo con la definición de “guion” (*script*) que propone Entman (2004). Es decir, como un modelo estandarizado de procesamiento de información que los periodistas utilizan para tratar los asuntos de interés público. La principal diferencia entre los “guiones” y los “encuadres” radica en que los primeros encauzan las historias, mientras que los segundos promueven definiciones de la situación que conlleven evaluaciones morales y proponen un tipo de tratamiento para los acontecimientos relatados (Entman, 2004, pp. 6-7). En efecto, la disputa en torno a la LSCA y sus implicancias político-partidarias cobran protagonismo en detrimento la evaluación moral de la medida y los pronósticos en torno a ella.

**Tabla 2**  
**Frame elements y variables del ‘Interés público empresarial’**

Elementos y variables		Categorías predominantes
Definición del problema	<b>Arena</b>	Empresarial y financiera Poder político
	<b>Tópico principal</b>	Impacto de la norma en el mercado mediático Características del proyecto / de la LSCA
	<b>Fuente principal</b>	Empresas de comunicación Gobierno de la Nación
	<b>Fuente secundaria</b>	Empresas de comunicación Gobierno de la Nación
	<b>Actor principal</b>	Gobierno de la Nación Empresas de comunicación

	<b>Actor secundario</b>	Empresas de comunicación Gobierno de la Nación
<b>Atribución causal</b>	<b>Atribución de responsabilidad</b>	Política Individual
<b>Evaluación moral</b>	<b>Valoración LSCA</b>	Negativa Positiva
	<b>Libertad de expresión</b>	Individual
	<b>Diversidad</b>	Reflectiva
	<b>Sustentabilidad</b>	Economías de escala
<b>Recomendación de tratamiento</b>	<b>Solución propuesta</b>	No se vislumbra solución Judicialización de la Ley

Fuente: Elaboración propia.

El segundo *cluster* reúne el 25,5% de los casos. Se lo denomina ‘Interés público empresario’, en tanto fija los parámetros para el debate en función de argumentos que privilegian los criterios económicos por sobre los políticos y culturales. Los valores priorizados se corresponden con una mirada contradictoria con los principios sostenidos por el texto normativo. La tabla 2 sintetiza las categorías más importantes del encuadre.

La acción noticiosa evoca situaciones que giran alrededor de los rasgos del texto de la LSCA dirigidos a regular el funcionamiento del mercado de medios, así como de las consecuencias económico-financieras que la norma tendría para las dinámicas de dicho mercado. Frecuentemente, el protagonismo del Gobierno nacional está asociado a causas —o responsabilidades— de tipo político-partidarias o de carácter individual mucho más que a su rol institucional. Ello da cuenta de una tendencia de los periódicos a la “personalización” (Bennett, 2012), es decir, a desarrollar relatos más centrados en los actores que en de los eventos en sí. En contrapartida, se sobrevaloran los motivos y las intenciones personales o político-partidarias en las atribuciones de responsabilidad, al tiempo que se subestima el papel que desempeña el contexto (Iyengar, 1991).

La mirada individual de la libertad de expresión, la diversidad de tipo reflectiva y las economías de escala no aparecen explícitamente menciona-

das en los textos. En cambio, se menciona la libertad de prensa y se advierte la potencial amenaza para su ejercicio en el marco del sistema democrático que significaría la LSCA. Además, se sostiene que la reestructuración del sistema que impondrían los límites a la propiedad de licencias o la obligación de producir contenidos locales, afectaría la pluralidad de voces del sector privado comercial y se considera que el deber de desinvertir acarrearía un serio peligro para la sustentabilidad o la seguridad jurídica de las empresas o grupos mediáticos que superan los límites dispuestos por la Ley.

**Tabla 3**  
**Frame elements y variables del ‘Interés público sociocultural’**

Elementos y variables		Categorías predominantes
Definición del problema	Arena	De la sociedad civil Legislativa
	Tópico principal	Características del proyecto/de la LSCA Impacto en la libertad de prensa y/o expresión
	Fuente principal	Organizaciones de la sociedad civil Especialistas
	Fuente secundaria	No hay
	Actor principal	Organizaciones de la sociedad civil Gobierno de la Nación
	Actor secundario	Gobierno de la Nación Organizaciones de la sociedad civil
Atribución causal	Atribución de responsabilidad	Institucional Política
Evaluación moral	Valoración LSCA	No definida Positiva
	Libertad de expresión	Colectiva
	Diversidad	Abierta
	Sustentabilidad	Mercado competitivo
Recomendación de tratamiento	Solución propuesta	Aprobación de la LSCA

Fuente: Elaboración propia.

El último conglomerado agrupa el 19,1% de los casos del universo. El *frame* representa la mirada en la cual se priorizan los valores de tipo socio-cultural y político por sobre los del bienestar económico y tiende a coincidir con las posturas favorables a la LSCA. La tabla 3 sintetiza las categorías más importantes del *frame*.

Los actores estatales y los pertenecientes a la sociedad civil adquieren mayor protagonismo como agentes capaces de incidir en el desarrollo de los eventos que se relatan. La evaluación moral que promueve este encuadre es coherente, en términos generales, con el enfoque de interés público protegido por el texto de la LSCA. Así, la mirada colectiva de la libertad de expresión se combina con un enfoque abierto de la diversidad y el pluralismo y con una comprensión del mercado mediático en términos competitivos. No obstante, esta valoración del interés público no deriva necesariamente en un juicio positivo del proyecto de ley de SCA, pues conviven miradas contradictorias. De ello se infiere que el argumento general promovido por este *frame* no puede emparentarse linealmente con el apoyo de la iniciativa legislativa, aunque coincida, en términos generales. Sucede que algunas posturas críticas a la norma se fundan, justamente, en los mismos valores que esta procura proteger.

El segundo objetivo específico del trabajo se proponía analizar la evolución temporal de los encuadres a lo largo del debate y la sanción de la norma. Esta es representada en el gráfico 2, según cuatro etapas de desarrollo del caso: 1) de debate público: a partir de la presentación del anteproyecto de ley (18 de marzo) hasta su envío al Congreso de la Nación (28 de agosto); 2) tratamiento en la Cámara Baja: entre el 31 de agosto y el 18 de septiembre, un día después de haber obtenido media sanción; 3) tratamiento en el Senado: desde el 21 de septiembre hasta el 9 de octubre, un día antes de convertirse en Ley;<sup>6</sup> 4) de repercusiones: entre el 12 y el 30 de octubre de 2009.

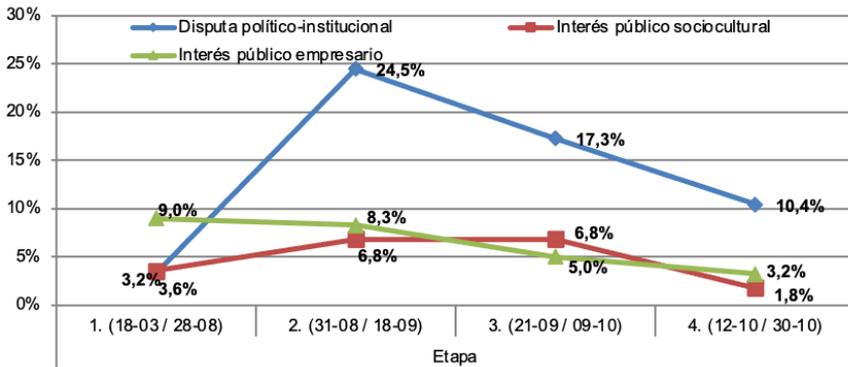
Del gráfico se desprende que los tres encuadres están presentes durante las 36 semanas estudiadas, aunque el comportamiento de cada uno varía de modo singular. La disputa política e institucional fluctúa de modo concomitante con la frecuencia general del caso. En tanto, el interés público empresario presenta una menor frecuencia global, que decrece conforme avanzan las semanas. El encuadre interés público sociocultural, finalmente, es el de

---

6 La LSCA fue aprobada durante la madrugada del sábado 10 de octubre, día en que no se editan los diarios económicos. Por esa razón, la fase se cierra el viernes 9, cuando ambos periódicos adelantan que el proyecto se convertiría en Ley.

menor nivel de aparición en términos generales, aunque se mantiene estable durante las fases de mayor relevancia del caso.

**Gráfico 2**  
**Evolución temporal de los frames según etapas del período**  
**(1 de marzo-31 de octubre de 2009). *El Cronista Comercial***  
**y *Ámbito Financiero***

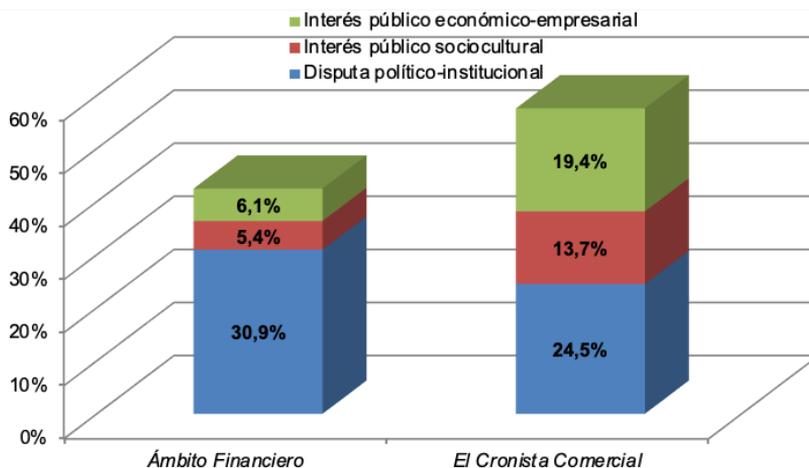


Fuente: Koziner, 2017.

El último objetivo específico apuntaba a comparar el tratamiento que ambos diarios le dieron al caso. En este sentido, los datos que arroja el gráfico 3 son elocuentes: aunque los tres encuadres están presentes en los dos periódicos, en *Ámbito Financiero* siete de cada diez notas son encuadradas como una disputa política e institucional, reservando un espacio sensiblemente menor a los encuadres específicos de la LSCA. *El Cronista Comercial*, en cambio, no solo ofrece una cobertura globalmente más abundante sino también más heterogénea respecto de los modos de encuadrar el debate por la Ley.

En estas diferencias es posible observar las huellas del perfil editorial de los diarios. En *Ámbito Financiero* predominó ampliamente el componente controversial que suele caracterizar todas las coberturas de asuntos políticos y se prestó menor atención a los aspectos específicos del caso. Aun cuando en *El Cronista Comercial* también predominó el frame disputa política e institucional, los otros dos también fueron relevantes. Especialmente, el interés público empresarial, que se destacó en las notas del género argumentativo y, dentro de estas, en los editoriales.

**Gráfico 3**  
**Presencia de los encuadres ‘Disputa política e institucional’, ‘Interés público empresarial’ e ‘Interés público sociocultural’ (1 de marzo-31 de octubre de 2009). *El Cronista Comercial* y *Ámbito Financiero***



Fuente: Koziner, 2017.

## Discusión y conclusiones

El presente artículo se propuso analizar el tratamiento que los diarios económicos argentinos hicieron del derrotero que recorrió el proceso de debate y sanción de la LSCA, asumiendo que el asunto reviste sumo interés para este sector de los medios, tanto por integrar el campo de los actores alcanzados por la norma, cuanto por constituir un asunto con consecuencias económicas para buena parte del sector.

Tres fueron los marcos hallados: ‘disputa política e institucional’, ‘interés público empresarial’ e ‘interés público sociocultural’. La disputa política e institucional podría pensarse menos como un encuadre y más como un “guion” (*script*), en el sentido definido por Entman (2004, p. 6).

El interés público empresarial logra imprimir una mirada negativa de la LSCA, mientras el interés público sociocultural sintetiza una postura emparentada con los argumentos sostenidos por la iniciativa, pero no totalmente alineada

con ella. No fue casual que este encuadre hubiera sido el menos relevante, habida cuenta de que, coherentemente con lo sostenido por la Ley, propuso una visión renovada acerca de cómo debía evaluarse moralmente la regulación en comunicación audiovisual. Así, resultó contradictoria con la tradición normativa argentina del campo, favorable a la lógica comercial y privada de funcionamiento.

La evolución temporal de los tres *frames* no fue homogénea; tampoco la relevancia que cobraron en la superficie de los periódicos. El comportamiento del encuadre ‘disputa política e institucional’ fluctuó de modo concomitante con la frecuencia general de la cobertura de la Ley, por lo que estuvo fuertemente vinculado con el devenir de los acontecimientos. Se infiere, así, que predominó un abordaje fundamentalmente episódico, centrado en eventos concretos con un alto grado de controversia y dramatismo.

La interpretación del comportamiento de los encuadres en cada diario puede ponerse en relación con dos aspectos centrales: el modo en que la iniciativa regulatoria dialogó con la historia y situación de cada uno y las tradiciones editoriales del periodismo económico en las cuales podrían filiarse.

La LSCA retomó algunos puntos de un reclamo histórico contra Clarín por parte de Julio Ramos, creador de *Ámbito Financiero*, por la conformación y exponencial crecimiento del grupo empresario a partir de la década de los noventa (Ramos, 1993; Ulanovsky, 2011). No obstante, la postura crítica hacia este tipo de procesos, incluso cuando se afirmaba que impactaban sobre la libertad de expresión, se fundaban en una concepción de interés público ligeramente divergente a la propuesta por la LSCA. Desde aquel punto de vista, la libre competencia y las reglas antimonopólicas son los valores centrales para cualquier política de medios, por lo que la intervención estatal debe limitarse a garantizar esas condiciones.

En términos generales, *Ámbito* se ubicó como un observador externo de un debate político que lo involucraba solo indirectamente. Los encuadres específicos de la LSCA podrían considerarse más como filtraciones de los modos de definir la medida por parte de las fuentes y de los actores que participaron del debate y menos como definiciones compartidas por la línea editorial del periódico.

La estructura de propiedad de *El Cronista Comercial* colocó a esta institución periodística en una situación particular, pues su propietario, Francisco De Narváez, se encontraba en infracción a la Ley por ser diputado nacional y licenciatario del canal de televisión América TV. Su postura institucional fue compatible con la definición propuesta por el interés público empresario y quedó expresada, en buena medida, en los editoriales dedica-

dos al asunto. En línea con ello, se observó una mayor presencia del sector empresario en sus páginas, como fuente y como protagonista de la acción relatada. La cobertura de *El Cronista* resultó más heterogénea que la de su competidor en términos de los *frames* presentes en el tratamiento informativo y de las fuentes y actores involucrados.

Amén de las diferencias, la centralidad de los actores oficiales, la jerarquización de las arenas legislativa y ejecutiva por sobre los debates en la sociedad civil y la controversia como eje central de las noticias fueron elementos comunes a los dos diarios.

Finalmente, en ambos periódicos es posible hallar huellas de los dos modelos originarios del periodismo económico: el estadounidense, en *El Cronista* y el británico, en *Ámbito*. En este último, la información se mezcla con el análisis, los comentarios y las predicciones. Además, se caracteriza por el uso frecuente del *off the record*. El estadounidense, en cambio, suele separar con mayor claridad la información de la opinión y la primera está acompañada de mayor cantidad de fuentes, generalmente institucionales. La opinión suele articularse con voces externas y expertas en el campo.

Además de los hallazgos específicos a los que ha arribado este trabajo, interesa recalcar un factor en relación con los encuadres: la creación, cristalización y circulación de estos patrones organizadores de los sentidos de las noticias son el resultado de dinámicas en las cuales interactúan diversos factores —culturales, económicos, políticos— que desbordan a los textos, aunque se plasman en ellos. Los encuadres son principios persistentes que integran todas las instancias del proceso comunicacional y que deben ser compartidos en algún nivel por las sociedades en las cuales se desarrollan para ser significativos y comunicables. Es preciso considerar, entonces, que, aunque los *frames* del tratamiento de la LSCA no hayan nacido en la prensa analizada, fueron claves poderosas en la organización del sentido de sus contenidos.

## **Apoyos y soporte financiero de la investigación**

Entidad: Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)

País: Argentina

Ciudad: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Proyecto subvencionado: Beca doctoral PG 11 2012-2017

## Bibliografía

- Ali, C., & Puppis, M. (2018). When the watchdog neither barks nor bites: Communication as a power resource in media policy and regulation. *Communication Theory*, 28(3), 270-291. <https://doi.org/10.1093/ct/qtx003>
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2018). Políticas de medios del kirchnerismo. Análisis de las políticas de comunicación 2003- 2015 y agenda pendiente. En *Medios en guerra* (1°). Biblos.
- Bennett, W.L. (2012). *News. The Politics of Illusion* (9°). Pearson Education, Inc.
- Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político* (1°). Gustavo Gili.
- Colle, R. (2011). El análisis de contenido de las comunicaciones. En *Colección Cuadernos Artesanos de Latina* (9°, Vols. 11-12-13). Sociedad Latina de Comunicación Social. <https://bit.ly/3bTi77v>
- Opinión Consultiva OC-5/85: La Colegiación Obligatoria de periodistas (arts. 13 y 29 de la Convención Americana de Derechos Humanos) (1985). <https://bit.ly/2LFZZTX>
- Doyle, G. (2002). *Media Ownership* (1°). Sage Publications.
- Elíades, A. (2015). *Derecho a la Comunicación y 30 años de democracia* (1°). EDULP.
- Entman, R.M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R.M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy*. University of Chicago Press.
- Gamson, W.A. (1992). The social psychology of collective action. En A.D. Morris & C. McClurg Mueller (Eds.), *Frontiers in social movement theory* (pp. 53-76). Yale University Press.
- Gans, H.J. (2004). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time* (2°). Northwestern University Press.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Mass.
- Hayes, A. F., & Krippendorff, K. (2007). Answering the call for a standard reliability measure for coding data. *Communication Methods and Measures*, 1, 77-89. <http://www.afhayes.com/spss-sas-and-mplus-macros-and-code.html>
- Igartua, J.J. (2006). El análisis de contenido. En *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación* (1°, pp. 175-229). Bosch.
- Igartua, J.J., & Humanes, M. L. (2004). El método científico aplicado a la investigación en comunicación social. *Portal de la Comunicación InCom-UAB. Aula abierta. Lecciones básicas, 1986*, 18. <https://bit.ly/3ixjREQ>

- Iosifidis, P. (2011). Global Media and Communication Policy. En *Journal of Broadcasting & Electronic Media* (1°). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1177/1742766507082572>
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues* (1°). The University of Chicago Press. <https://bit.ly/2LOLvK4>
- Just, N., & Puppis, M. (2012). *Trends in Communication Policy Research. New Theories, Methods and Subjects* (1°). Intellect.
- Kircher, M. (2005). Prensa escrita: actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica. *Revista de Historia*, 10, 115-122. <https://bit.ly/2KzSmhe>
- Koziner, N. (2015). El Framing: un programa de investigación para el estudio de las comunicaciones mediáticas. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, 14(28), 22-45. <https://doi.org/10.5902/21754977>
- Koziner, N. (2017). *La prensa económica y el debate sobre los medios. Análisis de la cobertura informativa del proceso de discusión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Ámbito Financiero y El Cronista Comercial (marzo-octubre de 2009)*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Krippendorff, K. (2004). Reliability in Content Analysis: Some Common Misconceptions and Recommendations. *Human Communication Research*, 30(3), 411-433. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2958.2004.tb00738.x>
- Llorens-Maluquer, C. (2001). *Concentración de empresas de comunicación y el pluralismo: la acción de la Unión Europea*. Universitat Autònoma de Barcelona. <https://bit.ly/2LOM264>
- Loreti, D., & Lozano, L. (2014). *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas* (1°). Siglo XXI Editores.
- Mariño, M.V., & López-Rabadán, P. (2009). Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *Zer*, 14(26), 13-34. <https://bit.ly/2XYepBq>
- Matthes, J., & Kohring, M. (2008). The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity. *Journal of Communication*, 58(2), 258-279. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x>
- Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guidebook* (1°). Sage.
- Papathanassopoulos, S., & Negrine, R. (2010). *Communications Policy. Theories and Issues* (1°). Palgrave Macmillan.
- Ramos, J.A. (1993). *Los cerrojos a la prensa* (1°). Editorial Amfin.

- Rogers, E.M., & Dearing, J.W. (1988). Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? En J. A. Anderson (Ed.), *Communication yearbook 11* (1º, pp. 555-594). Sage.
- Schmitt, C. (2009). *El concepto de lo político*. Alianza Editorial. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Ulanovsky, C. (2011). *Paren las rotativas. Diarios, revistas y periodistas (1970-2000)* (2º edición). Emecé.
- Van Cuilenburg, J., & McQuail, D. (2003). Cambios en el paradigma de política de medios. Hacia un nuevo paradigma de políticas de comunicación. *European Journal of Communication*, 18(2), 181-207.
- Van der Wurff, R., & Van Cuilenburg, J. (2001). Impact of Moderate and Ruinous Competition on Diversity: The Dutch Television Market. *Journal of Media Economics*, 14(4), 213-229. <https://doi.org/10.1207/S15327736ME1404>
- Van Gorp, B. (2007). The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. *Journal of Communication*, 57(1), 60-78. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00329.x>
- Vilà-Baños, R., Rubio-Hurtado, M.J., Berlanga-Silvente, V., & Torrado-Fonseca, M. (2014). Cómo aplicar un cluster jerárquico en SPSS. *REIRE. Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 7(1), 113-127. <https://doi.org/10.1344/reire2014.7.1717>

Fecha de envío:2020/10/31; Fecha de aceptación: 2021/01/18;

Fecha de publicación: 2021/03/01



# Inteligencia Artificial, algoritmos y libertad de expresión

## *Artificial Intelligence, algorithms and freedom of expression*

**Manuel Ernesto Larrondo**

Universidad Nacional de La Plata

[larrondomanuel@gmail.com](mailto:larrondomanuel@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-0569-502X>

**Nicolás Mario Grandi**

Universidad Nacional de La Plata

[drgrandinicolos@hotmail.com](mailto:drgrandinicolos@hotmail.com)

<https://orcid.org/0000-0003-4191-8849>

### **Resumen**

La Inteligencia Artificial puede presentarse como un aliado al momento de moderar contenidos violentos o de noticias aparentes, pero su utilización sin intervención humana que contextualice y traduzca adecuadamente la expresión deja abierto el riesgo de que se genere censura previa

En la actualidad esto se encuentra en debate dentro del ámbito internacional dado que, al carecer la Inteligencia Artificial de la capacidad para contextualizar lo que modera, se ésta presentando más como una herramienta de censura previa indiscriminada, que como una moderación en busca de proteger la libertad de expresión.

Por ello luego de analizar la legislación internacional, informes de organismos internacionales y los términos y condiciones de Twitter y Facebook, sugerimos cinco propuesta tendientes a mejorar la moderación algorítmica de contenidos.

En primer término proponemos que los Estados compatibilicen sus legislaciones internas respetando los estándares internacionales de libertad de expresión. También instamos a que desarrollen políticas públicas consistentes en implementar legislaciones protectoras de las condiciones laborales de supervisores humanos sobre las decisiones automatizadas de remoción de contenido.

Por su parte, entendemos que las redes sociales deben presentar términos y condiciones claros y consistentes, adoptar políticas internas de transparencia y rendición de cuentas acerca de cómo opera la IA en la difusión y remoción de contenido en línea y, finalmente, deben realizar evaluaciones previas de impacto de su IA a los derechos humanos.

### **Palabras clave**

Inteligencia Artificial, moderación automática de contenidos, *fakenews*, libertad de expresión, redes sociales.

**Forma sugerida de citar:** Grandi, N. (2021). Inteligencia Artificial, algoritmos y libertad de expresión. *Universitas*, 34, pp. 177-194.

### **Abstract**

*Artificial Intelligence can be presented as an ally when moderating violent content or apparent news, but its use without human intervention that contextualizes and adequately translates the expression leaves open the risk of prior censorship.*

*At present this is under debate within the international arena given that, since Artificial Intelligence lacks the ability to contextualize what it moderates, it is presented more as a tool for indiscriminate prior censorship, than as a moderation in order to protect the freedom of expression.*

*Therefore, after analyzing international legislation, reports from international organizations and the terms and conditions of Twitter and Facebook, we suggest five proposals aimed at improving algorithmic content moderation.*

*In the first place, we propose that the States reconcile their internal laws while respecting international standards of freedom of expression. We also urge that they develop public policies consistent with implementing legislation that protects the working conditions of human supervisors on automated content removal decisions.*

*For its part, we understand that social networks must present clear and consistent terms and conditions, adopt internal policies of transparency and accountability about how AI operates in the dissemination and removal of online content and, finally, they must carry out prior evaluations impact of your AI on human rights.*

### **Keywords**

*Artificial Intelligence, automatic content moderation, fake news, freedom of expression, social networks.*

---

## **Inteligencia Artificial y libertad de expresión. Planteo del problema y anticipo de propuesta**

La libertad de pensamiento y expresión humana es la base fundamental de toda sociedad democrática.

Así lo reconocen el art. 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos al igual que el art 18 (libertad de pensamiento) y art 19, 1) y 2) del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (PIDCP) al prever que “nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones” así como también que toda persona gozará del derecho a “buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole” sin consideración de fronteras o “procedimiento” que elija (ONU, 1966).

Sin embargo, al mismo tiempo dicho artículo reconoce que ese derecho puede estar sujeto a restricciones que deben ser fijadas por ley necesaria para: a) asegurar el respeto a los derechos o a la reputación de los demás y b) la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

Por su parte, el Sistema Interamericano de Derechos Humanos consagra en igual sentido y alcance de protección amplia a ese derecho en el artículo 13 de la Convención Americana, con la particularidad de que expresamente prohíbe la censura bajo cualquier modalidad y solo la contempla en forma previa para proteger a los derechos de la niñez y adolescencia. En igual sentido, destaca que quien ejerza este derecho se encuentra sujeto a las responsabilidades ulteriores que deben estar fijadas por ley respetando su necesidad, legitimidad y proporcionalidad.

Respecto a las posibles restricciones y responsabilidades posteriores al ejercicio del derecho, advertimos que el Comité de DDHH de la ONU —interpretando los alcances del art. 19 del PIDCP— se inclina por una postura aún más protectora al considerar que la libertad de opinión “no autoriza excepción ni restricción alguna” a su ejercicio, ya sea “por ley u otro poder” (ONU, 2011).

Es evidente que los límites y alcances del ejercicio de este derecho son centro de análisis e interpretación complementaria de parte de los principales organismos internacionales.

Sin ir más lejos, basta con citar la vigencia de la OC 5/85 dictada por la Corte Interamericana que señala que la libertad de expresión no se agota en su faz individual, sino que comprende además a la dimensión colectiva, subrayando que el libre pensamiento y su difusión son inseparables, de forma tal que una limitación previa —estatal o privada— a cualquiera de ellos, sería incompatible con los estándares interamericanos que protegen a este derecho (Sec. Gral. OEA, 2017).

En Argentina, la Corte Suprema de Justicia de la Nación (CSJN), ha seguido igual sintonía remarcando que la libertad de expresión es una de las libertades de mayor relevancia, en tanto que, sin su debida protección, el sistema democrático funcionaría solo de forma aparente.

En efecto, la libertad de expresión, en su faz colectiva, busca garantizar el debate público a fin de facilitar oportunidades de expresión a los diversos estamentos de la sociedad con el fin de que todas las personas puedan dar a conocer sus ideas y opiniones, evitándose así que predomine una o un grupo por sobre otros (CSJN, 2013).

Estos estándares intercontinentales fueron consensuados a lo largo de casi todo el siglo XX y principios del presente siglo XXI. Con la irrupción de las redes sociales y demás intermediarios en línea llegó el momento en que prácticamente la mitad de la población mundial ejerce la triple acción de difundir, investigar y difundir información a través de Internet por medio de las principales plataformas que emplean “Inteligencia Artificial” (en adelante IA) con las que interactuamos día a día.

Ahora bien, ¿qué es la IA? De momento no se ha logrado consensuar una única definición a nivel mundial. En esta ocasión nos inclinaremos por citar aquella que brinda la Relatoría Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión de la ONU al decir que “es una ‘constelación’ de procesos y tecnologías que permiten que las computadoras complementen o reemplacen tareas específicas que de otro modo serían ejecutadas por seres humanos, como tomar decisiones y resolver problemas” (ONU, 2018).

Agrega la Relatoría que en la base de la IA están los “algoritmos” que son códigos informáticos diseñados y escritos por seres humanos. Toda clase de dato que procesa un algoritmo es traducida y arroja un resultado determinado tales como inferencias, sugerencias o predicciones. Así, el caudal de infinitos datos que genera una persona por segundo al interactuar en la red, conlleva al necesario desarrollo de la IA ante la imposibilidad material de que una persona pueda hacerlo por sí sola en poco tiempo y de forma eficiente.

Bastará como muestra de ello advertir que el volumen de generación de datos en línea crece exponencialmente cada segundo, a punto tal que en solo un minuto de navegación en Internet en Google se llevan adelante más de tres millones de búsquedas, en Facebook se envían más de treinta millones de mensajes y se ven más de dos millones de videos, en Twitter se publican más de cuatrocientos cincuenta mil tuits, en Instagram se postean más de cuarenta y seis mil fotos, en YouTube se suben más de cuatro millones de horas de videos y casi el doble en Netflix. A esta gran cantidad de información se la ha denominado big data, y surge de la interrelación de nuestros aparatos electrónicos conectados en la Web. Ya la capacidad de almacenamiento no se mide más en kilobyte compuesto por un número de cuatro cifras, sino que la evolución nos ha llevado a los bytes, el cual tiene de veintisiete cifras (DAUS, 2019), es decir, la información es seiscientos veces mayor.

Este inmenso caudal de datos que generamos a través de las redes sociales e intermediarios conforman un excéntrico lugar virtual en el que conflui-

mos con otras personas, al igual que con “bots” y demás sistemas automatizados basados en IA.

Si bien estos últimos coadyuvan al ejercicio humano de la libre expresión, al mismo tiempo han surgido evidencias concretas que nos alertan sobre el serio riesgo de que, poco a poco, la IA “usurpe” el derecho humano a recibir, investigar y difundir contenido en línea al decidir, de forma automatizada qué contenido perdura y cuál es removido según sus “términos y condiciones”.

Una primera aproximación al empleo de IA de parte de las plataformas podría considerarse adecuado para la remoción de contenido violento, de desinformación o de aquel que incite al odio, por ejemplo.

Sin embargo, anticipando el desarrollo y conclusión de nuestra propuesta, consideramos que sin moderación humana que contextualice y traduzca adecuadamente la expresión en línea, puede existir un serio riesgo de que las plataformas otorguen prevalencia a la IA como moderadora automatizada de contenido en línea, incumpliendo así con los estándares internacionales anteriormente referidos en relación con que el derecho humano a recibir, investigar y difundir sería limitado no ya por una ley necesaria, con fin legítimo y proporcional sino por una “constelación” de facto conformada por algoritmos inhumanos.

Por lo tanto, nuestro trabajo consistirá en comenzar por explicar de qué manera los organismos internacionales conceptualizan y diagnostican el uso de la IA en la moderación automatizada de contenido en línea, así como también apuntaremos sus principales ventajas y desventajas. Seguidamente analizaremos cuáles son las implicancias de la IA en el ejercicio de la libertad de expresión a través de las plataformas como Facebook y Twitter en miras a evaluar si su implementación ha coadyuvado en los últimos tiempos a restringir o no a la expresión. Finalmente, y con base en el marco fáctico y jurídico analizado, postulamos la necesaria intervención de la supervisión humana cuando la IA sugiera la remoción de contenido en línea de interés público.

## **IA y moderación automatizada de contenido en línea. Razones de su implementación y la necesaria supervisión humana**

La IA suele ser considerada como un conjunto de sistemas tecnológicos automáticos e imparciales tendientes a facilitar la eficacia en la moderación de contenidos en busca de mitigar posibles discursos de odio, discriminato-

rios, terroristas, etc., y así mejorar la experiencia de sus usuarios y la construcción de ciudadanía.

Sin embargo, la ONU ha remarcado que, en el campo de la moderación de contenido, si bien la IA tiene sus aristas positivas también se resaltan las negativas.

Entre los beneficios del uso de IA, destaca la ONU que la selección personalizada de contenido aumenta la experiencia en línea de cada persona permitiendo encontrar rápidamente la información solicitada, incluso en diversos idiomas. Sin embargo, esa virtud inicial tiene como elemento disvalioso la limitación de que cada persona pueda acceder a diversos puntos de vista, interfiriendo así con la posibilidad personal de ahondar y confrontar distintas ideas y opiniones con individuos que tengan otra posición ideológica. Política, religiosa o social. De esta manera, esa segmentación de contenido que aparenta ser muy útil y eficaz, podría al mismo tiempo reforzar las creencias individuales y llevar a la exacerbación de contenidos violentos o bien a la desinformación con el solo fin de mantener la participación en línea del usuario (ONU, 2018).

Sandra Álvaro explica que los algoritmos ya son parte de nuestra vida cotidiana poniendo como ejemplo a Facebook quien tiene un algoritmo llamado Edgerank que analiza nuestros datos de navegación —los “me gusta” que ponemos, los amigos que tenemos y los comentarios que hacemos— y con ello nos perfila con el fin de mostrarnos aquellas historias que nos gustan y ocultarnos aquellos que nos aburren y mostrarnos nuevos amigos que concuerden con nuestro perfil e ideología (Álvaro, 2014).

Esta situación, que genera una suerte de burbuja informativa, ha despertado el interés de la Unión Europea en tanto alerta que los seres humanos que interactúan con los sistemas de IA deben ser capaces de mantener una autodeterminación plena y efectiva sobre sí mismos y de poder participar en el proceso democrático. Por eso insta a que los sistemas de IA no deben coaccionar, manipular, inferir o agrupar injustificadamente a los seres humanos.

A criterio del órgano europeo, la IA debe entonces diseñarse para aumentar, complementar y potenciar las habilidades cognitivas, sociales y culturales humanas, siguiendo así los principios de diseño centrados en el ser humano (Eur. Comm., 2019).

Ante esta nueva realidad en la cual la información de toda índole desborda en la red, ya en marzo de 2018 la Comisión Europea instaba a las plataformas de internet a que usasen filtros automáticos para verificar y en su

caso retirar contenido extremista, aunque —al mismo tiempo— sugería que se emplease la revisión humana con el fin de evitar los errores que provienen de los sistemas automatizados.

Ello así, ya que el uso de IA en la moderación automatizada de contenido puede llegar a afectar al ejercicio de la libertad de expresión dado que, por el momento, entre sus limitaciones se destaca la imposibilidad de que pueda evaluar el contexto, los usos idiomáticos y aspectos culturales de los seres humanos.

Si bien en los últimos tiempos la IA ha mejorado exponencialmente en el Procesamiento del Lenguaje Natural (PLN), aún no ha logrado un desarrollo tal que le permita comprender la totalidad de los matices lingüísticos y culturales por los cuales se expresan los humanos.

Ello ha llevado a que, al momento de moderar contenidos de manera automática, el algoritmo empleado por las plataformas haya eliminado también imágenes de desnudez con valor histórico, cultural o educativo, relatos históricos y documentales de conflictos, pruebas de crímenes de guerra, intervenciones en contra de los grupos que promueven el odio o esfuerzos por impugnar o denunciar el lenguaje racista, homófobo o xenófobo.

Esto demostraría que, en esta faz del desarrollo de la IA, aún nos encontramos con sistemas automatizados débiles que necesitan la supervisión humana para poder llevar adelante sus acciones sin que se afecten otros derechos.

Justamente es en ese contexto en el cual la IA pierde su “poder mágico” de solucionar la remoción de contenido injurioso, discurso de odio o bien la eventual desinformación en línea. Por tal razón, las empresas de internet han instado a los usuarios a que perfeccionen el contenido observado con diferentes elementos contextuales, aunque, cabe aclarar, la viabilidad y la eficacia de esas directrices no son claras (ONU, 2018).

En ese sentido, el Comité de DDHH de la ONU entiende que, a diferencia de las personas, los algoritmos carecen de corpus y mente, es decir, no son aún capaces de comprender cuando una expresión es irónica, o es una parodia o bien para confirmar con precisión si una determinada manifestación puede ser calificada de alabanza al “terrorismo”. Por lo tanto, la automatización de su operatividad matemática tiende más a optar por un resultado rápido consistente en limitar o remover determinada expresión sin tener en cuenta que ello redundaría en que se afecta considerablemente al derecho humano a recibir, investigar y difundir (ONU, 2018).

De igual forma, la utilización de la IA al momento de subir archivos en la web, con el fin de proteger los derechos de propiedad intelectual tanto de los videos ha generado dudas por la gran cantidad de bloqueos que se producen, lo cual, sumado a los posibles filtrados ante contenidos vinculados con el terrorismo u otro tipo de posiciones extremas, pueden llegar a obtener lo contrario, es decir, en vez de proteger derechos se puede establecer regímenes totalitarios, al aplicar una censura previa automatizada.

En efecto, si bien resulta de suma utilidad el empleo de algoritmos de comparación criptográfica para detectar imágenes de abusos sexuales a menores, por el contrario, su aplicación al contenido “extremista” —que por lo general requiere la evaluación del contexto— es difícil sin la existencia de normas claras que definan qué es el “extremismo” (ONU, 2018).

En este sentido la ONU entiende que las plataformas deberían transparentar la forma en cómo utilizan la IA, explicando de forma detallada con datos agregados que ilustren ejemplos de casos reales o casos hipotéticos a fin de clarificar cómo es su interpretación y la aplicación de normas concretas (ONU, 2018).

Asimismo, siendo responsabilidad de las empresas prevenir y eventualmente disminuir los efectos negativos en los derechos humanos con el uso de la IA, es claro que parte de su política de transparencia debería consistir en comenzar por reconocer las importantes limitaciones que adolece la automatización en la moderación de contenido, tales como aquellas dificultades ya referidas sobre la interpretación del contexto como así también la amplia variación de matices idiomáticos y el significado y las particularidades lingüísticas y culturales. Es por eso que, como mínimo, la tecnología actual y futura para abordar aspectos relacionados datos a gran escala debería estar sometida a una auditoría rigurosa y, desde luego, contar con aportes de la sociedad civil tendientes a enriquecer el análisis.

Para finalizar este acápite, queremos referirnos a un último aspecto vinculado con nuestra propuesta de que se garantice la supervisión humana ante la posible remoción automatizada de contenido en línea.

Nos referimos en concreto a aquel por el cual se insta a las plataformas a que fortalezcan y garanticen que la moderación automatizada de contenido en línea cuente con la posibilidad de revisión y supervisión por seres humanos capacitados en conocer los estándares internacionales de libertad de expresión.

Para tal fin, la ONU afirma que resulta imprescindible que se brinde una protección adecuada a las condiciones de trabajo en la que prestan tareas ya

que deben ser compatibles con las normas de derechos humanos aplicables a los derechos laborales (ONU, 2018).

Tal postulación tiene su basamento, por ejemplo, en un caso concreto de “precarización laboral” de moderadores que trabajaban para Facebook.

En efecto, esta empresa en 2015 contaba con menos de cuatro mil quinientas personas como moderadoras de contenido audiovisual, pero, con motivo del COVID-19, debió ampliar la plantilla contratando a unos quince mil moderadores, la mayoría de las cuales están bajo la modalidad de subcontratados/as en diversas ciudades de todo el mundo (Dublín, Berlín, Manila).

Así informa el magazine “The New Yorker” que a menudo los moderadores trabajan en horas impares por las diversas zonas horarias en el mundo a lo cual se agrega la falta de sueño y el fuerte impacto psicológico que padecen al absorber todo lo que visualizan en sus pantallas sin contar con un “protocolo” estandarizado a fin de indicar qué contenido debe permanecer en línea y cuál no.

A raíz de ello, en mayo de 2020 miles de moderadores se unieron a una demanda colectiva contra Facebook alegando trastornos psicológicos y, por tal razón, acordaron con la empresa un convenio de pago por USD 52 000 000 (Marantz, 2020).

La supervisión humana que postulamos para la revisión de la decisión automatizada de contenido si bien no lograría prevenir de forma absoluta la censura en línea, es posible anticipar que sí contribuiría a suplir los graves defectos de la IA que no logra —aún— interpretar contextos, términos lingüísticos, ironía, humor satírico, imágenes artísticas de desnudez, etc.

Veamos a continuación determinados casos puntuales que, según nuestra posición, acompañan esta propuesta de implementar la supervisión humana frente a la desinformación y remoción automatizada de contenido.

## **Cómo operan Twitter y Facebook**

### **Reglas de Twitter**

La red social Twitter cuenta con una serie de reglas tituladas “Políticas y pautas generales” que deben respetarse en miras a utilizar la plataforma. Un sector de esas pautas se vincula, en lo que respecta a nuestro análisis, al contenido en línea que se relaciona con temas de interés público.

Si bien esta red social anticipa que toma diversas clases de medidas sobre los tuits que incumplen sus reglas, al mismo tiempo reconoce que en ciertas ocasiones —sin precisar cuáles al menos a título ejemplificativo— mantienen en línea determinados tuits que pueden ser de utilidad a la sociedad pues ya que, de otra manera se borrarían. ¿Cuándo un tuit sería considerado de interés público? Informa la plataforma que lo califican así cuando se presenta como “un aporte directo para la comprensión o el debate de un asunto que le preocupa a todo el público” (Twitter, 2020).

Así, destaca esta red social que son de interés público aquellos tuits que emiten funcionarios gubernamentales pues es importante conocer que hacen con el fin de debatir sus acciones u omisiones. Twitter anticipa así que dará prevalencia a la difusión de contenido de interés público basándose en los siguientes cuatro criterios que conforman una excepción a la remoción directa de contenido, a saber:

- El tuit incumple alguna o varias reglas de Twitter.
- El/la autor/a del tuit es una cuenta verificada.
- La cuenta tiene más de 100 000 seguidores/as.
- La cuenta representa a un integrante actual o potencial de Gobierno o Poder legislativo local, nacional o supranacional: i) titulares actuales de un cargo de liderazgo elegido o designado por un Órgano de Gobierno o legislativo; o candidatos o nominados para cargos políticos.

Puede ocurrir, sin embargo, que un funcionario público publique un tuit vulnerando así los términos y condiciones de Twitter. En ese caso, como excepción, la plataforma informa que podrá optar por conservar el tuit que, de lo contrario, se eliminaría. Para tal fin, inserta detrás de este un aviso que tiene como fin contextualizar el incumplimiento de las reglas y permitir a las personas ingresar a verlo, en caso de desearlo.

Acudiendo al empleo de IA, expresa que, al colocarse ese aviso, también se está disminuyendo la posibilidad de interactuar con ese tuit, por medio de “Me gusta”, “Retweet” o bien de compartirlo en esa misma red social para generar que el algoritmo de Twitter evite recomendarlo. Se advierte así que a través de estas acciones se intentaría restringir el alcance del tuit, al mismo tiempo, garantizar al público su posibilidad de visualizarlo y debatir sobre el tema que se trate.

Como primera observación a realizar, queremos resaltar el marco acotado y restrictivo que implementa Twitter cuando requiere que una cuenta posea 100 000 seguidores para poder entonces estar incluida dentro de las condiciones del estándar de interés público. La medición cuantitativa basada solo en cantidad de seguidores —que bien podrían ser conformadas mayoritariamente por cuentas bots— creemos que atentaría contra un análisis cualitativo del discurso que se trate en tanto para definir si un discurso es o no de interés público, pues debería acudir a la supervisión humana siguiendo estándares jurisprudenciales tales como el de la Corte Interamericana de DDHH que define al interés público con aquellas opiniones o informaciones sobre asuntos en los cuales la sociedad tiene un legítimo interés de mantenerse informada sobre el funcionamiento del Estado o derechos e intereses generales (CIDH, 2009, 2011). Retomando entonces el análisis de las medidas que pone en práctica Twitter sobre este punto, un ejemplo de ello podemos verlo en concreto en uno de los tantos tuits que emitió el 23 de agosto 2020 el presidente Donald Trump con motivo de la contienda electoral presidencial.



**Donald J. Trump**   
@realDonaldTrump



Este Tweet incumplió las Reglas de Twitter relativas la integridad de los procesos cívicos y electorales. Sin embargo, Twitter determinó que puede ser de interés público que dicho Tweet permanezca accesible. [Más información](#)

So now the Democrats are using Mail Drop Boxes, which are a voter security disaster. Among other things, they make it possible for a person to vote multiple times. Also, who controls them, are they placed in Republican or Democrat areas? They are not Covid sanitized. A big fraud!

8:25 a. m. · 23 ago. 2020 · Twitter for iPhone

[Ver Tweets citados](#)



Como puede observarse, en dicho tuit el presidente Trump hizo alusión al posible fraude electoral que podría cometerse a través del sistema de voto ciudadano por correo. En ese caso, Twitter insertó un aviso en el tuit que advirtió al público acerca del incumplimiento de las reglas relativas a la integridad de los procesos cívicos electorales, aunque igualmente se optó que el tuit permanezca accesible. Para más información, se anexó un enlace para que remite al usuario a la lectura de las políticas y pautas generales sobre interés público citadas anteriormente.

Para estos casos en particular, advertimos que Twitter informa que su “Equipo de Trust & Safety”, el cual se conforma con profesionales expertos en diversos campos, implementará un segundo análisis, con el fin de analizar el tuit y dar una opinión para conservar o no la visibilidad del mismo con base en los criterios de interés público. Posteriormente, las primeras recomendaciones efectuadas por este equipo se darán a conocer a un grupo de referentes internos de la red social con amplios conocimientos en la materia y en el contexto cultural en el cual se circunscribió el tuit para que, luego de que ellos se expidan, los líderes Trust & Safety tomen finalmente la decisión de si corresponde aplicar el aviso o eliminar el tuit.

Sin embargo, esta modalidad de revisión personalizada al parecer no sería aplicada por Twitter de manera uniforme para situaciones de interés público. Un ejemplo de ello puede apreciarse cuando en octubre 2020 Twitter impidió que los usuarios compartieran un artículo del diario *New York Post* vinculado al candidato presidencial Joe Biden y sus eventuales contactos con un empresario ucraniano. ¿Por qué lo impidió? El aviso indicó el siguiente fundamento: “Tu Tweet no se pudo enviar porque Twitter o nuestros socios identificaron este enlace como potencialmente dañino” (Cox, 2020). Ningún tipo de información adicional se brindó acerca de si en tal decisión pudo haber intervenido un equipo de profesionales de “Trust & Safety” tal como sí pareciera que lo hizo al remitir a sus políticas de casos de “interés público” en el aviso insertado en el tuit del presidente Trump.

Yendo al análisis de las políticas en general de esta plataforma, merece la pena referirnos al caso de difusión de contenido multimedia. Así Twitter anticipa que focalizará su atención en contenidos que se encuentren considerablemente alterados o falsificados con la intención deliberada de engañar. Sin embargo, no explica de qué manera arribaría a semejante conclusión, esto es, cómo determinaría que un cierto contenido audiovisual ha sido alterado o falsificado. Para tal fin, Twitter alerta que cuenta con la facultad de aplicar

su propia tecnología —no la especifica ni informa— o recogerdenunciapor medio de sus colaboradores o socios externos. Solo en aquellos supuestos en los cuales sea imposible determinar con certeza si lo expuesto en contenido multimedia fue modificado o es una copia, puede ser—no lo asegura— que no tome ninguna medida para restringirlo o referenciarlo (Twitter, 2020).

Asimismo, y siempre en relación con la difusión de contenido multimedia sobre el cual omite brindar detalles acerca de cómo concluye en que podría dar lugar a confusión o que sugiera una intención dolosa de engañar, informa que analiza el contexto del tuit para determinar si alerta acerca de que el contenido se encuentra modificado o falsificado, aunque no precisa si para tal fin intervienen profesionales tal como sí lo indica expresamente los contenidos de interés público. De esa manera, la falta de precisión nos inclina a inferir que Twitter emplearía IA a los fines de revisar:

- El texto del tuit que se anexa al elemento multimedia o incluido en él.
- Los metadatos asociados al elemento multimedia.
- La información del perfil de la cuenta que difunde el elemento multimedia.
- Los sitios web enlazados en el tuito en el perfil de la cuenta que difunde el elementomultimedia.

En tal sentido, observamos que las medidas automatizadas que Twitter adopta ante un contenido que la misma plataforma califica como falso o alterado, pues impide que se pueda compartir en Twitter y, en consecuencia, podría ser borrado al mismo tiempo que podrá suspenderse de forma permanente a la cuenta de la cual emana el referido contenido.

## **Facebook**

Facebook informa en su plataforma que su estrategia para detener la información errónea consiste en tres acciones puntuales:

- Quitar cuentas y contenido que infrinjan sus normas comunitarias o políticas publicitarias.
- Reducir la distribución de noticias falsas y contenido no auténtico como “títulos anzuelo”.
- Informar a las personas brindándoles mayor contexto a las publicaciones que visualizan.

Esta triple acción tendería a eliminar a los “malos actores” que con frecuencia difunden historias falsas y, según indica, disminuiría drásticamente el alcance de esas historias ayudando a las personas a mantenerse informadas sin sofocar el discurso público.

Destaca también que para esta labor utiliza aprendizaje automático para ayudar a sus equipos a detectar el fraude, hacer cumplir sus políticas contra el spam y bloquear millones de cuentas falsas todos los días cuando intentan registrarse (Facebook, 2020).

Informa que toma “medidas” —aunque no explica en qué consistirían— contra páginas enteras y sitios web que comparten repetidamente noticias falsas, lo que reduciría su distribución general de noticias. Resaltan que como Facebook no tiene intención en ganar dinero con información errónea o ayudar a quienes la generan a obtener ganancias, se les impide a esos editores publicar anuncios y usar sus funciones de monetización como InstantArticles.

Asimismo, destaca que parte de su estrategia para combatir a la desinformación consiste en asociarse con varios países con verificadores de datos de terceros para revisar y calificar la precisión de los artículos y publicaciones en Facebook. Estos verificadores de datos serían independientes ya que, apunta, están certificados a través de la Red Internacional de Verificación de Datos no partidista. Así, cuando esas organizaciones califican algún contenido como falso, Facebook clasifica significativamente como más baja a esa historia en el News Feed. De esta manera, afirman que esto reduce las vistas futuras en más del 80% (Lions, 2018). En consonancia a lo que observa Agustina del Campo, se advierte que Facebook ha pasado de “un sistema que dependía casi enteramente de sus usuarios para las denuncias de contenido violatorio de sus normas, a un sistema de activación y de ‘enforcement’ proactivo de sus términos y condiciones de servicio”. En lo que refiere a la denominada infodemia, este cambio implicó que esta red social automatice la moderación de contenidos que serían “posiblemente” falsos, para luego reenviar directamente ese mismo contenido a otros usuarios o a los denominados “verificadores”, incluso antes de que alguien eleve una denuncia interna sobre dicho contenido (Del Campo, 2020).

Para cerrar, resulta ilustrativo el siguiente gráfico elaborado por Facebook como muestra global de remoción de contenido de 2013 a 2019 en los últimos seis años (Facebook Transparency, 2019):



## Conclusión: la necesaria supervisión humana como regla y no como excepción en la decisión final de remoción de contenido en línea

A lo largo del presente trabajo hemos analizado y descrito sucintamente el marco jurídico internacional relacionado a la protección de la libertad de pensamiento y expresión como derecho humano que se ejerce sin importar a través de qué medio o plataforma se haga. Con el crecimiento exponencial de las diversas plataformas en línea y el volumen de datos que crece segundo a segundo gracias a la interacción de los usuarios, hemos dado cuenta acerca de cómo los organismos internacionales destacan el uso y empleo de IA en la distribución y también en la restricción automatizada de contenidos en línea.

También hemos expuesto que, en términos generales, el uso inhumano de algoritmos predictivos en lo que refiere puntualmente a la remoción automática e irreflexiva de contenidos en línea, vulnera los estándares internacionales de libertad de expresión tal como la prohibición de censura previa.

Con el empleo único de IA en la decisión de remover contenido en línea, se visualiza la primera situación fáctica que contradice aquel estándar de prohibición de censura: que una serie de instrucciones programadas por humanos con funciones predictivas y con capacidad de lectura de lenguaje natural, dispone sin más qué información recibimos a través de las redes sociales con las que interactuamos a diario. Esta situación contradice abiertamente el estándar previsto por el artículo 13 de la Convención Americana de

DDHH, el artículo 19 del PIDCP, el art. 10 del Tratado Europeo de DDHH, entre otros, por cuanto en general “solo es admisible la restricción a la libre expresión mediante el dictado de una ley necesaria, que persiga un fin legítimo y que guarde proporcionalidad con el derecho que se intenta proteger”.

En miras a que dicho estándar no se convierta en letra muerta y al mismo tiempo sin que deba afectarse el empleo de IA en la moderación de contenido en línea, a fin de lograr un equilibrio entre ambos es que postulamos que resulta trascendental la supervisión humana para la necesaria revisión sobre toda decisión automatizada de remoción de contenido. Los ejemplos ilustrativos referenciados a lo largo de este trabajo permiten inferir que, si bien la supervisión humana de la decisión adoptada por la IA no lograría prevenir de forma absoluta la censura en línea, es posible anticipar que sí contribuiría a suplir los graves defectos de esta última que no logra —aún— interpretar contextos, términos lingüísticos, ironía, humor satírico, imágenes artísticas de desnudez, etc.

Para tal fin, resulta imperioso que los organismos internacionales tales como la ONU, OEA, Comisión Europea, etc. continúen el estudio global de esta problemática y, a partir de allí, persistan en instar a los Estados a que:

Compatibilicen sus legislaciones internas respetando los estándares internacionales de libertad de expresión. Si bien cada país es soberano y tiene el poder de regular el discurso en las plataformas de Internet de manera más directa, existen casos puntuales como el que sucede en Alemania donde se encuentra vigente la Ley NetzDG desde 2018. Esta ley requiere que las redes sociales eliminen rápidamente el discurso ilegal, con un enfoque específico en el discurso de odio y los delitos de odio, de lo contrario deberían abonar multas de miles de euros. El loable fin que pudo tener el dictado de esa normativa confronta con un hecho innegable: que una pretensa rápida eliminación de contenido en línea supuestamente ilegal, pasa por alto relevantes garantías constitucionales como el debido proceso y derecho de defensa al delegarse en plataformas privadas la decisión de confirmar qué contenido merece o no permanecer en línea cuando, en su caso, tal resolución correspondería que sea adoptada por un Juez natural, al menos en lo que respecta a aquellos Estados democráticos.

También, es necesario que desarrollen políticas públicas consistentes en implementar legislaciones protectoras de las condiciones laborales (aspectos psicofísicos en particular) del personal dependiente que cumple labores de supervisión de toda decisión automatizadas de remoción de contenido en línea bajo las órdenes de plataformas.

Asimismo, sería pertinente requerir a las empresas a que sus términos y condiciones se expliquen claramente y sean consistentes con los estándares de derechos humanos establecidos para la libertad de expresión.

Por otra parte, también sería conveniente que se solicite a esas empresas que operan física o virtualmente en sus territorios a que igualmente adopten políticas internas de transparencia y rendición de cuentas acerca de cómo opera la IA en la difusión y remoción de cada contenido en línea que recibe toda persona al interactuar con su plataforma. Todo ello, claro está, junto con la necesaria colaboración que dichas empresas deberían brindar en perfeccionar los actuales mecanismos de apelación interna ante la eventual decisión automatizada y supervisada que disponga el bloqueo de una cuenta o remoción de un contenido en línea (ONU, 2018).

Y finalmente, complementando lo anterior, esas mismas empresas deben realizar la debida diligencia a través de evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos, es decir, de cuáles son sus reglas, cómo se aplican y qué medidas toma para prevenir que sean vulnerados. Si bien es claro que los detalles de las acciones de cumplimiento individuales deben mantenerse privados, los informes de transparencia brindan a su vez información esencial sobre cómo la empresa está abordando los desafíos del día (New America, 2020).

## **Bibliografía**

- Álvaro S. (2014). El poder de los algoritmos: cómo el software formatea la cultura. *CCCBLAB. Investigación e Innovación en Cultura*. <https://bit.ly/3tiAGrO>
- Corte Interamericana de Derechos Humanos (2009). Caso Tristán Donoso vs Panamá. Serie C No. 193.
- Corte Interamericana de Derechos Humanos (2011). Caso Fontevecchia y D'Amico Vs. Argentina. Serie C No. 238.
- Corte Suprema de Justicia de la Nación Argentina (2013). Grupo Clarín S.A. y otros c/ Poder Ejecutivo Nacional y otros/ Acción meramente declarativa. Ver voto de la mayoría. Octubre 29.
- Cox, J. (2020). Twitter Says It Blocked NY Post Hunter Biden Article Because It Contains Hacked Data. <https://bit.ly/2MNSDxB>
- Daus, G. (2019). Entrevista: Walter Sosa Escudero y la big data: el experto ante el diluvio de datos. *Clarín*. <https://bit.ly/39AzxnC>

- Del Campo, A. (2020). *¿La desinformación en democracia o la democracia de la desinformación?* Univ. de Palermo. Facultad de Derecho. Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a Información. Septiembre.
- EuropeanCommission (2019). *Ethicsguidelinesfortrustworthy AI*. <https://bit.ly/3alzqMI>
- Facebook (2020). Normas Comunitarias. Punto 21. <https://bit.ly/3cwmyFm>
- Facebook Transparency (2019). *Content RestrictionsBased on Local Law*. <https://bit.ly/3ameWCW>
- Lions, T. (2018). *HardQuestions: What’sFacebook’sStrategyforStopping False News?*<https://bit.ly/3j6VGwZ>
- Marantz, A. (2020). *Why Facebook Can’tFixItself*. *The New Yorker*.<https://bit.ly/3r5oMQa>
- New America (2020). *So WhatShould Companies Do?* *New America*<https://bit.ly/3je4DET>
- Organización de las Naciones Unidas, ONU (1966). *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos*. Diciembre 16.
- Organización de las Naciones Unidas, ONU (2011). *Comentario General n 34 del Comité de Derechos Humanos*. Párrafo 9. Septiembre 12.
- Organización de las Naciones Unidas, ONU (2018). *Informe del Relator Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión*. Abril 6.
- Organización de las Naciones Unidas, ONU (2018). *Promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y expresión*. Agosto 29.
- Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos (2017). *Libertad de expresión: a 30 años de la Opinión Consultiva sobre la colegiación obligatoria de periodistas: Estudios sobre el derecho a la libertad de expresión en la doctrina del Sistema Interamericano de Derechos Humanos*. Bogotá.Colombia. Noviembre.
- Twitter (2020). *Política relativa a los contenidos multimedia falsos y alterados*. <https://bit.ly/3raXE2f>
- Twitter (2020). *Acerca de las excepciones de interés público en Twitter*. <https://bit.ly/36zKXGy>

Fecha de envío: 2020/10/31; Fecha de aceptación: 2021/01/31;  
Fecha de publicación: 2021/03/01

## Discurso, opinión y episteme. Los inmigrantes y la COVID-19 por la prensa chilena

*Discourse, opinion and episteme.  
Immigrants and COVID-19 in the chilean press*

**Elizabeth Torrico-Ávila**

Universidad de Atacama, Chile

[elizabeth.torrico@uda.cl](mailto:elizabeth.torrico@uda.cl)

<https://orcid.org/0000-0002-9309-4055>

**Jaime González-González**

Universidad de Talca, Chile

[jagonzag1974@gmail.com](mailto:jagonzag1974@gmail.com)

<http://orcid.org/0000-0003-2293-2434>

### Resumen

En las sociedades democráticas actuales, los medios de prensa, conocidos como “el cuarto poder” y que generalmente están a cargo de las elites locales, han adquirido un rol fundamental en la naturalización de discursos en la comunidad ejerciendo la fuerza de incluso influenciar a la opinión pública en temas políticos, sociales, religiosos y económicos, entre otros. Siendo el problema de estudio la influencia que la emisión de cierto tipo de discurso tiene sobre el receptor de este, el objetivo de este artículo es reflexionar acerca del vínculo existente entre el discurso, la opinión pública y epistemología de la prensa escrita en torno a la migración en tiempos de COVID-19 en Chile. Los resultados de la observación de once diarios por medio del Análisis Crítico del Discurso arrojan que, por un lado, los actores tales como autoridades son nominalizados, mientras que los extranjeros son asimilados a un grupo o invisibilizados completamente. Por otro lado, los temas que emergen del análisis son la pobreza, la vulnerabilidad y la discriminación. Este estudio apunta a problematizar los discursos que provienen de los medios escritos desde una perspectiva crítica y a contribuir a una construcción dialógica del otro de forma objetiva alejada de visiones preconcebidas y estigmatizadoras difundidas por los medios de comunicación.

### Palabras clave

Discurso, episteme, medios de prensa, migración, COVID-19, discriminación.

**Forma sugerida de citar:** Torrico-Ávila, E., & González-González, J. (2021). Discurso, opinión y episteme. Los inmigrantes y la COVID-19 en la prensa chilena. *chilena. Universitas*, 34, pp.195-213.

### **Abstract**

*In the current democratic societies, the media, known as “the fourth power” and that are generally in charge of the local elites, have achieved a crucial role in the naturalization of discourses in the community having the capacity to even influence the public opinion in political, social, religious and economic areas, among others. Being the problem of study the influence that the expression of a certain type of discourse has over its receivers, the goal of this article is to reflect about the link between the discourse, the public opinion and the press epistemology regarding the immigration in Chile during COVID-19 times. The results from the examination of eleven newspapers employing a Critical Discourse Analysis approach inform us that, on the one side, the actors such as authorities are nominalized, whereas the foreigners are assimilated in a group or invisibilized altogether. On the other hand, the themes that emerge from the data analysis are poverty, vulnerability and discrimination. This study aims at problematizing the discourses that come from the press from a critical perspective in order to contribute to the dialogical construction of the other from an objective point of view away from preconceived and stigmatized views spread by the media.*

### **Keywords**

*Discourse, episteme, press media, migration, COVID-19, discrimination.*

---

## **Introducción**

El estudio de los discursos públicos ha ocupado a numerosos autores. Debido a las características del objeto, el interés por este ha sido manifiesto en las ciencias sociales y la literatura vinculada al terreno de la lingüística y la sociología. Desde esta perspectiva, su interés pasa tanto por su papel en las representaciones sociales, como su incidencia en el plano del poder. Considerando este último punto, la emisión de discursos en ámbitos públicos engloba una serie de problemáticas vinculadas a cultura, identidad y política nacional e internacional.

En relación con el objeto, Jakobson (1986) lo define inicialmente como expresión lingüística. No obstante, el autor complejiza el concepto al sostener que el discurso es ante todo una realidad colectiva, debido a que siempre el discurso individual se genera con un intercambio. Desde esta perspectiva, no puede existir un emisor sin un receptor, argumento válido

incluso para el “discurso interior” —no emitido— ya que el diálogo se halla en la base incluso del discurso interior.

Con semejanzas y diferencias, Chomsky (1981) define el objeto como un “espejo de la mente”, un producto de la inteligencia humana, creado en cada individuo mediante operaciones que están fuera del alcance de la voluntad o la conciencia. Desde esta perspectiva, el autor establece un vínculo entre conciencia individual y expresión lingüística, de tal manera que el estudio del lenguaje puede ser instrumentado para alcanzar cierta comprensión respecto de las características específicas de la inteligencia humana.

Por el contrario, para Bourdieu (1990), el discurso no puede ser definido solo como la expresión lingüística de un individuo, ni en la competencia lingüística individual, sino como una expresión que está dentro de un contexto. Para Bourdieu, un emisor no genera un discurso en el aire, sino que emite un mensaje cuyo destinatario es un conjunto de emisores y receptores que receptionan y valorizan el discurso del primer hablante.

Una perspectiva alternativa se observa en Giddens (2003). Para el teórico, el discurso constituye un tipo de práctica, donde se instrumentan una serie fórmulas sociales para generar comunicación intersubjetiva. En este terreno y desde el concepto de “conciencia discursiva”, Giddens aborda la expresión lingüística como un tipo de acto motivado por la conciencia humana. Esta conciencia es resultado tanto del agente humano inteligente, como de las estructuras simbólicas que interiorizan los sujetos en calidad de actores participantes de una sociedad.

A pesar del valor heurístico que aportan estas perspectivas teóricas, se observa un vacío conceptual al reflexionar sobre el vínculo del discurso, con problemáticas ligadas a la opinión medial, distintos tipos de nacionalismo y poblaciones inmigrantes en tiempos de pandemia. En este terreno, se extraña un trabajo que se haga cargo de establecer los nexos conceptuales entre la idea de discurso, con nomenclaturas como opinión pública y visión de mundo en tiempos de pandemia. Es desde esta laguna que parte este trabajo. Nuestro interés pasa por reflexionar sobre el maridaje teórico entre discurso, opinión pública y epistemología en la prensa escrita chilena, considerando la publicación de contenidos en torno a la migración extranjera al país en tiempos de COVID-19. Sobre esta base, nuestra pregunta directriz es: ¿cuáles son los principales tópicos discursivos, opinativos y epistémicos presentes en estos medios en torno a la población inmigrante en Chile? Se sostiene como hipótesis que estos tópicos son discriminantes, nacionalistas

y civilizatorios. En este sentido, la opinión de los medios refleja una forma de conocer, fundada en la valoración cultural de Occidente, discriminando a cualquier colectividad que porte representaciones y prácticas distantes a este esquema simbólico.

El trabajo se valdrá de una serie de casos ilustrativos de prensa escrita, donde se tratarán las opiniones mediales hacia las poblaciones migrantes en el actual contexto de pandemia. Los casos son abordados con el fin de aportar elementos a la reflexión teórica sobre el nexo entre discurso medial y epistemología en torno a un otro diferente. Sobre esta base, los contenidos del artículo consideran un primer apartado, donde se aborda el maridaje teórico entre discurso y medios de comunicación. El texto continúa con una sección que da tratamiento teórico a las nociones de opinión pública y episteme. El artículo finaliza con el análisis inicial de una serie de opiniones de la prensa escrita en torno a los inmigrantes en Chile.

## **Discurso y medios de comunicación**

Luego de la introducción que nos informa del vínculo entre la lingüística, discurso y los medios de comunicación, nos dirigimos hacia el Análisis Crítico del Discurso, que es el enfoque más apropiado para el presente artículo. Esta es una disciplina amplia y compleja como fue explicado por Wodak y Meyer (2001) compuesta por diferentes teorías metodologías y herramientas de recolección de datos que la definen como “una perspectiva de academia crítica, una teoría y método de analizar la manera en que los individuos e instituciones usan el lenguaje” (Richardson, 2007, pp. 1-2). Siendo el objeto de estudio para esta disciplina el vínculo del uso del lenguaje con el poder social (Mohammedwesam, 2017, p. 1).

Richardson (2007) tiene una clara visión de esta disciplina en relación con el análisis de los medios de comunicación escritos. El autor argumenta que:

El análisis crítico del discurso ofrece interpretaciones [y explicaciones] de los significados de los textos (...); situar lo que está escrito o dicho en el contexto en el que ocurre, en vez que solo resumir patrones o regularidades en los textos; y argumentar que el significado textual es construido a través de una interacción entre el productor, el texto y el consumidor en vez que simplemente sea leído desde la página por los lectores en exactamente la misma manera. (p. 15)

El discurso en los medios refleja intereses y posturas ideológicas de la élite gobernante (Fowler, 1991; Fairclough, 1989, 2001, 2003; Van Dijk, 1997, 1998a, 1998b). En esta línea, Androutsopoulos (2010, p. 183), sostiene que “las ideologías lingüísticas no son neutrales u objetivas, sino que sirven a los intereses de individuos o grupos específicos, es decir, ellos están siempre formulando desde una perspectiva social particular y tienen referentes y objetivos particulares”. Entonces, la forma en que los actores que participan en eventos narrados por los medios son representados depende de las ideologías asociadas al medio escrito correspondiente (Chiluwa, 2011, p. 197) argumentando que las representaciones de los actores o agrupación a la que ellos pertenecen en los medios están asociados a ideologías específicas. El hecho de que los diarios se asocian a ciertas ideologías, se espera que por medio de las noticias se legitimicen opiniones contenidas por estos medios. Es así cómo estos discursos difundidos por la prensa naturalizan discursos que finalmente tienen influencia en la formación de la opinión pública de la comunidad que los consume con el objetivo político de distraer la atención de la población de un determinado problema social (Reisigl & Wodak, 2001, p. 145). Es por ello que en esta sección desvelaremos cómo los medios seleccionados emplean estrategias discursivas para construir realidad y representar a los inmigrantes como uno de los actores sociales impactados por la crisis sanitaria en Chile durante el periodo de pandemia y expondremos la responsabilidad que tienen medios en la formación de la opinión pública acerca de estos inmigrantes.

Desde el comienzo de la pandemia en Chile, la prensa ha informado de las dificultades que han enfrentado los extranjeros en el país y los riesgos a los que se han expuesto los inmigrantes ilegales que han ingresado a Chile por pasos no habilitados. Ello ha sido entretejido por medio del empleo de discursos emitidos por autoridades nacionales que al emplear estrategias discursivas persuasivas, han dibujado una realidad que moldea la opinión pública acerca del extranjero en Chile en tiempos de la COVID-19. Para revelar los mensajes discriminatorios implícitos en el texto, nos enfocaremos en los actores que participan en ellos y las acciones con las que se asocian y, así, evidenciar la construcción discursiva de hostilidad hacia el inmigrante en Chile durante la pandemia.

La prensa nacional está llena de noticias relacionadas con la llegada de inmigrantes a Chile. Los comentarios emitidos en esos espacios están divididos a favor y en contra del inmigrante. Sin embargo, persiste una visión negativa acerca de ellos. Entre esos comentarios, también aparecen las posturas de

diferentes autoridades políticas, académicas, religiosas y culturales, frente al suceso. Esos actores, por un lado, representan la visión que proviene del grupo al cual pertenecen. Por otro lado, los discursos de estos actores son enfatizados por medio de la nominalización, invisibilización o asimilación de los actores a través del empleo de estrategias discursivas (van Leeuwen, 1996, 2007) con el objetivo de contribuir a la línea editorial del medio de prensa en cuestión. En consecuencia, los lectores de estas noticias, se ven influenciados por la construcción discursiva de los inmigrantes emitida por los medios locales que son los que emiten el discurso en cuestión. Esto predispone a la comunidad, “el mercado lingüístico”, frente al extranjero naturalizando conductas a favor o en contra del extranjero, es decir, el “lingüístico” que se manifiesta por medio de la expresión lingüística que es el discurso.

De acuerdo con lo anterior, no se debe menospreciar el poder que ejercen los medios en moldear la opinión pública. Siendo estos una herramienta que puede naturalizar los objetivos de la élite. La herramienta que la élite busca controlar por medio del manejo de los medios es el discurso, ese que es consumido por la sociedad y que de acuerdo con Johnstone (2002, p. 9) “da forma al mundo y el discurso es formado por el mundo”. Tan crucial es esa selección del discurso que Foucault (1981, pp. 52-53) indica que “el discurso no es simplemente aquello que traduce luchas o sistemas de dominación, sino que es la cosa por la cual hay lucha, el discurso es el poder que debe ser aprovechado”. Es por ello que el lenguaje que seleccionan los medios para referirse a las condiciones de los inmigrantes en Chile es crucial para la construcción de la realidad y la influencia que esa construcción tiene en la sociedad.

Bourdieu y Wacquant (2001) dan un ejemplo del poder del discurso. Según ellos existe un nuevo tipo de discurso al que llaman “Neolengua Liberal” haciendo eco a Orwell (1949). Ese nuevo léxico es utilizado para naturalizar realidad en la sociedad, por ejemplo, COVID-19 y su normalización discursiva a nivel mundial. Chomsky (DiEM25, 2020) informa de cómo se ha asociado el discurso de guerra con el discurso de la COVID-19. Por ejemplo, el exministro de Salud chileno, Jaime Mañalich (2020), quien hablaba de “la guerra contra la COVID-19”, “los doctores luchan a diario con el corona”, entre otros discursos relacionados a la pandemia. Este tipo de léxico fue decolonizado desde su contexto original, la guerra, y recolonizado en uno nuevo, la salud (Fairclough, 1996, 2002; Massey, 2013). El frecuente uso del discurso de Mañalich asociado a la presencia de los inmigrantes y difundido por los medios puede influenciar a la opinión pública receptora de esas noticias y afecta al extranjero.

La influencia que ejerce la prensa escrita en la comunidad receptora de esos discursos se contrapone con la postura de prensa libre que es la labor de los medios de comunicación (Ejupi et al., 2014). Es así como Грueвски (2004) y Gruevski (2004) advierten que en la actualidad la toma de decisiones hecha por los habitantes y congresistas depende fuertemente de la información obtenida. La prensa tenía un rol fiscalizador informando al lector de la realidad convirtiéndose así en el cuarto poder. Sin embargo, de acuerdo con Ramón (Силјановска, 2007, p. 96), exeditor del *Le Monde Diplomatique* “los medios han sido por un largo periodo de tiempo una fuente de ciudadanía, conocida como el cuarto poder, un poder que se ha opuesto a las decisiones del gobierno las cuales pudieran haber tenido un efecto dañino en la gente. El cuarto poder ya no tiene más su poder”, especialmente cuando los medios se emplean para influenciar a la opinión pública en temas sociales y políticos como la inmigración. En consecuencia, el rol que poseen los medios para fortalecer la opinión pública y la creación de pensamiento libre está influenciado por la gran cantidad de noticias que circulan en las redes sociales que están tomando el rol que antes pertenecía a la prensa. Como resultado, se está persuadiendo al lector quien está tomando decisiones desinformadas y que pueden ser cruciales para la comunidad. Por ejemplo, la intervención rusa en las elecciones presidenciales de los Estados Unidos de América del 2016 (Mayer, 2018).

## **Opinión y episteme tras los discursos mediales**

El concepto de “opinión pública” ha sido estudiado por numerosas aproximaciones teóricas. En este terreno, Habermas (2009) aborda la idea desde el origen histórico de esta, situando la nomenclatura en el siglo XIX europeo con el desarrollo de la prensa escrita. Para él, la noción es entendida como “publicidad burguesa”. En este sentido, la opinión pública constituye el acto de publicar el común raciocinio de una colectividad que se distinguen de otros por haber accedido a la propiedad y a la instrucción. Por sus características simbólicas, constituye un “ámbito social”, diferente del tejido económico y de las relaciones de poder formal.

La propuesta de Vasilachis (2013) va más lejos: para esta autora, la prensa participa directamente en la forma de construir a los sujetos. En este sentido, los medios se conforman de una serie de categorías que terminan articulando las representaciones sociales de los individuos. Este aspecto resulta

relevante, ya que permite entender la opinión de la prensa desde el terreno de las representaciones humanas, considerando distintos niveles de abstracción.

Las representaciones humanas presentan un importante componente intelectual. En este último terreno, la prensa orienta su acción desde fundamentos del conocer vinculados a la educación universitaria, la cultura profesional del periodismo y las comunicaciones. El acto de comunicar está ligado a una serie de procedimientos intelectuales aprendidos en la universidad, espacio epistémico que Löwy (1979) definió como “universo de valores cualitativo”. Para el autor, este entorno simbólico se distingue de otros por presentar valores cualitativos para interpretar a la sociedad.

No obstante, los entornos simbólicos de carácter académico presentan semejanzas y diferencias con otros contextos culturales. En este terreno, Foucault (1972) aporta elementos al análisis con su concepto de “episteme”, idea que apunta a identificar distintas formas de conocer en las colectividades humanas, de tal manera que la actividad académica puede ser entendida como una forma de conocimiento como cualquier otra. Esta episteme tiene consecuencias en los actos humanos, tal como se puede apreciar en el terreno de los discursos orales o escritos.

Por un rumbo semejante encontramos la obra de Gellner (1998). Centrando el análisis en la intelectualidad y sus comportamientos, sostiene que la epistemología y el contexto político constituyen verdaderas variables independientes de las prácticas intelectuales. En este terreno, Gellner sostiene que el punto de partida del trabajo intelectual pasa por la epistemología. No obstante, esta también tiene consecuencias en el comportamiento político de los profesionales de la inteligencia, ya que los sujetos generan prácticas según el modo en que piensan y la contingencia que enfrentan. De esta manera, una postura epistemológica tiene consecuencias en la acción cotidiana y en la política, hecho que se puede observar en el comportamiento actuado y en el hablado. La práctica escritural no sería la excepción.

En torno a este artículo, el contexto que sirve para la reflexión es la migración latinoamericana al país en presencia de la COVID-19. El objeto de este trabajo está centrado en los discursos mediales de la prensa escrita chilena en torno a los inmigrantes en momentos en que el mundo atraviesa una contingencia de salud ligada al COVID-19. Para que esta reflexión gane en heurística, seleccionamos once periódicos digitales nacionales en torno a la problemática. Se trata de los diarios: La Cuarta, La Nación, El Mercurio, La Tercera, SoyChile, TeleSur, El Siglo, Pauta, Crónica Digital, Pauta y AA,

prensa que, por sus características, se presentan como articuladores de representaciones sociales a escala nacional y como constructores simbólicos de sujetos, tal como lo propone Vasilachis (2013). De esta materia tratarán las siguientes líneas.

## **Análisis de la prensa desde los rasgos discursivos y epistémicos de la opinión medial**

Según Instituto Nacional de Estadísticas (2020) la población migrante en Chile bordea 1 500 000 personas mayoritariamente latinoamericanas. De ellos, solo el 20% tiene un trabajo calificado mientras que el 10,8% es clasificado como pobre. Esta población queda en riesgo durante la pandemia siendo los medios chilenos los que informan acerca de la crisis sanitaria actual que atraviesa el país. Estos medios están teñidos por ideologías de las élites que están detrás de ellos traspasando a la comunidad por medio del discurso esas ideologías para posteriormente naturalizar posturas frente a un determinado tema social. Por ejemplo, la inmigración en Chile.

Los medios escritos que forman parte de este estudio son examinados desde el comienzo de la pandemia en Chile en marzo 2020 hasta la primera semana de octubre 2020. De esa observación emanan temas como el desempleo, la salud, la pobreza, la estigmatización y la falta de redes de apoyo. Mientras que las palabras con connotación negativa que se han empleado para referirse a la inmigración en Chile son: delito, riesgo, ilegal, “coyote”, clandestino, denunciado, caótico, expulsar, tráfico, criminal, denunciar y dismantelar.

Sin embargo, no todo el discurso asociado al tema de estudio es negativo. En defensa de los extranjeros, han aparecido actores desde el universo político, académico y religioso. Por ejemplo, la expresidenta, Michelle Bachelet manifiesta su preocupación por la crisis migratoria, argumentando que los inmigrantes están muy afectados por la COVID-19 y que es nuestra responsabilidad ayudarlos (La Cuarta, 2 mayo). Otro actor que emite discursos en favor de los inmigrantes proviene de la academia. José Manuel Cárdenas, académico de la Facultad de Psicología de la Universidad de Talca, a la luz de los resultados entregados por una encuesta realizada por CENEM-UTALCA informa que un 47% de los inmigrantes temen contraer la COVID-19 (Crónica Digital, 20 de agosto 2020).

El sacerdote jesuita Felipe Berrios, proveniente del ámbito religioso quien vive en “La Chimba” Antofagastina compuesta por inmigrantes, denuncia la vulnerabilidad a la que están expuestos los extranjeros que se manifiesta en la falta de redes de apoyo. Los medios destacan que los inmigrantes están sin sus familias, desempleados y sin dinero (EMOL, 2020, 19 agosto). Las personas con estas características son las que Berrios define como “los nuevos pobres” (El Mercurio de Calama, 4 septiembre 2020a). La vulnerabilidad en la que se encuentran, los obliga a pedir dinero en las calles ya que no tienen recursos ni para poder regresar a sus países (El Mercurio de Calama, 4 septiembre 2020b). Mientras tanto, “los nuevos pobres”, viven en hacinamiento, en la calle y en pobreza donde las posibilidades de contagiarse son mayores (Pauta.cl, 5 junio 2020; Agencia EFE, 8 mayo).

Por otro lado, Javiera Cerda, del Servicio Jesuita a Migrantes de Arica, reconoce el mayor aumento de la inmigración ilegal en Chile por pasos no habilitados de toda la última década donde el 50% se produjo entre 2018 y 2019. Cerda (La Tercera, 2 octubre) informa que ha aumentado exponencialmente el inmigrante venezolano posterior al funcionamiento de la Visa de Responsabilidad Democrática. El incremento fue de nueve venezolanos el 2017 por paso no habilitado a 3000 el 2019 y esto va en incremento (EMOL, 2020, 9 octubre).

Al contrario, los actores sociales quienes han cuestionado la inmigración en Chile provienen mayoritariamente del mundo político. El exministro del interior, Andrés Chadwick, quien, frente al ingreso de inmigrantes ilegales al país, argumenta que debemos proteger los límites nacionales (La Cuarta, 22 Julio 2020). Algo similar expresó el presidente de la república, Sebastián Piñera, diciendo que: las fronteras aéreas, marítimas y terrestres deben ser reforzadas para evitar el ingreso de la pandemia al país (El Siglo, abril 2020). Frente al mismo tema, el ministro del interior Pérez (La Nación, 2020, 29 de septiembre; Schuller, 2020) indicó que 506 de 762 son inmigrantes ilegales en residencias sanitarias.

Mientras que, desde el Departamento de Policía Internacional de Iquique, al mes de septiembre, la policía de investigaciones ha informado el ingreso por paso no habilitado de 1493 inmigrantes, de ellos 615 son venezolanos (La Nación, 2020). El ministro agregó que los inmigrantes son aceptados por los chilenos mientras que esto sea de forma regulada y ordenada siguiendo los requerimientos para integrarse a Chile. La irregularidad en el ingreso al país ha causado dificultades en regiones y comunas, para los chilenos y para los in-

migrantes mismos e indicó que en estos momentos tenemos cerradas las fronteras, pero cuando se regularice la situación el problema puede ser mayor. Es por ello que se hace pertinente que el Estado introduzca una Ley Migratoria para combatir esta irregularidad (La Nación, 2020, 28 septiembre).

El Canciller Allamand (La Nación, 2020a, 2020b), agrega que se espera durante la semana tener una ley que regularice la acción en las fronteras y del ingreso de los inmigrantes ilegales y, así, evitar desacuerdos con la oposición y desmotivar la creciente inmigración ilegal y añade que el ingreso ilegal de los inmigrantes es un crimen y se implementaran los regalamientos para expulsar a esos inmigrantes de Chile. Finalmente, el intendente de Tarapacá, Miguel Quezada (2020), explicó que los funcionarios públicos enfrentan una difícil situación en las residencias sanitarias de Iquique que albergan mayoritariamente venezolanos que ingresaron ilegalmente desde los pasos no habilitados entre Chile-Bolivia y concluye argumentando que el gobierno no está a favor de la inmigración ilegal en el que son los mismos extranjeros quienes se auto-denuncian para acceder a las residencias sanitarias. Esto puede poner en riesgo a los ciudadanos de la región y a los mismos inmigrantes (La Nación, 2020). Finalmente, otro actor proviene desde la seremi de Salud, Rossana Díaz, quien indica que en Iquique hasta hace una semana había alrededor de 600 extranjeros en las residencias sanitarias habilitadas. Ellos previamente se auto denunciaron tras llegar a Chile según el protocolo, ingresando al país por un paso no habilitado. Finalmente, la edil informa que en Antofagasta hay 378 inmigrantes en similares recintos (Soy Chile 7 octubre 2020).

Las noticias relacionadas con los inmigrantes en Chile en tiempos de pandemia se dividen en dos. El primer grupo contiene las noticias de migrantes que ya están en Chile. El segundo grupo se compone de los inmigrantes que han llegado al país durante la pandemia. Desde el primer grupo, los diarios informan de la falta de empleo que ellos enfrentan. Esos trabajos en algunos casos eran informales y precarios, sin embargo, les permitían sobrevivir (La Tercera 26 marzo 2020). En términos de salud, debido a los trabajos que realizaban, ellos no tienen derecho a beneficios de salud dejándolos aún más vulnerables (El Mercurio de Calama 4 septiembre-a). De acuerdo con TeleSur (2020), la realidad de los extranjeros en Chile es difícil ya que están expuestos al COVID-19 sobre todo porque estando en la irregularidad no pueden acceder al sistema de salud nacional. En relación con la estigmatización, La Tercera (8 mayo 2020) informa que algunos creen que

quienes traen la COVID-19 a Chile son los inmigrantes y que es labor del país asegurar el bienestar de los chilenos en primer lugar de una crisis económica. Estos discursos son racistas y, de acuerdo con van Dijk (1993, p. 21), es “una forma de dominación” y el omitir a quién los emite es una estrategia discursiva llamada supresión (van Leeuwen, 1996, p. 38). Por otro lado, algunos inmigrantes desolados por la actual crisis, buscan la repatriación desde sus embajadas, AA (2020) informa que cientos de bolivianos, peruanos, colombianos y venezolanos están esperando regresar a sus países de origen escapando de la vulnerabilidad causada por la COVID-19. En esta situación, ellos acusan discriminación, racismo y maltrato físico (El Mercurio de Calama, 4 septiembre-b; La Cuarta 22 abril 2020; El Siglo, abril 2020).

En torno al último grupo de inmigrantes los diarios locales han informado empleando los siguientes titulares que informan acerca del gran ingreso de inmigrantes entre enero y agosto siendo en su mayoría venezolanos (La Nación, 2020) y continúa la noticia argumentando que estos inmigrantes son los más numerosos que han ingresado a lo largo del año (La Nación, 2020). Este tipo de notas predispone negativamente a la comunidad frente a los venezolanos vecindados en el país.

Otro titular informa al lector acerca del ingreso ilegal de inmigrantes y de su tráfico por medio de la analogía (van Leeuwen, 2007, p. 99) de forma alarmista enfatizando el aumento de 53% a 91%, pero a la vez destaca que ellos tienen educación secundaria y terciaria rendida (La Tercera 2 octubre 2020) y agrega que la Fiscalía informó acerca de un incremento en este tipo de infracciones y el OS-9 de Carabineros examinó el funcionamiento de los “coyotes” y extranjeros que cruzaban la frontera de manera ilegal siendo la mayor parte de ellos venezolanos (La Tercera 2 octubre 2020). Para dar objetividad a la nota, se emplea la estrategia de autoridad que proviene en este caso de la policía informando que el OS-9 ha detenido transportistas definidos como “coyotes” entre 2019 y 2020 siendo esta una nueva forma de organización criminal que opera en Tacna-Perú y la componen venezolanos quienes ganan dinero desde sus propios coterráneos. Según carabineros el costo del servicio son diversos, pero bordea US\$ 100 y US\$ 300 para asegurar el paso exitoso hacia Chile (Rivera & Ojeda, 2020).

Por el contrario, Soy Chile (7 octubre 2020) emplea discursos a favor de los inmigrantes venezolanos enfatizando su peregrinación por cinco países de América del Sur para llegar a Chile e informa que el venezolano, Rafael Pérez, esposa e hijos caminaron durante tres días por la costa para llegar a

Antofagasta (Soy Chile 7 octubre 2020). Rafael Pérez (Soy Chile 7 octubre 2020) relata que, al llegar a Chile, el grupo de alrededor de 25 extranjeros, se autodenunció frente a la policía y posteriormente fueron trasladados a residencias sanitarias a cumplir la cuarentena. Permanecer en la residencia sanitaria les permitió descansar del viaje.

Un examen inicial de estos discursos a favor y en contra de la inmigración en el país, permite observar que se clasifica a los extranjeros como “ellos” y al nacional como “nosotros”. Según van Dijk (1992, p. 245) es una estrategia discursiva empleada para clasificar y dividir a los que pertenecen a un grupo de los que no, siendo estos últimos segregados por la comunidad.

Otra estrategia discursiva empleada por los medios de comunicación es la construcción de los actores y de roles que se emplean en los discursos emitidos por autoridades de gobierno o de conocimiento (van Leeuwen, 1996, 2007). Esa estrategia se llama nominalización y autoridad del experto respectivamente (van Leeuwen, 1996; van Leeuwen, 2007). El objetivo de esta estrategia es destacar a las personas que emiten los comentarios alineados a los objetivos propios de la élite, es decir, quien goza de estatus, privilegios, ingresos y acceso a buenos empleos (van Dijk, 1993), que controla esos medios de comunicación. Por el contrario, los migrantes estigmatizados no son nombrados, sino que están clasificados en un grupo como la nacionalidad. Esa estrategia discursiva se conoce como asimilación (van Leeuwen, 1996). Así, las personas asimiladas pierden identidad y pasan a constituir un todo que es demonizado de acuerdo con lo que relatan los medios de comunicación. En los medios examinados, podemos observar que varias autoridades locales fueron nominalizadas, mientras que solo un inmigrante fue nombrado por los ellos.

El análisis centrado en la opinión pública de estos medios, se observa cómo la prensa escrita articula representaciones en torno al migrante desde el terreno de los líderes de opinión, sea político, académico o religioso. Junto a ello, los periódicos construyen simbólicamente a las poblaciones inmigrantes en calidad de colectividades desde sus prácticas textuales. Estos actos escriturales tributan al “paradigma sarmientino”, una visión de mundo ligada a la dicotomía entre civilización y barbarie, tal como sostienen Santa Cruz (1988), Jiménez y González (2019) en el análisis de la prensa chilena. De esta manera, existe un modelo cultural detrás de los textos periodísticos que informan de este esquema simbólico operando en los actos comunicativos de estos diarios. Esta episteme clasifica a las colectividades migrantes

en calidad de humanidad disminuida, producto tanto de su precariedad material, como de su potencial patológico producto de la contingencia mundial de salud que proviene “desde fuera” del país. De esta manera, se observa un enfoque civilizatorio donde el “nosotros” (Chile), se posiciona ventajosamente frente al “otro” proveniente del exterior.

Para concluir, el objetivo de esta sección apuntaba a examinar la construcción discursiva de los inmigrantes en Chile en tiempos de pandemia hecha por los medios de prensa. Después de un breve análisis hemos observado que ellos son puestos en posición de desventaja y de pobreza siendo estigmatizados e visibilizados como un todo perteneciente a un grupo por medio de la estrategia discursiva de asimilación. Mientras que la clase al poder es nominalizada, por un lado, emiten discursos estigmatizadores en contra de los inmigrantes, mientras que, por otro lado, el actor nominalizado es categorizado como una autoridad experta quien invita a respetar los derechos del otro. Finalmente, la característica frecuente de los discursos es la división hecha entre “nosotros”, los chilenos, y “ellos”, los otros, los inmigrantes ilegales y clandestinos con los cuales se asocian discursos negativos y quienes pueden traer la pandemia al país, según informa La Tercera (8 de mayo 2020).

## **Reflexiones finales**

Este trabajo reflexionó sobre el nexo entre discurso, opinión pública y episteme de los discursos emitidos por la prensa chilena en torno a la inmigración al país en tiempos de pandemia. La problemática del ensayo se centró en los tópicos discursivos, opináticos y epistémicos presentes en estos medios, proponiendo que estos presentaban dimensiones discriminantes y nacionalistas. La opinión de la prensa era entendida como una práctica textual, tributaria de una epistemología y una contingencia política, acto comunicativo caracterizado por la valoración cultural a Occidente y discriminatoria de otros estilos de vida.

Considerando la discusión teórica presente en el artículo, más el análisis inicial de los discursos mediales presentados en la última sección del texto, formulamos algunas reflexiones finales. La primera tiene que ver con los discursos mismos y sus principales características en torno al “otro”. En este terreno, se observa una distinción entre un “nosotros” de un “ellos”, fenómeno explicado por van Dijk (1992, p. 245) como una estrategia discursiva empleada para clasificar y dividir a los que pertenecen a un grupo de los que no, siendo estos últimos segregados por la comunidad.

Una segunda reflexión pasa por la estrategia discursiva empleada por los medios de comunicación nacionales para la construcción de actores y roles. En este plano, resulta evidente la dicotomía observada en los procedimientos empleados, “nominalizando” a las autoridades nacionales, frente a la etiquetación colectiva de las poblaciones extranjeras asentadas en Chile desde la clasificación de “inmigrantes”. Estas estrategias tributarían a una visión de mundo vinculada al “paradigma sarmientino”, modelo que establece una antinomia entre Occidente en calidad de civilización, frente a la barbarie representada por las culturas no occidentales. Desde esta episteme, la prensa escrita instrumenta una serie de prácticas textuales que articulan las representaciones de líderes de opinión provenientes de la política, la academia y el mundo católico. Junto a ello, podemos observar cómo estos actos comunicativos habilitan la construcción simbólica de los sujetos desde la emisión misma de la opinión publicitada, hecho que se aprecia en el caso de los migrantes mismos.

El principal alcance de este trabajo está ligado a la investigación empírica. Un estudio de los discursos mediales sobre la inmigración en Chile debe pasar por el análisis de las distintas dimensiones de opinión pública presentes en las secciones de la prensa escrita. Una mención semejante se puede hacer en el terreno de los modelos culturales detrás de las prácticas textuales. En este sentido, la indagación en torno a titulares, páginas editoriales, noticias y artículos de opinión deben ser abordadas con el rigor metodológico que prescribe el análisis de discurso. Serán futuros trabajos los que deberán hacerse cargo de esta tarea.

## Bibliografía

- Allamand, A. (2020a, 29 septiembre). Gobierno registra 5147 inmigrantes ilegales entre enero y agosto, la mayoría venezolanos. *La Nación*. <https://bit.ly/3a5j4bw>
- Allamand, A. (2020b, 15 octubre). Gobierno llama a parlamentarios a aprobar ley de migración para enfrentar ingresos clandestinos. *La Nación.cl*. <https://bit.ly/3d3r7ay>
- Androutsopoulos, J. (2010). Ideologizing ethnocidal German. In S.A. Johnson & M.M. Tommaso (Eds.), *Language ideologies and media discourse. Texts, practices, politics*, vol. 10, (pp. 182-202). Continuum.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. Editorial Grijalbo.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. (2001). NewLiberalSpeak: Notes on the new planetary vulgate. *Radical Philosophy* (105), 2-5. <https://bit.ly/3aRBqMi>

- Chiluwa, I. (2011). Media Representation of Nigeria's Joint Military Task Force in the Niger Delta Crisis. *Int J Humanit Soc Sci*, 1(9), 197-208. <https://bit.ly/3a8CdJK>
- Chomsky, N. (1981). *Reflexiones acerca del lenguaje. Adquisición de las estructuras cognitivas*. Editorial Trillas.
- DiEM25 [DiEM25]. (2020). Noam Chomsky: Coronavirus, ¿qué está en juego? [Archivo de video]. <https://bit.ly/3jIIQXn>
- Ejupi, V., Siljanovska, L., & Iseni, A. (2014). The Mass Media And Persuasion. *European Scientific Journal*, 10(14). <https://bit.ly/3qaSK5c>
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. Longman.
- Fairclough, N. (1996). Technologization of discourse. En C. R. Caldas-Coulthard & M. Coulthard (Eds), *Texts and Practices*. Routledge.
- Fairclough, N. (2001). *Language and power* (2nd ed.). Longman.
- Fairclough, N. (2002). Language in new capitalism. *Discourse and Society*, 13(2), 163-166. <https://doi.org/10.1177/0957926502013002404>
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge.
- Foucault, M. (1972). *La arqueología del saber*. Siglo XXI Ediciones.
- Foucault, M. (1981). The Order of discourse. En R. Young, *Untying the text: A post-structural reader* (pp. 51-77). <https://bit.ly/3a8vb7v>
- Fowler, R. (1991) *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. Routledge.
- Gellner, E. (1998). *Language and Solitude. Wittgenstein, Malinowski and the Habsburg Dilema*. Cambridge University Press
- Giddens, A. (2003). *La constitución de la Sociedad: bases para la teoría de la estructuración*. Amorrortu.
- Gruevski, T. (2004). *Communications and Culture*. Studentski zbor.
- Habermas, J. (2009). *Historia y crítica de la opinión pública*. Editorial Gustavo Gil.
- Jakobson, R. (1986). *Ensayos de Lingüística General*. Editorial Artemisa.
- Jiménez, M., & González, J. (2019). ¿Etnia o nación? Los aymaras desde la opinión de la prensa de Chile y Bolivia. *Revista Encrucijada Americana*, 11(1), 5-23. <https://bit.ly/3rHpXWw>
- Johnstone, B. (2002). *Discourse analysis*. Blackwell.
- Löwy, M. (1979). *Para uma sociologia dos intelectuais revolucionários. A evolução política de Lucács (1909-1929)*. Lech Livraria Editora Ciências Humanas.
- Mañalich, J. (2020, 03 de abril). Balance de Coronavirus. <https://bit.ly/3rKnZEV>
- Mayer, J. (24 septiembre 2018). How Russia Helped Swing the Election for Trump. *The New Yorker*. <https://bit.ly/3jDdyQj>

- Mohammedwesam, A. (2017). Critical discourse analysis of war reporting in the international press: the case of the Gaza war of 2008-2009. *Palgrave Communications*, 3(1), 1-11. <https://doi.org/10.1057/s41599-017-0015-2>
- Orwell, G. (1949). *1984*. Penguin Random House.
- Pérez, V. (2020, 29 de septiembre). Gobierno registra 5147 inmigrantes ilegales entre enero y agosto, la mayoría venezolanos. *La Nación*. <https://bit.ly/3paZpet>
- Pérez, V. (2020, 28 de septiembre). Gobierno llama a parlamentarios a aprobar ley de migración para enfrentar ingresos clandestinos. *La Nación.cl*. <https://bit.ly/3d3r7ay>
- Reisigl, M., & Wodak, R. (2001). *Discourse and Discrimination: Rhetorics of racism and antisemitism*. Routledge.
- Richardson, J.E. (2007). *Analysing newspapers: An approach from critical discourse analysis*. Palgrave Macmillan.
- Rivera, V., & Ojeda, J. (2020, 02 de octubre). Tráfico de migrantes sube 53% y 91% de extranjeros ingresados ilegalmente tiene educación media y superior completa. *La Tercera*. <https://bit.ly/3rHjOcC>
- Santa Cruz, E. (1988). *Análisis histórico del periodismo chileno*. Nuestra América.
- Schuller, P. (2020, 29 de septiembre). Gobierno registra 5147 inmigrantes ilegales entre enero y agosto, la mayoría venezolanos. *La Nación*. <https://bit.ly/3rNJ695>
- Van Dijk, T. (1992). Racism and argumentation: Race riot rhetoric in tabloid editorials. En F.H. van Eemeren (Ed.), *Argumentation illuminated*. Dordrecht.
- Van Dijk, T. (1993). *Elite discourse and racism*. Sage Publications.
- Van Dijk, T. (Ed.) (1997). *Discourse as social interaction*, vol 2. Sage.
- Van Dijk, T. (1998a). Opinions and ideologies in the press. In A. Bell & P. Garrett (Eds.), *Approaches to media discourse*, vol.2, (pp. 21-63). Blackwell.
- Van Dijk, T. (1998b). Critical discourse analysis. In D. Schiffrin, H. Hamilton & D. Tannen (Eds.), *Handbook of discourse analysis* (in preparation). <https://bit.ly/3jEsDBu>
- Van Leeuwen, T. (1996). The representation of social actors. In C. Caldas-Coulthard & M. Coulthard (Eds.), *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis* (pp. 32-70). Routledge.
- Van Leeuwen, T. (2007) Legitimation in discourse and communication. *Discourse and Communication*, 1(1), 91-112. <https://doi.org/10.1177/1750481307071986>
- Vasilachis, I. (2013). *Pobres, pobreza, identidad y representaciones sociales*. Gedisa.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2001). *Methods of critical discourse analysis*. Sage.
- Груевски, Т. (2004). *Комуникации и култура*. Студентскизбор.

Силјановска, Ј. (2007). *Влијанието на масовните медиуми во формирањето на европските вредности Тетово*. ArberiaDesign.

## Diarios

- AA (2020). El drama de los inmigrantes sudamericanos varados en Chile a causa del coronavirus. AA. <https://bit.ly/3a89Jjb>
- Agencia EFE (08 de mayo 2020). El “sueño” chileno de los migrantes se desvanece con el coronavirus. *Agencia EFE*. <https://bit.ly/3jEtwKk>
- Crónica Digital (20 de agosto 2020). La mitad de los migrantes quedaron sin trabajo en Chile por COVID-19. *Crónica Digital*. <https://bit.ly/3tJbWt3>
- El Mercurio de Calama (04 de septiembre 2020a). Organizaciones abordan la compleja situación de migrantes en la pandemia. *El Mercurio de Calama*.
- \_\_\_\_ (04 de septiembre 2020b). Pareja venezolana sobrevive pidiendo dinero en las esquinas de Calama. *El Mercurio de Calama*.
- El Siglo (abril 2020). COVID-19: La dramática situación de migrantes. *El Siglo*. <https://bit.ly/3ryvy1c>
- La Cuarta (22 de abril 2020). ¡Eso es discriminación, racistas!: inmigrantes haitianos se niegan a cumplir cuarentena. *La Cuarta*. <https://bit.ly/3rERYax>
- La Cuarta (02 de mayo 2020). Michelle Bachelet pide apoyo a migrantes afectados por COVID-19. *La Cuarta*. <https://bit.ly/3qd0tzN>
- La Cuarta (22 de julio 2020). El peligroso “negocio” de los coyotes de la frontera. *La Cuarta*. <https://bit.ly/3rGdP8a>
- La Nación (29 de septiembre 2020). Gobierno registra 5147 inmigrantes ilegales entre enero y agosto, la mayoría venezolanos. *La Nación.cl*. <https://bit.ly/2NaEjQ6>
- La Nación (15 de octubre 2020). Gobierno llama a parlamentarios a aprobar ley de migración para enfrentar ingresos clandestinos. *La Nacion.cl*. <https://bit.ly/2MLnk7i>
- La Tercera (26 de marzo 2020). Vulnerabilidad y pobreza: cómo afecta a los migrantes y sus familias la pandemia de coronavirus. *La Tercera*. <https://bit.ly/3a6zTTi>
- La Tercera (08 de mayo 2020). Migraciones y COVID. Una relación peligrosa para el proyecto de Ley. *La Tercera*. <https://bit.ly/3a8fnBJ>
- La Tercera (02 octubre 2020). Tráfico de migrantes sube 53% y 91% de extranjeros ingresados ilegalmente tiene educación media y superior completa. *La Tercera*. <https://bit.ly/3tLElic>

- Pauta (05 de junio 2020). Enfrentar la COVID-19 desde la migración. *Pauta.cl*. <https://bit.ly/3rHosr6>
- Emol.com (19 de agosto 2020). Migrantes en Chile durante la pandemia: Un 30% perdió el trabajo y un 60% dice que no regresaría a su país. *Emol.com*. <https://bit.ly/3q80IS4>
- Emol.com (09 de octubre 2020). Ingreso irregular de inmigrantes al país se duplicó en agosto: La mayoría son venezolanos. *Emol.com*. <https://bit.ly/3p9w17h>
- Soychile.cl (07 de octubre 2020). Antofagasta: La caminata de las familias venezolanas que cruza cinco países sudamericanos. *Soychile.cl*. <https://bit.ly/3cYNpub>

Fecha de envío: 2020/10/31; Fecha de aceptación: 2021/02/12;  
Fecha de publicación: 2021/03/01



## La protesta juvenil en las Jornadas de octubre-2019 en Ecuador: contexto, motivos y repertorios

*The youth protest in October 2019: context,  
motives and repertoires*

**Francisco Puente-Izurieta**

FLACSO-Ecuador

frandapui@hotmail.com

<https://orcid.org/000-0001-9929-6072>

### **Resumen**

En este trabajo se analiza de forma exploratoria la dinámica de la protesta protagonizada por las y los jóvenes del 3 al 5 de octubre de 2019 en Quito-Ecuador. Para cumplir con este objetivo se examinan los factores contextuales que permiten comprender la influencia de la estructura de oportunidades políticas, las percepciones y emociones que impulsaron la activación contenciosa, y aspectos relacionales que permiten comprender la configuración y articulación de los repertorios empleados por los manifestantes durante los primeros días de este ciclo de protesta. En el levantamiento de la información se ha empleado un enfoque de corte etnográfico que triangula observación de campo, entrevistas semi-estructuradas y documentos digitales, a partir de los cuales se examinan los mecanismos involucrados en las protestas desarrolladas durante los días que antecedieron al arribo del movimiento indígena a la ciudad capital y a la movilización convocada por representantes de organizaciones de trabajadores, indígenas y estudiantes. Así, se exponen y discuten brevemente los aportes de la teoría de la acción colectiva y de la sociología de las emociones para explorar una forma de conjugarlas en una comprensión de la activación contenciosa juvenil.

### **Palabras clave**

Jóvenes, contexto político, percepciones, emociones, espacios de pertenencia, repertorios de contienda.

**Forma sugerida de citar:** Puente-Izurieta, F. (2021). La protesta juvenil en las jornadas de octubre-2019 en Ecuador: contexto, motivos y repertorios. *Universitas*, 34, pp. 215-234.

### **Abstract**

*In this work, the dynamics of the protest carried out by young people from October 3 to 5, 2019 in Quito-Ecuador is explored in an exploratory way. To meet this objective, the contextual factors that allow understanding the influence of the structure of political opportunities, the perceptions and emotions that drove the contentious activation, and relational aspects that allow understanding the configuration and articulation of the repertoires used by the protesters during the first days of this cycle of protest. In collecting the information, an ethnographic approach has been used that triangulates field observation, semi-structured interviews and digital documents, from which the mechanisms involved in the protests developed during the days prior to the arrival of the indigenous movement to the capital city and to the mobilization called by representatives of workers', indigenous and student organizations. Thus, the contributions of the theory of collective action and the sociology of emotions are briefly exposed and discussed to explore a way to combine them in an understanding of contentious youth activation.*

### **Keywords**

*Context, perceptions, emotions, spaces of belonging, repertoires of conflict.*

---

## **Introducción**

En este trabajo se examina la confluencia de factores estructurales, agenciales y relacionales para analizar la dinámica de la protesta juvenil durante las jornadas del 3, 4 y 5 de octubre del 2019 en Quito-Ecuador. Esta propuesta ubica el análisis en las actuaciones, percepciones y emociones de diversos manifestantes a partir de los aportes de la sociología de la acción colectiva y de la sociología de las emociones, para presentar una comprensión situacional y dinámica de los mecanismos con los que operó la protesta juvenil.

Estos mecanismos consisten en una “clase delimitada de eventos que alteran de manera idéntica o muy similar las relaciones entre un conjunto específico de elementos” (McAdam et al., 2001, p. 24). Estos son de tres tipos: a) contextuales (ej. una decisión económica desfavorable por parte de las autoridades), b) cognitivo-valorativos (ej. la modificación en las representaciones y emociones de los manifestantes que definen una situación conflictiva) y c) relacionales (ej. roles de individuos, grupos o redes).

En ese sentido, la categoría “juvenil” se remite a “experiencias y formas de acción, definidas por un mayor grado de independencia frente a otras instancias y actores sociales y, por lo tanto, se especifica como un proceso general, abierto, plural y multidimensional” (Urbina-Cortés, 2014, p. 822). Para analizar este proceso proponemos integrar niveles estructurales y agenciales que nos permitan comprender la disposición estratégica de los y las jóvenes en los espacios geográficos y continuidades temporales en los que se concentró la protesta.

Si bien la muestra de informantes no es lo suficientemente amplia como para hacer generalizaciones, este trabajo tiene la virtud de obtener la información *in situ* y al calor de los hechos, exponiendo lo que los actores hacen y dicen en medio de su participación en la protesta. En ese sentido los datos de los registros de campo, de las entrevistas y del material documental, adquieren relevancia y sentido, en la medida en que permiten representar la configuración de un encadenamiento de factores que expone una idea aproximada de la dinámica de la protesta juvenil.

Así, se aplicaron inmersiones etnográficas en los puntos de concentración de los manifestantes, lo que permitió registrar el modo en que estos espacios fueron ocupados y el rol que diversos manifestantes jugaron dentro de ellos. Dentro de estos espacios se aplicaron entrevistas semi-estructuradas a doce manifestantes (seis hombres y seis mujeres), seleccionados por su presencia en: a) los enfrentamientos contra agentes de la policía, b) en los parques de El Ejido y El Arbolito, y c) en las inmediaciones entre la Casa de la Cultura y el Puente del Guambra. Adicionalmente, el análisis de noticias publicadas en medios digitales permite sustentar la cronología de sucesos, referenciar las expresiones del presidente de la República, resaltar los hechos que caracterizaron cada jornada y constatar la veracidad de las descripciones y relatos.

En la primera parte se analiza la influencia de la “estructura de oportunidades políticas” (Gamson & Meyer, 1999) y “el uso conflictivo del espacio” (Sewell, 2001). Mientras examinamos la *estructura de oportunidades políticas* a partir de las percepciones subjetivas de los manifestantes (Tilly, 2003) y de aquellas señales emitidas por los actores políticos “que les animan a utilizar los recursos con los que cuentan para movilizarse” (Tarrow, 1999, p. 89), el *uso conflictivo del espacio* responde a la articulación de diferentes actividades orientadas a sostener la contienda dentro de una zona geográfica delimitada (Sewell, 2001).

En la segunda parte se analizan las emociones que impulsaron la actividad contenciosa y su articulación durante las protestas (Eyerman, 2005), destacando aquellos resortes del compromiso con los que se plantean las demandas y justifican las actividades en las que participan las y los manifestantes (Hopkins et al., 2005).

Finalmente, en la tercera parte, el análisis de los *repertorios de contienda* no se remite a una lista estable y cerrada de formas de acción repetidas e idénticas, sino a “actuaciones constantemente reinventadas y redefinidas bajo el doble efecto de la improvisación y el intercambio de golpes entre oponentes” (Mathieu, 2012, p. 570), es decir, a las formas diferenciadas y articuladas de acción colectiva, redefinidas por los manifestantes durante esos días (McCarthy, 1999; McAdam, 2010).

Con el fin de superar las oposiciones entre los niveles macro y micro-sociológicos, así como entre las perspectivas objetivista y subjetivista, que consideran las conductas contenciosas como esencialmente racionales o emocionalmente sobre determinadas por el espacio y el tiempo en los que se sitúan (Mathieu, 2012), en este trabajo se integran analíticamente la estructura de oportunidades políticas, las emociones inscritas en la activación de los manifestantes, y los formatos de acción que permiten formular una comprensión situacional y dinámica de la protesta (Aminzade & McAdam, 2001).

## **Estructura de amenazas políticas: autoritarismo, violencia policial y silencio mediático**

En esta parte analizaremos las declaraciones con las que el presidente de la República reaccionó a las movilizaciones, el rol de la función ejecutiva y de la función legislativa frente a los acontecimientos, y el modo en que la fuerza pública reprimió las manifestaciones. En la segunda parte examinaremos el rol del espacio público en tanto factor estructurante de los repertorios utilizados por los y las manifestantes.

De acuerdo con el modelo propuesto por Ch. Tilly en su famoso libro *From mobilization to revolution* (1978), la protesta opera como efecto de la exclusión política de grupos que, al no poder defender sus intereses a través de los canales institucionales de rutina, no encuentran otra alternativa que imponerse a través de la disrupción.

Así, a partir de las 09h00 del 03 de octubre del 2019, miles de estudiantes y jóvenes integrantes de diversas organizaciones militantes de izquierda, se concentraron en las cercanías al puente del Guambra y de la Casa de la Cultura para rechazar la inconsulta expedición del Decreto Ejecutivo N° 883 con el que el Presidente de la República tomaba la decisión de liberar el precio de los combustibles.<sup>1</sup>

Pese al énfasis del primer mandatario en que no habría un aumento drástico en el precio de los bienes y servicios de primera necesidad, popularmente conocido como “paquetazo”,<sup>2</sup> las y los jóvenes marcharon rumbo a las sedes de la Asamblea Nacional, órgano de la función legislativa, y del Palacio de Gobierno, sede de la función ejecutiva: “El presidente mintió y ahora queremos que las autoridades nos den la cara, estamos exigiendo una explicación, que nos escuchen y que se derogue ese decreto” (Pedro, 26 años). Así, con su presencia en las calles, plazas y parques los y las jóvenes se resistían a la pérdida del trabajo de sus padres, al recorte en el presupuesto de educación, al alza de pasajes y a “todo lo que nos están haciendo” (Daniel, 24 años).

Sin embargo, a las 12h00 de ese mismo día, el Presidente de la República trasladaba la sede del Gobierno nacional a la ciudad de Guayaquil y, mientras la función legislativa permanecía cerrada, carrocerías blindadas del ejército y de la policía reforzaron los edificios de gobierno para impedir el avance de las marchas que llegaba por las calles aledañas. Los enfrentamientos se desencadenaron cuando los uniformados empezaron a desalojar a los manifestantes, empleando disparos permanentes de diverso tipo de proyectiles que emitían gas lacrimógeno, esquirlas expansivas y balas de goma: “estos explosivos parecen caseros, me acaban de herir en el brazo con fragmentos de hierro oxidado envuelto en cartón” (Luis, 24 años).

Uno de los lugares de enfrentamientos fue la popularmente conocida Plaza del Teatro, cercana a la sede del ejecutivo, donde jóvenes tapados la boca y nariz con sus chompas y mascarillas, incendiaban llantas y levantaban improvisadas barricadas con el material que encontraban a su paso, como ramas de árbol, tubos y piedras. Los manifestantes atestiguan que durante los enfrentamientos “los policías nos atacaban sin razón y usaban sus

---

1 Desde su posesión, en reiteradas ocasiones el presidente Lenín Moreno había afirmado que no habría “paquetazo”. Se puede acceder a un extracto de estas declaraciones en: <https://bit.ly/2YHNmKZ>; <https://bit.ly/3cKjh5w>

2 Para mayor detalle sobre el incremento de los bienes y servicios a partir de la aprobación del Decreto Ejecutivo N° 883, ver: <https://bit.ly/2O2VUK9>

armas sin medida” (Anthony, 25 años), mientras tendían emboscadas para detener a los y las jóvenes que buscaban refugiarse.<sup>3</sup>

A las 20h00 de esa noche el Primer Mandatario justificó la actuación de la policía, presentando las protestas “bajo el signo delincencial del saqueo y de la sublevación” (Ramírez- Gallegos, 2020, p. 24). En cadena nacional anunció la expedición del Decreto Ejecutivo N° 884, con el que decretaba el estado de excepción en todo el territorio nacional, obedeciendo a la necesidad de: “eliminar esa costumbre que linda con lo miserable de tratar de imponer criterios con actos vandálicos (...), me refiero a los ladrones y criminales que se han dedicado a desestabilizar” (L. Moreno, 2019).<sup>4</sup> Estas expresiones y “la forma tan violenta en la que fueron tratados nuestros compañeros” (María José, 21 años), generaron sentimientos de indignación, ira y dolor que las y los informantes identificaron con su malestar (Anexo 1).

Para el día siguiente, viernes 4 de octubre, la cantidad de manifestantes y la violencia de los enfrentamientos con la policía revelaron la incipiente configuración estratégica de diversos repertorios de acción, dispuestos en un rango espacial de 2.6 km, en el que el edificio de la Asamblea Nacional se conecta con la Casa de la Cultura y el puente del Guambra, por medio de los parques popularmente conocidos como el Ejido y el Arbolito, hasta el Palacio presidencial ubicado en el centro histórico de la ciudad.

Los repertorios con los que las y los jóvenes ocuparon este espacio permitieron la difusión de la información en tiempo real, organizar el apoyo logístico y volver a la ofensiva, haciendo de este espacio “un desafío a la autoridad” (Sewell, 2001), tanto por el significado estratégico que adquirió para los actores, como por el rol que jugó en el despliegue de la movilización (Anexo 2).

Durante el 5 de octubre, dentro de este mismo espacio, el procedimiento policial para enfrentar los disturbios comenzó con la difusión de un sonido ensordecedor a través de alto-parlantes que impedían a los manifestantes escucharse entre sí. A continuación, los dejaban avanzar para recibirlos con disparos de diversos proyectiles, gas lacrimógeno, e inmediatamente arremeter con sus carrocerías blindadas, motocicletas y caballos. Los perse-

---

3 03 de octubre del 2019: “Jóvenes asfixiados y calles cubiertas de piedras dejan las protestas en el Centro Histórico de Quito”. Para mayor detalle sobre los resultados del primer día de protestas ver: <https://bit.ly/36IoiaU>

4 “Presidente Lenín Moreno decreta estado de excepción y ratifica las medidas económicas”. Se puede acceder al pronunciamiento completo en: <https://bit.ly/3cBjYOC>

guían y dispersaban hasta arrinconarlos y detenerlos, dejando como resultado a cientos de jóvenes heridos, pisoteados por la caballería policial y uno de ellos perdió un ojo en los enfrentamientos (Anexo 3).

Así, la movilización juvenil operó como reacción a las “estructuras de oportunidad creadas por otros” (Tarrow, 1999, p. 89), como las declaraciones del Primer Mandatario y el bloqueo del procesamiento político por parte de las instituciones interpeladas. Adicionalmente, en las respuestas de los informantes podemos advertir la importancia de la represión policial como la “amenaza” (Chazel, 2003) ante la cual se diversificaron, amplificaron y profundizaron sus niveles y formatos de contención (Della Porta, 1999; Goldstone & Tilly, 2001).

## **Significados de la contienda: defensa de derechos y solidaridad**

En este apartado analizamos los significados de la protesta juvenil a partir de las emociones que impulsaron la activación y despliegue de su movilización. En este examen se destaca la modificación de emociones que van del malestar, frente al que se reivindican derechos, hacia el miedo, frente al que la solidaridad dio paso a los repertorios de contienda que sostuvieron la contienda.

Durante la jornada desarrollada el jueves 3 de octubre los y las jóvenes acudieron a las protestas, según María José (21 años) “para reclamar por sus propios derechos y los de todos”. Del mismo modo, Pedro (26 años) justificaba su presencia en la marcha al “centro histórico” “porque su papá se quedó sin trabajo, así que él y sus hermanos ya no podrían seguir estudiando”. A partir de estas versiones, podemos resaltar un malestar actual e inminente percibido a nivel personal, pero que también recaía sobre sus “mudos sociales” (Vommaro, 2017).

Para quienes protestaban en las calles aledañas al palacio de gobierno, esta era la única forma de resistencia a la imposición, restricción de derechos y precarización de sus condiciones de vida. Así, lo expone Luis (24 años) mientras camina desde el parque El Ejido hacia la Plaza del Teatro alrededor de las 10h00: “Con este decreto suben el pasaje y luego suben todo, así que no nos queda más que salir a las calles”. Así, permite dar cuenta de que su disposición contenciosa respondía a la defensa de sus derechos personales y del bienestar de su comunidad, de los que se tiene más o menos

consciencia en tanto “se comparten los mismos sufrimientos y los mismos sueños de transformación de la opresión” (Bonvillani, 2010, p. 38).

Sin embargo para las 15h00, luego de los enfrentamientos con la policía, algunos manifestantes que se replegaban extenuados, sucios y molestos, revelan el sentido ya no solo de malestar, sino de “ira al ver que nos tratan como criminales, cuando protestamos nosotros los jóvenes ahí sí sacan todo su arsenal” (Pablo, 26 años). Es decir que el nivel de violencia generado por el procedimiento de la fuerza pública, activó sentimientos que impulsaron a los y las jóvenes a reanudar sus acciones el siguiente día, ya no solo con el objetivo de reclamar sus derechos, sino para defenderse y atacar a la fuerza pública.

En efecto, para el viernes 4 de octubre, además de culpar al gobierno, los manifestantes denunciaron la agresión policial y la falta de difusión de los enfrentamientos por parte de los medios de comunicación: “Mira cómo nos agrede la policía, pero Teleamazonas (canal de televisión afín al oficialismo) ahí sí no dice nada, eso es lo que nos indigna” (Dayana, 26 años). Lo que se resalta de este hecho es que, pese a este silencio de los medios públicos y privados, los manifestantes estaban conscientes de los riesgos a los que se exponían: “Tengo miedo, muchos compañeros han sido heridos, pero estar aquí es lo único que nos queda. Quiero decir, sino luchamos no vamos a tener qué comer e igual vamos a morir” (Laura, 24 años). Esta consciencia del riesgo permite dar cuenta de la importancia de los medios de difusión alternativos que lograron posicionar un mensaje, permitiendo a las y los manifestantes conocer lo que enfrentaban y sus consecuencias.

Después de casi doce horas de protestas, alrededor de las 20h00 de esa segunda jornada, se podía seguir el rastro de pequeños grupos y manifestantes solitarios que se retiraban a sus respectivos hogares. Mientras caminaba junto a cuatro amigas por la Av. 6 de Diciembre rumbo a la Av. Colón, hasta llegar a la primera parada de la Ecovía habilitada hacia el norte (sistema de transporte colectivo masivo), Pauli (23 años) accede a comentarnos sus impresiones de ese segundo día de protestas: “Sentí iras, indignación y dolor al ver cómo nos trató la policía por reclamar nuestros derechos, pero igual mañana tenemos que volver a estar aquí”. Así, pone en evidencia que el incremento de la ira y el dolor de los manifestantes (así como el de sus familiares y amigos) operó afianzando el compromiso para la lucha (Yang, 2005).

Para el sábado 5 de octubre, el encuentro entre “gente que en el fondo queremos lo mismo” (Esteban, 24 años), además de justificarse por emociones de ira y miedo, también se configuraba como el efecto de sentimientos de soli-

daridad. “Es verdad que tenemos miedo, pero apoyar a la gente del barrio y a los compañeros de la U es la única manera de enfrentar lo que está pasando” (Esteban, 24 años). Así, es posible constatar que, si bien el contexto político generó reacciones subjetivas compartidas, también el encuentro comunitario en el espacio público produjo la concurrencia de percepciones y emociones comunes, traducidas en acciones de solidaridad (Maffesoli, 1997).

Esta solidaridad se expresó en la articulación de actividades especializadas, con las que los manifestantes cubrieron las necesidades más urgentes de la protesta:

Quando se caía alguien la gente le ayudaba y gritaban: ¡médico!, mientras lo cargaban. Cuando veíamos que ya no podían por el gas, íbamos con gasas y agua con vinagre para aliviar la irritación de los ojos, y eso fue lo que nos permitió resistir. (Emilia, 24 años)

Así, para el tercer día, ya no se trataba de defender sus derechos y condiciones de vida, sino de la solidaridad para enfrentar la amenaza de la fuerza pública (Mathieu, 2012).

Esta comprensión de la configuración de la solidaridad como forma de lucha puede concebirse como reacción y resultado de la interacción con las amenazas políticas, es decir, en el intercambio de golpes entre los manifestantes y las autoridades. En ese sentido, el malestar, el miedo y la solidaridad cumplieron paulatinamente un papel decisivo en la configuración y diversificación de la acción colectiva (Anexo 4).

Así, podemos comprender la articulación espacio-temporal de los repertorios con los que las y los jóvenes reivindicaron sus derechos, suplieron el silencio de los grandes medios de comunicación y sobrevivieron a la violencia policial, a partir de la configuración de un “nosotros” sustentado en sentimientos de malestar y miedo, que encontró en la solidaridad la plataforma sobre la cual se levantaron redes especializadas de acción que, como veremos a continuación definieron la dinámica de este ciclo de protesta.

## **Repertorios de contienda: tirapiedras, primeros auxilios y comunicación digital**

En esta sección analizaremos los factores que permiten comprender la activación, diversificación y articulación de los repertorios con los que las

y los jóvenes sostuvieron este ciclo de protestas, proyectándose como actor colectivo al calor de la contienda (Eyerman, 2005).

El jueves 3 de octubre a las 09h00 un gran grupo de estudiantes marchó desde el puente del Guambra rumbo a la sede de la función ejecutiva, revelando la importancia de las redes, pero sobre todo “de los grupos de chat de las asociaciones estudiantiles y de los colectivos que tenemos entre compañeros para difundir las convocatorias” (María José, 21 años).

Constatar la existencia de estos grupos nos permite dar cuenta de la relevancia de las relaciones de amistad y militancia, expuesta luego en el ejercicio de roles específicos:

Desde aquí puedes ver que unos están arriba dándose con los *chapas*, otros llevan baldes con agua para apagar las bombas y otros ayudan a pasar las piedras.

Todo el mundo hace algo, aunque sea gritar y aplaudir (María José, 21 años).<sup>5</sup>

Así, para el 4 de octubre ya no eran solo estudiantes los que se manifestaban, también se podía identificar a militantes de organizaciones de izquierda como la Juventud Guevarista y la Juventud Antifascista, así como a moradores de los barrios aledaños al centro histórico, que se enfrentaban con palos, piedras y bombas molotov contra la policía. Algunos manifestantes estaban equipados con cascos, mascarillas y guantes, otros tomaban fotografías y transmitían los acontecimientos en tiempo real, mientras otros repartían agua para inhibir los efectos del gas lacrimógeno y prestaban primeros auxilios. Ese día algunos vencieron el miedo, lo hicieron apoyando en lo que podían, defendiendo su vida y la de sus compañeros: “tuve mucho miedo y pensé que me iba a desmayar, pero me dije ¡tengo que ayudarlos!” (Emilia, 24 años).

En los enfrentamientos de esta jornada, comunicadores profesionales y aficionados voluntarios recibieron fuertes agresiones, una fotorreportera perdió un ojo por el impacto de una bala de goma y varios camarógrafos fueron detenidos.<sup>6</sup> Gracias a estos intrépidos comunicadores se pudo conocer de primera mano lo que realmente ocurría en diversos puntos y momen-

---

5 “Chapa” es una palabra de origen quichua que significa seguridad o vigilancia. Coloquialmente, en el Ecuador es el apelativo usado para nombrar despectivamente a los policías.

6 Las historias de la represión en Quito durante el paro, sobre el detalle de heridos y detenidos ver: <https://bit.ly/3pSGjeo>. Para el 05 de octubre la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador-CONAIE, denunciaba heridos en la Sierra centro y un universitario perdió un ojo en los enfrentamientos contra la policía en el centro de Quito. Se puede ver la noticia completa sobre estos hechos en: <https://bit.ly/3jnEkML>

tos de la protesta, “acrecentando la indignación popular al desenmascarar el alineamiento con el discurso oficial por parte de los medios tradicionales” (García & Soria, 2020, p. 402).

El sábado 5 de octubre los enfrentamientos contra la policía empezaron alrededor de las 09h00 y fueron protagonizados por jóvenes que ya no vestían uniformes de sus institutos educativos y además mantenían roles claramente identificables: “nosotras estuvimos en diversos espacios, algunos compañeros estuvieron en la línea delantera, otros, como yo, intentando registrar con mi cámara todo lo que pueda” (Sofi, 23 años).

La primera línea estaba integrada y era constantemente renovada por jóvenes que tiraban piedras y se armaban de palos para enfrentar la arremetida policial, seguidos por manifestantes que los apoyaban y presionaban, proveyéndoles de arsenal, encendiendo hogueras con llantas y ramas, y gritando consignas contra el gobierno. Entre estos grupos se ubicaban comunicadoras digitales que iban y venía estratégicamente para cubrir los acontecimientos. Finalmente, en la tercera línea, que llegaba a los parques El Ejido y El Arbolito, se podía identificar a estudiantes y profesionales de la salud dispuestos a socorrer asfixiados y heridos.

Así, tejidas por historias de malestar, miedo y solidaridad, estas formas de acción se redibujaban en espacios ocupados “entre la integración y la desintegración, entre lo establecido y lo cuestionado” (King, 2005, p. 152), generando procesos de autogestión colectiva, dentro de los que las y los jóvenes sostuvieron la protesta.

En ese sentido, este despliegue de grupos especializados que tiraban piedras para enfrentar a la policía, difundieron contenidos digitales y prestaron primeros auxilios a sus compañeros, solo puede ser entendido a partir de la “micro-movilización” de redes de información y grupos de acción, en los que interactuaban los manifestantes. Así pudieron dirigir sus competencias personales en forma de líneas de acción que rompieron con la rutina y las reglas habituales desplegadas en el espacio-tiempo en el que se configuró la protesta (McAdam, 2010).

## **Conclusión**

En este trabajo hemos analizado la convergencia de factores contextuales, personales y relacionales para dar cuenta de la dinámica entre agencia y

estructura durante los primeros días de este ciclo de protesta. En ese sentido, enfocarnos en las percepciones, emociones y repertorios articulados por los jóvenes durante estas jornadas nos ha permitido aproximarnos a una comprensión acerca de la configuración de mecanismos con los que se despliega la protesta juvenil.

A partir de los registros de campo obtenidos durante esas jornadas en los espacios de concentración de los manifestantes, entrevistas a hombres y mujeres que actuaron en estos espacios y de la revisión de material documental publicado en diversos medios digitales, se ha puesto en evidencia el modo en que se configuraron los mecanismos que permiten comprender la dinámica contenciosa: primero la percepción de la estructura de oportunidades y amenazas del sistema político (Tilly, 2003), las emociones que impulsaron la activación contenciosa (Aminzade & McAdam, 2001) y los repertorios que expresaron la redefinición del sentido de la protesta durante esas jornadas (McAdam, 2010).

En ese sentido, se ha evidenciado que las decisiones y declaraciones del Primer Mandatario y la ineffectividad de las instituciones para el procesamiento político de las demandas, despertaron sentimientos de malestar, mientras que la violencia del procedimiento policial y el silencio de los medios tradicionales, generaron miedo e ira, a partir de los cuales los manifestantes justificaron su movilización durante el segundo. Para el tercer día el afianzamiento de la solidaridad frente a los hechos conocidos y sentimientos generados permitió un despliegue coordinado de diversos repertorios de acción en medio de la contienda.

La presencia de los manifestantes en espacios que permitían su resguardo y su amplia distribución en los momentos de retirada, dio paso a la configuración de líneas de acción con las que las y los jóvenes sostuvieron la contienda durante los primeros tres días de este ciclo de protesta. Así, desde la sociología de la acción colectiva y de sociología de las emociones, hemos podido constatar una conexión entre sentimientos frente a las amenazas del sistema político, con la diversificación y profundización de los repertorios de contienda, es decir, dar cuenta de los mecanismos inscritos en los repertorios con los que operó la actividad contenciosa juvenil.

Al examinar los motivos con los que los manifestantes justifican su presencia en las protestas, podemos dar cuenta de que “los contextos no someten a los sujetos por fuera de sus propias percepciones y decisiones” (Dobry, 1986, p. 79), ni hacen de los factores ideológicos “la clave última de su inte-

ligibilidad” (Chazel, 2003 p. 140), sino que estas dinámicas son, sobre todo, producto de la acción interdependiente de personas situadas social e históricamente, atrapadas en lógicas específicas, reaccionando frente a sus percepciones sobre las amenazas del sistema político e inspirados por emociones defensivas y ofensivas que los llevan a actuar.

Este proceso permite dar cuenta del modo en que se configura la dinámica de la protesta, a través de repertorios activados por el intercambio de apoyos mutuos, impulsados por la solidaridad inscrita en la reacción ante las amenazas del sistema político, a través de los cuales se pretende la defensa de derechos y de la vida tanto de los propios manifestantes como de sus mundos sociales de pertenencia.

Cabe reconocer que, si bien la información utilizada no es suficiente para demostrar a profundidad la dinámica de cada mecanismo con el que se despliega la protesta, se espera haber expuesto datos que ejemplifiquen y conexiones que evidencien la convergencia de factores entre diferentes niveles analíticos, en una comprensión multidimensional de la activación y despliegue contencioso de las y los jóvenes.

En ese sentido, primero se examinó el desempeño de la estructura de oportunidades políticas, exponiendo el carácter autoritario de las decisiones del gobierno y el bloqueo de las instituciones políticas interpeladas por los manifestantes, la violencia del procedimiento policial, y la concupiscencia de los tradicionales medios de comunicación. Así se da cuenta de la configuración de una estructura de amenazas políticas frente a la que se manifiestan percepciones y formas de acción.

En segundo lugar, se analizaron las emociones inscritas en el involucramiento de los y las jóvenes en los espacios y en los repertorios que sostuvieron la protesta durante esos tres días. En ese sentido, se destaca la solidaridad como respuesta ante el miedo y ante el malestar, generados durante el segundo y primer día. Así, la protesta adquirió el carácter de *última ratio* para sobrevivir, condensando el significado de la disposición contenciosa juvenil.

Finalmente, se ha puesto en evidencia la convergencia de amenazas y solidaridades en las percepciones y emociones de los manifestantes, no sólo respecto a su mera presencia en el espacio público, sino en la activación y articulación de micro-redes, con las que operó la diversificación de los repertorios empleados por los manifestantes.

De este modo, se ha presentado una aproximación analítica que conjuga la sociología de la acción colectiva y la sociología de las emociones en una breve comprensión de la dinámica de la protesta, destacando las condiciones de tensión y ajuste, bajo las cuales, las y los jóvenes actuaron para expresar su malestar y enfrentar el miedo generado por la configuración de una estructura de amenazas políticas.

En ese sentido, los repertorios empleados revelaron la diversificación de micro-redes que movilizaron recursos personales y colectivos, que los y las jóvenes fueron capaces de articular en la medida en que ocupaban de forma estratégica el espacio público para resistir. Dentro de este contexto, la acción colectiva fue modulada por emociones generadas y fomentadas a través de redes de interacción que permitieron su masiva movilización y protagonismo sostenido en la contienda.

Se ha presentado un breve análisis que integra el examen de la influencia generada por la estructura de oportunidades políticas en la activación contenciosa, el rol de las emociones con las que se activó y sostuvo la protesta y la diversificación de los repertorios empleados durante esos tres días. Así, se ha expuesto la dinámica de una indómita politización juvenil operada entre movilización y movimiento, entre muchedumbre y organización, con el potencial para actuar de forma irruptora y como comunidad a la vez.

Con base en estas reflexiones, se espera haber contribuido con al menos tres objetivos al campo de estudios sobre la participación política juvenil. Primero, analizando la influencia de la estructura de oportunidades políticas en la dinámica de la protesta. Segundo, ofreciendo una comprensión de la modificación de las emociones inscritas en la activación y dinámica de la movilización juvenil. Y, tercero, reflexionando sobre la articulación de mecanismos que permiten comprender la diversificación de los repertorios implementados para sostener la contienda.

## Anexos

### Anexo 1. Tabla de percepciones y emociones expuestas por informantes ubicados en diferentes puntos durante las tres jornadas de protestas

Informante	Día	Lugar	Percepciones	Sentimientos
Pedro	03	Parque El Ejido	Mentiras del Presidente	Indignación e impotencia
Daniel	03	Plaza del Teatro	Falta de respuesta de las autoridades	Indignación, ira e impotencia
Anthony	03	Plaza del Teatro	Agresión policial	Dolor, ira y solidaridad
María José	03	Casa de la Cultura	Mal trato de las autoridades y agresión policial	Dolor, indignación y solidaridad
Pablo	04	Parque El Ejido	Mal trato policial, solidaridad	Indignación e ira
Luis	04	Parque El Arbolito	Descontento frente a medidas	Ira y solidaridad
Dayana	04	Puente del Guambra	Silencio de los medios	Indignación
Pauli	04	Casa de la Cultura	Descontento frente a medidas y mal trato policial	Frustración, miedo y solidaridad
Esteban	05	Parque El Ejido	Falta de respuestas de las autoridades	Ira, miedo y solidaridad
Emilia	05	Parque El Arbolito	Falta de respuesta de las autoridades y violencia policial	Dolor y solidaridad
Sofi	05	Parque El Arbolito	Falta de respuesta de las autoridades	Solidaridad

## **Anexo 2. Estudiantes, jóvenes y sus familias ocupando el espacio público de forma estratégica para la contienda**

**Foto (1)**



**Foto (2)**



En la foto (1), podemos ver a los y las manifestantes presentes en el Parque El Arbolito. En la foto (2) una fila de jóvenes se organiza para pasar piedras y levantar una barricada en la Av. 6 de Diciembre entre los parque de El Ejido y El Arbolito. Fotos de archivo personal.

## **Anexo 3**

**Fotos (3)**



En la foto (3), jóvenes manifestantes huyen de la arremetida policial en las calles Guayaquil y Manabí, a pocas cuadras del palacio presidencial en el “Centro Histórico de Quito”. Archivo personal.

#### **Anexo 4. Tabla de repertorios y roles expuestas por los informantes ubicados en diferentes puntos durante las tres jornadas de protestas**

<b>Informante</b>	<b>Día</b>	<b>Lugar</b>	<b>Repertorio</b>	<b>Rol</b>
Pedro	03	Parque El Ejido	Tirapiedras	Proveer de piedras
Daniel	03	Plaza del Teatro	Tirapiedras	Sofocar gas lacrimógeno
Anthony	03	Plaza del Teatro	Comunicación	Tomar Fotos
María José	03	Casa de la Cultura	Comunicación	Difundir en vivo
Pablo	04	Parque El Ejido	Tirapiedras	Construir barricadas
Luis	04	Parque El Arbolito	Tirapiedras	Tirar piedras
Pauli	04	Casa de la Cultura	Salud	Apoyar en aprovisionamiento
Dayana	04	Puente del Guambra	Comunicación	Difundir en vivo
Esteban	05	Parque El Ejido	Salud	Auxiliar heridos
Emilia	05	Parque El Arbolito	Salud	Auxiliar heridos y asfixiados
Sofi	05	Parque El Arbolito	Comunicación	Tomar fotos

#### **Entrevistas**

- Pedro, 26 años, estudiante de la Universidad Central del Ecuador. Entrevista realizada en el puente del Guambra durante la marcha de los estudiantes hacia el centro histórico de Quito el 03/10/2019 a las 10h00.
- Daniel, 24 años, habitante del barrio San Roque. Entrevista realizada en la concentración de los manifestantes en la Plaza del Teatro el 03/10/2019, a las 15h00.
- Anthony, fotógrafo del medio digital Laberinto. Entrevista realizada en la esquina de las calles Esmeraldas y Guayaquil, el 03/10/2019 a las 14h00.
- María José, 21 años, militante de la Coordinadora Alternativa de Jóvenes y Estudiantes (CORAJE) y estudiante de la Pontificia Univer-

sidad Católica del Ecuador. Entrevista realizada en las inmediaciones del Parque El Arbolito el 03/10/2019 a las 11h00.

- Luis, 24 años, estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Entrevista realizada en la esquina de las inmediaciones del Parque El Ejido el 03/10/2019 a las 12h25.
- Pablo, 26 años, habitante del barrio de La Marín. Entrevista realizada en las inmediaciones del parque el Ejido, el 04/10/2019 a las 12h30.
- Laura, 24 años, habitante del barrio la Tola. Entrevista realizada en las inmediaciones de la Casa del Cultura, el 04/10/2019 a las 15h15.
- Pauli, 23 años, estudiante de la Universidad Politécnica Salesiana. Entrevista realizada en la Av. 6 de Diciembre y Av. Colón (al centro norte de la ciudad) el 04/10/2019 a las 19h00.
- Dayana, 26 años, habitante del barrio el Dorado. Entrevista realizada en las inmediaciones del parque el Arbolito, el 04/10/2019 a las 14h30.
- Esteban, 24 años, estudiante de la Universidad Central. Entrevista realizada en las inmediaciones del Parque El Ejido, el 05/10/2019 a las 11h00.
- Emilia, 24 años, estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Entrevista realizada en las inmediaciones de la Casa de la Cultura el 05/10/2019 a las 10h30.
- Sofi, 23 años, estudiante de la Universidad Politécnica Salesiana. Entrevista realizada en las inmediaciones del Parque El Arbolito el 05/10/2019 a las 11h45.

## Bibliografía

- Aminzade R., & McAdam D. (2001). Emotions and contentious politics. In R. Aminzade, Jack A. Goldstone, Doug McAdam, Elizabeth J. Perry, William H. Sewell, Sidney Tarrow & Charles Tilly (Coords.), *Silence and Voice in the Study of Contentious Politics* (pp. 14-50). Cambridge University Press.
- Bonvillani, A. (2017). Pensar en la intemperie. Tensiones ontológicas-epistemológicas y metodológicas en la producción de la “subjetividad política”. *Quaderns de Psicologia*, 19(3), 229-240. CiPsi/CIECS-CONICET; Universidad Nacional de Córdoba. <https://bit.ly/3tnjL7L>
- Chazel F. (2003). *Du pouvoir à la contestation*. LGDJ.
- Della Porta, D. (1999). Movimientos sociales y Estado: algunas ideas en torno a la represión policial de la protesta. En: D. McAdam, G. McArthur & M.

- Zald (Coords.), *Movimientos sociales: perspectivas comparadas* (pp. 100-142). Istmo.
- Eyerman, R. (2005). How social movements move: emotions and social movements. In Helena Flam & Debra King (Eds.), *Emotions and Social Movements* (pp. 41-56). Routledge.
- Gamson, A., & Meyer, D. (1999). Marcos interpretativos de la oportunidad política. En D. McAdam, G. McArthy & M. Zald (Coords.), *Movimientos sociales: perspectivas comparadas* (pp. 389-412). Istmo.
- García, J., & Soria, E. (2020). Las fracturas de octubre. En *Los signos abiertos de octubre contra nuestra América. Estrategias de la derecha en el siglo XXI* (pp. 393-410). CLACSO.
- Goldstone, J., & Tilly, Ch. (2001). Threat (and opportunity): popular action and state response in the dynamics of contentious action. In R. Aminzade, Jack A. Goldstone, Doug McAdam, Elizabeth J. Perry, William H. Sewell, Sidney Tarrow & Charles Tilly (Coords.), *Silence and Voice in the Study of Contentious Politics* (pp. 179-195). Cambridge University Press.
- Hopkins, D., Mckie, L., Watson, N., & Hughes, B. (2005). The problem of emotion in care: contested meanings from the Disabled People's Movement and the Feminist Movement. In H. Flam & D. King (Eds.), *Emotions and Social Movements* (pp. 119-136). Routledge.
- King, D. (2005). Sustaining activism through emotional reflexivity. In H. Flam & D. King (Eds.), *Emotions and Social Movements* (pp. 150-169). Routledge.
- Maffesoli, M. (1997). *Elogio de la razón sensible: una visión intuitiva del mundo contemporáneo*. Paidós.
- Mathieu, L. (2012). Des mouvements sociaux à la politique contestataire: les voies tâtonnantes d'un renouvellement de perspective. *Revue française de sociologie*, 3(45), 561-580. <https://bit.ly/3aBZbHR>
- McAdam, D. (2010). Tactical innovation and the pace of insurgency. *American Sociological Review*, N°48, 735-754. <https://bit.ly/3tubcry>
- McAdam, D., Tarrow S., & Tilly Ch. (2001). *Dynamics of contention*. Cambridge University Press.
- McCarthy, J. (1999). Adoptar, adaptar e inventar límites y oportunidades. En D. McAdam, G. McArthy & M. Zald (Coords.), *Movimientos sociales: perspectivas comparadas* (pp. 205-220). Istmo.
- Ramírez-Gallegos, F. (2020). Paro pluri-nacional, movilización del cuidado y lucha política. En *Octubre y el derecho a la resistencia. Revuelta popular y neoliberalismo autoritario en el Ecuador* (pp.11-44). Buenos Aires.

- Sewell, W. (2001). Space in contentious politics. In R. Aminzade, J. Goldstone, D. McAdam, E. Perry, W. Sewell, S. Tarrow, *Silence and Voice in the Study of Contentious Politics* (pp. 51-88). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815331.003>
- Tarrow, S. (1999). Estado y oportunidades. La estructuración política de los movimientos sociales. En D. McAdam, G. McArthy & M. Zald (Coords.), *Movimientos sociales: perspectivas comparadas* (pp. 71-100). Madrid.
- Tilly, Ch. (1978). *From mobilization to revolution*. Random House.
- Tilly, Ch. (2003). *The politics of collective violence*. Cambridge University Press.
- Vommaro, G. (2017). La vida social del mundo político: investigaciones recientes en sociología política, En Gabriel Vommaro & Mariana Gené (Comps.), *Los polvorines*. Universidad Nacional de General Sarmiento. 1ra edición.
- Yang, G. (2005). Emotional events and the transformation of collective action: the Chinese student movement. In Helena Flam and Debra King (Eds.), *Emotions and Social Movements* (pp. 79-98). Routledge.

Fecha de envío: 2020/10/23; Fecha de aceptación: 2021/02/04;  
Fecha de publicación: 2021/03/01

# NORMAS EDITORIALES

---

## EDITORIAL GUIDELINES



# NORMAS DE PUBLICACIÓN EN «UNIVERSITAS»



REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

ISSN: 1390-3837 / e-ISSN: 1390-8634

## 1. Información general

«Universitas» es una publicación científica bilingüe de la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador, editada desde enero de 2002 de forma ininterrumpida, con periodicidad fija semestral, especializada en Ciencias Sociales y Humanas y sus líneas interdisciplinarias como Sociología, Antropología, Psicología Social, Estudios Políticos, Estudios del Desarrollo, Estudios Latinoamericanos, Estudios de la Cultura y la Comunicación, entre otras.

Es una revista científica arbitrada, que utiliza el sistema de evaluación externa por expertos (*peer-review*), bajo metodología de pares ciegos (*double-blind review*), conforme a las normas de publicación de la American Psychological Association (APA). El cumplimiento de este sistema permite garantizar a los autores un proceso de revisión objetivo, imparcial y transparente, lo que facilita a la publicación su inclusión en bases de datos, repositorios e indexaciones internacionales de referencia.

«Universitas» se encuentra indizada en Emerging Sources Citation Index (ESCI) de Web of Science, el catálogo LATINDEX, Sistema Regional de información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, forma parte del Directory of Open Access Journals-DOAJ, pertenece a la Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico, REDIB, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, REDALYC, además conforma la Matriz de Información para el Análisis de Revistas, MIAR y está siendo evaluada en mediano plazo para pasar a formar parte de SCOPUS.

La revista se edita en doble versión: impresa (ISSN: 1390-3837) y electrónica (e-ISSN: 1390-8634), en español e inglés, siendo identificado además cada trabajo con un DOI (Digital Object Identifier System).

## 2. Alcance y Política

### 2.1. Temática

Contribuciones originales en materia de Ciencias Humanas y Sociales, así como áreas afines: Ciencias Sociales y Humanas y sus líneas interdisciplinarias como Sociología, Antropología, Psicología Social, Estudios Políticos, Estudios del Desarrollo, Estudios Latinoamericanos, Estudios de la Cultura y la Comunicación y todas aquellas disciplinas conexas interdisciplinariamente con la línea temática central.

### 2.2. Aportaciones

«Universitas» edita preferentemente resultados de investigación empírica sobre Ciencias Humanas y Sociales, redactados en español y/o inglés, siendo también admisibles informes, estudios y propuestas, así como selectas revisiones de la literatura (*state-of-the-art*).

Todos los trabajos deben ser originales, no haber sido publicados en ningún medio ni estar en proceso de arbitraje o publicación. De esta manera, las aportaciones en la revista pueden ser:

- **Investigaciones:** 5.000 a 6.500 palabras de texto, incluyendo título, resúmenes, descriptores, tablas y referencias.
- **Informes, estudios y propuestas:** 5.000 a 6.500 palabras de texto, incluyendo título, resúmenes, tablas y referencias.
- **Revisiones:** 6.000 a 7.000 palabras de texto, incluidas tablas y referencias. Se valorará especialmente las referencias justificadas, actuales y selectivas de alrededor de unas 70 obras.

«Universitas» tiene periodicidad semestral (20 artículos por año), publicada en los meses de marzo y septiembre y cuenta por número con dos secciones de cinco artículos cada una, la primera referida a un tema **Mono-gráfico** preparado con antelación y con editores temáticos y la segunda, una

sección **Miscelánea**, compuesta por aportaciones variadas dentro de la temática de la publicación.

### **3. Presentación, estructura y envío de los manuscritos**

Los trabajos se presentarán en tipo de letra Arial 10, interlineado simple, justificado completo y sin tabuladores ni espacios en blanco entre párrafos. Solo se separarán con un espacio en blanco los grandes bloques (título, autores, resúmenes, descriptores, créditos y epígrafes). La página debe tener 2 centímetros en todos sus márgenes.

Los trabajos deben presentarse en documento de Microsoft Word (.doc o .docx), siendo necesario que el archivo esté anonimizado en Propiedades de Archivo, de forma que no aparezca la identificación de autor/es.

Los manuscritos deben ser enviados única y exclusivamente a través del OJS (Open Journal System), en el cual todos los autores deben darse de alta previamente. No se aceptan originales enviados a través de correo electrónico u otra interfaz.

#### *3.1. Estructura del manuscrito*

Para aquellos trabajos que se traten de investigaciones de carácter empírico, los manuscritos seguirán la estructura IMRDC, siendo opcionales los epígrafes de Notas y Apoyos. Aquellos trabajos que por el contrario se traten de informes, estudios, propuestas y revisiones podrán ser más flexibles en sus epígrafes, especialmente en Material y métodos, Análisis y resultados y Discusión y conclusiones. En todas las tipologías de trabajos son obligatorias las Referencias.

**1) Título (español) / Title (inglés):** Conciso pero informativo, en castellano en primera línea y en inglés en segunda. Se aceptan como máximo 80 caracteres con espacio. El título no solo es responsabilidad de los autores, pudiéndose proponer cambios por parte del Consejo Editorial.

**2) Nombre y apellidos completos:** De cada uno de los autores, organizados por orden de prelación. Se aceptarán como máximo 3 autores por original, aunque pudieren existir excepciones justificadas por el tema, su complejidad y extensión. Junto a los nombres ha de seguir la categoría profesional, centro de trabajo, correo electrónico de cada autor y número de

ORCID. Es obligatorio indicar si se posee el grado académico de doctor (incluir Dr./Dra. antes del nombre).

**3) Resumen (español) / Abstract (inglés):** Tendrá como extensión máxima 230 palabras, primero en español y después en inglés. En el resumen se describirá de forma concisa y en este orden: 1) Justificación del tema; 2) Objetivos; 3) Metodología y muestra; 4) Principales resultados; 5) Principales conclusiones. Ha de estar escrito de manera impersonal “El presente trabajo analiza...”. En el caso del abstract no se admitirá el empleo de traductores automáticos por su pésima calidad.

**4) Descriptores (español) / Keywords (inglés):** Se deben exponer 6 descriptores por cada versión idiomática relacionados directamente con el tema del trabajo. Será valorado positivamente el uso de las palabras claves expuestas en el Thesaurus de la UNESCO.

**5) Introducción y estado de la cuestión:** Debe incluir el planteamiento del problema, el contexto de la problemática, la justificación, fundamentos y propósito del estudio, utilizando citas bibliográficas, así como la literatura más significativa y actual del tema a escala nacional e internacional.

**6) Material y métodos:** Debe ser redactado de forma que el lector pueda comprender con facilidad el desarrollo de la investigación. En su caso, describirá la metodología, la muestra y la forma de muestreo, así como se hará referencia al tipo de análisis estadístico empleado. Si se trata de una metodología original, es necesario exponer las razones que han conducido a su empleo y describir sus posibles limitaciones.

**7) Análisis y resultados:** Se procurará resaltar las observaciones más importantes, describiéndose, sin hacer juicios de valor, el material y métodos empleados. Aparecerán en una secuencia lógica en el texto y las tablas y figuras imprescindibles evitando la duplicidad de datos.

**8) Discusión y conclusiones:** Resumirá los hallazgos más importantes, relacionando las propias observaciones con estudios de interés, señalando aportaciones y limitaciones, sin redundar datos ya comentados en otros apartados. Asimismo, el apartado de discusión y conclusiones debe incluir las deducciones y líneas para futuras investigaciones.

**9) Apoyos y agradecimientos (opcionales):** El Council Science Editors recomienda a los autor/es especificar la fuente de financiación de la investigación. Se considerarán prioritarios los trabajos con aval de proyectos competitivos nacionales e internacionales. En todo caso, para la valoración científica del manuscrito, este debe ir anonimizado con XXXX solo para su

evaluación inicial, a fin de no identificar autores y equipos de investigación, que deben ser explicitados en la Carta de Presentación y posteriormente en el manuscrito final.

**10) Las notas** (opcionales) irán, solo en caso necesario, al final del artículo (antes de las referencias). Deben anotarse manualmente, ya que el sistema de notas al pie o al final de Word no es reconocido por los sistemas de maquetación. Los números de notas se colocan en superíndice, tanto en el texto como en la nota final. No se permiten notas que recojan citas bibliográficas simples (sin comentarios), pues éstas deben ir en las referencias.

**11) Referencias:** Las citas bibliográficas deben reseñarse en forma de referencias al texto. Bajo ningún caso deben incluirse referencias no citadas en el texto. Su número debe ser suficiente para contextualizar el marco teórico con criterios de actualidad e importancia. Se presentarán alfabéticamente por el primer apellido del autor.

### 3.2. Normas para las referencias

#### PUBLICACIONES PERIÓDICAS

**Artículo de revista (un autor):** Valdés-Pérez, D. (2016). Incidencia de las técnicas de gestión en la mejora de decisiones administrativas [Impact of Management Techniques on the Improvement of Administrative Decisions]. *Retos*, 12(6), 199-2013. <https://doi.org/10.17163/ret.n12.2016.05>

**Artículo de revista (hasta seis autores):** Ospina, M.C., Alvarado, S.V., Fefferman, M., & Llanos, D. (2016). Introducción del dossier temático “Infancias y juventudes: violencias, conflictos, memorias y procesos de construcción de paz” [Introduction of the thematic dossier “Infancy and Youth: Violence, Conflicts, Memories and Peace Construction Processes”]. *Universitas*, 25(14), 91-95. <https://doi.org/10.17163/uni.n25.%25x>

**Artículo de revista (más de seis autores):** Smith, S.W., Smith, S.L. Pieper, K.M., Yoo, J.H., Ferrys, A.L., Downs, E.,... Bowden, B. (2006). Altruism on American Television: Examining the Amount of, and Context Surrounding, Acts of Helping and Sharing. *Journal of Communication*, 56(4), 707-727. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00316.x>

**Artículo de revista (sin DOI):** Rodríguez, A. (2007). Desde la promoción de salud mental hacia la promoción de salud: La concepción de lo comu-

nitario en la implementación de proyectos sociales. *Alteridad*, 2(1), 28-40. (<https://goo.gl/zDb3Me>) (2017-01-29).

#### LIBROS Y CAPÍTULOS DE LIBRO

**Libros completos:** Cuéllar, J.C., & Moncada-Paredes, M.C. (2014). *El peso de la deuda externa ecuatoriana*. Quito: Abya-Yala.

**Capítulos de libro:** Zambrano-Quiñones, D. (2015). *El ecoturismo comunitario en Manglaralto y Colonche*. En V.H. Torres (Ed.), *Alternativas de Vida: Trece experiencias de desarrollo endógeno en Ecuador* (pp. 175-198). Quito: Abya-Yala.

#### MEDIOS ELECTRÓNICOS

Pérez-Rodríguez, M.A., Ramírez, A., & García-Ruíz, R. (2015). La competencia mediática en educación infantil. Análisis del nivel de desarrollo en España. *Universitas Psychologica*, 14(2), 619-630. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy14-2.cmei>

Es prescriptivo que todas las citas que cuenten con DOI (Digital Object Identifier System) estén reflejadas en las Referencias (pueden obtenerse en <http://goo.gl/gfruh1>). Todas las revistas y libros que no tengan DOI deben aparecer con su link (en su versión on-line, en caso de que la tengan, acortada, mediante Google Shortener: <http://goo.gl>) y fecha de consulta en el formato indicado.

Los artículos de revistas deben ser expuestos en idioma inglés, a excepción de aquellos que se encuentren en español e inglés, caso en el que se expondrá en ambos idiomas utilizando corchetes. Todas las direcciones web que se presenten tienen que ser acortadas en el manuscrito, a excepción de los DOI que deben ir en el formato indicado (<https://doi.org/XXX>).

#### 3.3. Epígrafes, tablas y gráficos

Los epígrafes del cuerpo del artículo se numerarán en arábigo. Irán sin caja completa de mayúsculas, ni subrayados, ni negritas. La numeración ha de ser como máximo de tres niveles: 1. / 1.1. / 1.1.1. Al final de cada epígrafe numerado se establecerá un retorno de carro.

Las tablas deben presentarse incluidas en el texto en formato Word según orden de aparición, numeradas en arábigo y subtituladas con la descripción del contenido.

Los gráficos o figuras se ajustarán al número mínimo necesario y se presentarán incorporadas al texto, según su orden de aparición, numeradas en arábigo y subtituladas con la descripción abreviada. Su calidad no debe ser inferior a 300 ppp, pudiendo ser necesario contar con el gráfico en formato TIFF, PNG o JPEG.

#### **4. Proceso de envío**

Deben remitirse a través del sistema OJS de la revista dos archivos:

**1) Presentación y portada**, en la que aparecerá el título en español e inglés, nombres y apellidos de los autores de forma estandarizada con número de ORCID, resumen, abstract, descriptores y keywords y una declaración de que el manuscrito se trata de una aportación original, no enviada ni en proceso de evaluación en otra revista, confirmación de las autorías firmantes, aceptación (si procede) de cambios formales en el manuscrito conforme a las normas y cesión parcial de derechos a la editorial (usar modelo oficial de portada).

**2) Manuscrito** totalmente anonimizado, conforme a las normas referidas en precedencia.

Todos los autores han de darse de alta, con sus créditos, en la plataforma OJS, si bien uno solo de ellos será el responsable de correspondencia. Ningún autor podrá enviar o tener en revisión dos manuscritos de forma simultánea, estimándose una carencia de cuatro números consecutivos (2 años).



## *Publication guidelines in «Universitas»*



REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

ISSN: 1390-3837 / e-ISSN: 1390-8634

### **1. General Information**

«Universitas» is a bilingual scientific publication of the *Universidad Politécnica Salesiana* of Ecuador, published since January 2002 in an uninterrupted manner, with a semi-annual periodicity, specialized in Social and Human Sciences and its interdisciplinary lines such as Sociology, Anthropology, Social Psychology, Social Development, Communities, Latin American Studies, Political Studies, among others.

It is scientific journal, which uses the peer-review system, under double-blind review methodology, according to the publication standards of the American Psychological Association (APA). Compliance with this system allows authors to guarantee an objective, impartial and transparent review process, which facilitates the publication of their inclusion in reference databases, repositories and international indexing.

«Universitas» is indexed in the Emerging Sources Citation Index (ESCI) of Web of Science, the LATINDEX catalog, Regional Online Information System for Scientific Journals of Latin America, the Caribbean, Spain and Portugal, is part of the Directory of Open Access Journals-DOAJ, belongs to the Ibero-American Network of Innovation and Scientific Knowledge, REDIB, Network of Scientific Journals of Latin America and the Caribbean, Spain and Portugal, REDALYC, It is also part of the Information Matrix for the Analysis of Journals, MIAR and is being evaluated, in the medium term, to become part of SCOPUS.

The journal is published in a double version: printed (ISSN: 1390-3837) and digital (e-ISSN: 1390-8634), in English and Spanish, each work being identified with a DOI (Digital Object Identifier System).

## 2. Scope and Policy

### 2.1. Theme

Original contributions in Humanities and Social Sciences, as well as related areas: Sociology, Anthropology, Social Psychology, Social Development, Communities, Latin American Studies, Political Studies, and all related interdisciplinary disciplines with the central theme.

### 2.2. Contributions

“Universitas” preferably publishes results of empirical research on Human and Social Sciences, written in Spanish and / or English, as well as reports, studies and proposals, as well as selected state-of-the-art literature reviews.

All works must be original, have not been published in any medium or be in the process of arbitration or publication.

- **Research:** 5,000 to 6,500 words of text, including title, abstracts, descriptors, charts and references.
- **Reports, studies and proposals:** 5,000 to 6,500 words of text, including title, abstracts, charts and references.
- **Reviews:** 6,000 to 7,000 words of text, including charts and references. Justified references, would be specially valued. (current and selected from among 70 works)

“Universitas” has a biannual periodicity (20 articles per year), published in March and September and counts by number with two sections of five articles each, the first referring to a **Monographic** topic prepared in advance and with thematic editors and the Second, a section of **Miscellaneous**, composed of varied contributions within the theme of the publication.

## 3. Presentation, Structure and Submission of the Manuscripts

Texts will be presented in Arial 10 font, single line spacing, complete justification and no tabs or white spaces between paragraphs. Only large blocks (title, authors, summaries, descriptors, credits and headings) will

be separated with a blank space. The page should be 2 centimeters in all its margins.

Papers must be submitted in a Microsoft Word document (.doc or .docx), requiring that the file be anonymized in File Properties, so that the author / s identification does not appear.

Manuscripts must be submitted only and exclusively through the OJS (Open Journal System), in which all authors must previously register. Originals sent via email or other interfaces are not accepted.

### *3.1. Structure of the manuscript*

For those works that are empirical investigations, the manuscripts will follow the IMRDC structure, being optional the Notes and Supports. Those papers that, on the contrary, deal with reports, studies, proposals and reviews may be more flexible in their epigraphs, particularly in material and methods, analysis, results, discussion and conclusions. In all typologies of works, references are mandatory.

**1) Title (Spanish) / Title (English):** Concise but informative, in Spanish on the first line and in English on the second. A maximum of 80 characters with spaces are accepted. The title is not only the responsibility of the authors, changes being able to be proposed by the Editorial Board.

**2) Full name and surnames:** Of each of the authors, organized by priority. A maximum of 3 authors will be accepted per original, although there may be exceptions justified by the topic, its complexity and extent. Next to the names must follow the professional category, work center, email of each author and ORCID number. It is mandatory to indicate if you have the academic degree of doctor (include Dr./Dra before the name).

**3) Abstract (Spanish) / Abstract (English):** It will have a maximum extension of 230 words, first in Spanish and then in English. : 1) Justification of the topic; 2) Objectives; 3) Methodology and sample; 4) Main results; 5) Main conclusions. It must be impersonally written “This paper analyzes ...”. In the case of the abstract, the use of automatic translators will not be accepted due to their poor quality.

**4) Descriptors (Spanish) / Keywords (English):** 6 descriptors must be presented for each language version directly related to the subject of the work. The use of the key words set out in UNESCO’s Thesaurus will be positively valued.

**5) Introduction and state of the issue:** It should include the problem statement, context of the problem, justification, rationale and purpose of the study, using bibliographical citations, as well as the most significant and current literature on the topic at national and international level .

**6) Material and methods:** It must be written so that the reader can easily understand the development of the research. If applicable, it will describe the methodology, the sample and the form of sampling, as well as the type of statistical analysis used. If it is an original methodology, it is necessary to explain the reasons that led to its use and to describe its possible limitations.

**7) Analysis and results:** It will try to highlight the most important observations, describing, without making value judgments, the material and methods used. They will appear in a logical sequence in the text and the essential charts and figures avoiding the duplication of data.

**8) Discussion and conclusions:** Summarize the most important findings, relating the observations themselves with relevant studies, indicating contributions and limitations, without adding data already mentioned in other sections. Also, the discussion and conclusions section should include the deductions and lines for future research.

**9) Supports and acknowledgments (optional):** The Council Science Editors recommends the author (s) to specify the source of funding for the research. Priority will be given to projects supported by national and international competitive projects. In any case, for the scientific evaluation of the manuscript, it should be only anonymized with XXXX for its initial evaluation, in order not to identify authors and research teams, which should be explained in the Cover Letter and later in the final manuscript.

**10) The notes (optional) will go, only if necessary, at the end of the article (before the references).** They must be manually annotated, since the system of footnotes or the end of Word is not recognized by the layout systems. The numbers of notes are placed in superscript, both in the text and in the final note. The numbers of notes are placed in superscript, both in the text and in the final note. No notes are allowed that collect simple bibliographic citations (without comments), as these should go in the references.

**11) References:** Bibliographical citations should be reviewed in the form of references to the text. Under no circumstances should references not mentioned in the text be included. Their number should be sufficient to

contextualize the theoretical framework with current and important criteria. They will be presented alphabetically by the first last name of the author.

### 3.2. Standards for references

#### PERIODIC PUBLICATIONS

**Journal article (author):** Valdés-Pérez, D. (2016). Incidencia de las técnicas de gestión en la mejora de decisiones administrativas [Impact of Management Techniques on the Improvement of Administrative Decisions]. *Retos*, 12(6), 199-2013. <https://doi.org/10.17163/ret.n12.2016.05>

**Journal Article (Up to six authors):** Ospina, M.C., Alvarado, S.V., Fefferman, M., & Llanos, D. (2016). Introducción del dossier temático “Infancias y juventudes: violencias, conflictos, memorias y procesos de construcción de paz” [Introduction of the thematic dossier “Infancy and Youth: Violence, Conflicts, Memories and Peace Construction Processes”]. *Universitas*, 25(14), 91-95. <https://doi.org/10.17163/uni.n25.%25x>

**Journal article (more than six authors):** Smith, S.W., Smith, S.L. Pieper, K.M., Yoo, J.H., Ferrys, A.L., Downs, E.,... Bowden, B. (2006). Altruism on American Television: Examining the Amount of, and Context Surrounding. Acts of Helping and Sharing. *Journal of Communication*, 56(4), 707-727. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00316.x>

**Journal article (without DOI):** Rodríguez, A. (2007). Desde la promoción de salud mental hacia la promoción de salud: La concepción de lo comunitario en la implementación de proyectos sociales. *Alteridad*, 2(1), 28-40. (<https://goo.gl/zDb3Me>) (2017-01-29).

#### BOOKS AND BOOK CHAPTERS

**Full books:** Cuéllar, J.C., & Moncada-Paredes, M.C. (2014). *El peso de la deuda externa ecuatoriana*. Quito: Abya-Yala.

**Chapter of book:** Zambrano-Quiñones, D. (2015). *El ecoturismo comunitario en Manglaralto y Colonche*. En V.H. Torres (Ed.), *Alternativas de Vida: Trece experiencias de desarrollo endógeno en Ecuador* (pp. 175-198). Quito: Abya-Yala.

## DIGITAL MEDIA

Pérez-Rodríguez, M.A., Ramírez, A., & García-Ruíz, R. (2015). La competencia mediática en educación infantil. Análisis del nivel de desarrollo en España. *Universitas Psychologica*, 14(2), 619-630. <https://doi.org.10.11144/Javeriana.upsy14-2.cmei>

It is prescriptive that all quotations that have DOI (Digital Object Identifier System) are reflected in the References (can be obtained at <http://google.com/gfruh1>). All journals and books that do not have DOI should appear with their link (in their online version, if they have it, shortened by Google Shortened: <http://google.com>) and date of consultation in the format indicated.

Journal articles should be presented in English, except for those in Spanish and English, in which case it will be displayed in both languages using brackets. All web addresses submitted must be shortened in the manuscript, except for the DOI that must be in the indicated format (<https://doi.org/XXX>).

### 3.3. Epigraphs, Figures and Charts

The epigraphs of the body of the article will be numbered in Arabic. They should go without a full box of capital letters, neither underlined nor bold. The numbering must be a maximum of three levels: 1. / 1.1. / 1.1.1. A carriage return will be established at the end of each numbered epigraph.

The charts must be included in the text in Word format according to order of appearance, numbered in Arabic and subtitled with the description of the content.

The graphics or figures will be adjusted to the minimum number required and will be presented incorporated in the text, according to their order of appearance, numbered in Arabic and subtitled with the abbreviated description. Their quality should not be less than 300 dpi, and it may be necessary to have the graph in TIFF, PNG or JPEG format.

## 4. Submission Process

Two files must be sent through the OJS system of the journal:

**1) Presentation and cover**, in which the title in Spanish and English will appear, names and surnames of the authors in a standardized form with ORCID number, abstract in both Spanish and English, descriptors and ke-

ywords and a statement that the manuscript is an Original contribution, not sent or in the process of being evaluated in another journal, confirmation of the signatory authors, acceptance (if applicable) of formal changes in the manuscript according to the rules and partial transfer of rights to the publisher (use official cover model).

**2) Manuscript** totally anonymized, according to the norms referred in precedence.

All authors must register with their credits on the OJS platform, although only one of them will be responsible for correspondence.

No author can submit or have in review two manuscripts simultaneously, estimating an absence of four consecutive numbers (2 years).



## INDICADORES PARA REVISORES EXTERNOS DE «UNIVERSITAS»

El **Consejo de Revisores Externos de «Universitas»** es un órgano colegiado independiente cuyo fin es garantizar la excelencia de esta publicación científica, debido a que la evaluación ciega –basada exclusivamente en la calidad de los contenidos de los manuscritos y realizada por expertos de reconocido prestigio internacional en la materia– es la mejor garantía y, sin duda, el mejor aval para el avance de la ciencia y para preservar en esta cabecera una producción científica original y valiosa.

Para ello, el **Consejo de Revisores Externos** está conformado por diversos académicos y científicos internacionales especialistas en **Ciencias Sociales**, esenciales para seleccionar los artículos de mayor impacto e interés para la comunidad científica internacional. Esto permite a su vez que todos los artículos seleccionados para publicar en «**Universitas**» cuenten con un aval académico e informes objetivables sobre los originales.

Por supuesto, todas las revisiones en «**Universitas**» emplean el sistema estandarizado internacionalmente de evaluación por pares con «doble ciego» (doble-blind) que garantiza el anonimato de los manuscritos y de los revisores de los mismos. Como medida de transparencia, anualmente se hacen públicos en la web oficial de la revista ([www. http://Universitas.ups.edu.ec/](http://Universitas.ups.edu.ec/)) los listados completos de los revisores.

### 1. Criterios de aceptación/rechazo de evaluación manuscritos

El equipo editorial de «**Universitas**» selecciona del listado de revisores del Consejo de Revisores a aquellos que se estiman más cualificado en la temática del manuscrito. Si bien por parte de la publicación se pide la máxima colaboración de los revisores para agilizar las evaluaciones y los informes sobre cada original, la aceptación de la revisión ha de estar vinculada a:

- a. **Experticia.** La aceptación conlleva necesariamente la posesión de competencias en la temática concreta del artículo a evaluar.
- b. **Disponibilidad.** Revisar un original exige tiempo y conlleva reflexión concienzuda de muchos aspectos.

- c. **Conflicto de intereses.** En caso de identificación de la autoría del manuscrito (a pesar de su anonimato), excesiva cercanía académica o familiar a sus autores, pertenencia a la misma Universidad, Departamento, Grupo de Investigación, Red Temática, Proyectos de Investigación, publicaciones conjuntas con los autores... o cualquier otro tipo de conexión o conflicto/cercanía profesional; el revisor debe rechazar la invitación del editor para su revisión.
- d. **Compromiso de confidencialidad.** La recepción de un manuscrito para su evaluación exige del Revisor un compromiso expreso de confidencialidad, de manera que éste no puede, durante todo el proceso, ser divulgado a un tercero.

En caso que el revisor no pueda llevar a cabo la actividad por algunos de estos motivos u otros justificables, debe notificarlo al editor por la misma vía que ha recibido la invitación, especificando los motivos de rechazo.

## **2. Criterios generales de evaluación de manuscritos**

### *a) Tema*

La temática que se plantea en el original, además de ser valiosa y relevante para la comunidad científica, ha de ser limitada y especializada en tiempo y espacio, sin llegar al excesivo localismo.

### *b) Redacción*

La valoración crítica en el informe de revisión ha de estar redactada de forma objetiva, aportando contenido, citas o referencias de interés para argumentar su juicio.

### *c) Originalidad*

Como criterio de calidad fundamental, un artículo debe ser original, inédito e idóneo. En este sentido, los revisores deben responder a estas tres preguntas en la evaluación:

- ¿Es el artículo suficientemente novedoso e interesante para justificar su publicación?

- ¿Aporta algo al canon del conocimiento?
- ¿Es relevante la pregunta de investigación?

Una búsqueda rápida de literatura utilizando repositorios tales como Web of Knowledge, Scopus y Google Scholar para ver si la investigación ha sido cubierta previamente puede ser de utilidad.

#### d) Estructura

Los manuscritos que se remiten a «**Universitas**» deben seguir obligatoriamente la estructura IMRyD, excepto aquellos que sean revisiones de la literatura o estudios específicos. En este sentido, los originales han de contener resumen, introducción, metodología, resultados, discusión y conclusión.

- El **título, el resumen y las palabras clave** han de describir exactamente el contenido del artículo.
- La **revisión de la literatura** debe resumir el estado de la cuestión de las investigaciones más recientes y adecuadas para el trabajo presentado. Se valorará especialmente con criterios de idoneidad y que las referencias sean a trabajos de alto impacto —especialmente en WoS, Scopus, Scielo, etc. Debe incluir además la explicación general del estudio, su objetivo central y el diseño metodológico seguido.
- En caso de investigaciones, en los **materiales y métodos**, el autor debe precisar cómo se recopilan los datos, el proceso y los instrumentos usados para responder a las hipótesis, el sistema de validación, y toda la información necesaria para replicar el estudio.
- En los **resultados** se deben especificar claramente los hallazgos en secuencia lógica. Es importante revisar si las tablas o cuadros presentados son necesarios o, caso contrario, redundantes con el contenido del texto.
- En la **discusión** se deben interpretar los datos obtenidos a la luz de la revisión de la literatura. Los autores deberán incluir aquí si su artículo apoya o contradice las teorías previas. Las **conclusiones** resumirán los avances que la investigación plantea en el área del conocimiento científico, las futuras líneas de investigación y las principales dificultades o limitaciones para la realización de la investigación.
- **Idioma:** Se valorará positivamente si el idioma utilizado facilita la lectura y va en favor de la claridad, sencillez, precisión y transpa-

rencia del lenguaje científico. El Revisor no debe proceder a corrección, ya sea en español o inglés, sino que informará a los Editores de estos errores gramaticales u ortotipográficos.

- Finalmente, se requiere una profunda *revisión de las referencias* por si se hubiera omitido alguna obra relevante. Las referencias han de ser precisas, citando en la lógica de la temática a estudiar, sus principales obras así como los documentos que más se asemejen al propio trabajo, así como las últimas investigaciones en el área.

### 3. Dimensiones relevantes de valoración

«Universitas» utiliza una matriz de evaluación de cada original que responde a los criterios editoriales y al cumplimiento de la normativa de la publicación. En este sentido los revisores deberán atender a la valoración cuali-cuantitativa de cada uno de los aspectos propuestos en esta matriz con criterios de objetividad, razonamiento, lógica y experticia.

INVESTIGACIONES	
Ítems valorables	P.
01. Título y resumen (claridad y estructura)	0/5
02. Relevancia de la temática 03. Originalidad del trabajo 04. Revisión de la literatura	0/10
05. Estructura y organización artículo 06. Capacidad argumental 07. Redacción	0/10
08. Rigor metodológico 09. Instrumentos de investigación	0/10
10. Resultados de investigación 11. Avances 12. Discusión 13. Conclusiones	0/10
14. Citaciones (variedad y riqueza) 15. Referencias	0/5
Total máximo	50

En caso de tratarse el original de una revisión de la literatura (estado de la cuestión) u otro tipo de estudio (informes, propuestas, experiencias, entre otras), el Consejo Editorial remitirá a los revisores una matriz distinta, comprendiendo las características propias de estructura de este tipo de originales:

ESTUDIOS, INFORMES, PROPUESTAS, EXPERIENCIAS	
Ítems valorables	P.
01. Título y resumen (claridad y estructura)	0/5
02. Relevancia de la temática	0/10
03. Revisión de la literatura	0/10
04. Estructura y organización artículo 05. Capacidad argumental y coherencia 06. Redacción científica	0/10
07. Aportaciones originales 08. Conclusiones	0/10
09. Citaciones 10. Referencias	0/5
Total máximo	50

#### 4. Cuestiones éticas

**a) Plagio:** Aunque la revista utiliza sistemas de detección de plagio, si el revisor sospechare que un original es una copia sustancial de otra obra, ha de informar de inmediato a los Editores citando la obra anterior con tanto detalle cómo le sea posible.

**b) Fraude:** Si hay sospecha real o remota de que los resultados en un artículo son falsos o fraudulentos, es necesario informar de ellos a los Editores.

#### 5. Evaluación de los originales

Una vez realizada la evaluación cuanti-cualitativa del manuscrito en revisión, el revisor podrá realizar recomendaciones para mejorar la calidad

del original. Sin embargo, se atenderá a la calificación del manuscrito de tres maneras:

- a. Rechazo debido a las deficiencias detectadas, justificadas y razonadas con valoración cualitativa y cuantitativa. El informe ha de ser más extenso si obtiene menos de los 30 de los 50 puntos posibles.
- b. Aceptación sin revisión.
- c. Aceptación condicionada y por ende con revisión (mayor o menor). En este último caso, se ha de identificar claramente qué revisión es necesaria, enumerando los comentarios e incluso especificando párrafos y páginas en las que sugieren modificaciones.

# GUIDELINES FOR EXTERNAL REVIEWERS OF «UNIVERSITAS»

The **Council of External Reviewers of «Universitas»** is an independent collegiate body whose purpose is to guarantee the excellence of this scientific publication, because the blind evaluation - based exclusively on the quality of the contents of the manuscripts and carried out by experts of recognized International prestige in the field - is, without a doubt, the best guarantee for the advancement of science and to preserve in this header an original and valuable scientific production.

To this end, the **Council of External Reviewers** is made up of several scholars and international scientists specialized in **Education**, essential to select the articles of the greatest impact and interest for the international scientific community. This in turn allows that all the articles selected to publish in «**Universitas**» have an academic endorsement and objectifiable reports on the originals.

Of course, all reviews in «**Universitas**» use the internationally standardized system of double-blind peer evaluation that guarantees the anonymity of manuscripts and reviewers. As a measure of transparency, the complete lists of reviewers are published on the official website of the journal ([www. http://Universitas.ups.edu.ec/](http://Universitas.ups.edu.ec/)) los listados completos de los revisores.

## 1. Criteria for acceptance/rejection of manuscript evaluation

The editorial team of «**Universitas**» selects those that are considered more qualified in the subject of the manuscript from the list of reviewers of the Council of Reviewers. While the publication requires the maximum collaboration of reviewers to expedite the evaluations and reports on each original, acceptance of the review must be linked to:

- a. **Expertise.** Acceptance necessarily entails the possession of competences in the specific theme of the article to be evaluated.
- b. **Availability.** Reviewing an original takes time and involves careful reflection on many aspects.

- c. **Conflict of interests.** In case of identification of the authorship of the manuscript (despite their anonymity), excessive academic or family closeness to their authors, membership in the same University, Department, Research Group, Thematic Network, Research Projects, joint publications with authors ... or any other type of connection or conflict / professional proximity; The reviewer must reject the publisher's invitation for review.
- d. **Commitment of confidentiality.** Reception of a manuscript for evaluation requires the Reviewer to express a commitment of confidentiality, so that it cannot be divulged to a third party throughout the process.

In the event that the reviewer cannot carry out the activity for some of these reasons or other justifiable reasons, he/she must notify the publisher by the same route that he/she has received the invitation, specifying the reasons for rejection.

## **2. General criteria for the evaluation of manuscripts**

### *a) Topic*

In addition to being valuable and relevant to the scientific community, the topic that is presented in the original must be limited and specialized in time and space, without excessive localism.

### *b) Redaction*

The critical assessment in the review report must be objectively written, providing content, quotes or references of interest to support its judgment.

### *c) Originality*

As a fundamental criterion of quality, an article must be original, unpublished and suitable. In this sense, reviewers should answer these three questions in the evaluation:

- Is the article sufficiently novel and interesting to justify publication?
- Does it contribute anything to the knowledge canon?

- Is the research question relevant?

A quick literature search using repositories such as Web of Knowledge, Scopus and Google Scholar to see if the research has been previously covered, may be helpful.

#### *d) Structure*

Manuscripts that refer to «Universitas» must follow the IMRDC structure, except those that are literature reviews or specific studies. In this sense, the originals must contain summary, introduction, methodology, results, discussion and conclusion.

- The ***title, abstract, and keywords*** should accurately describe the content of the article.
- The ***review of the literature*** should summarize the state of the question of the most recent and adequate research for the presented work. It will be especially evaluated with criteria of suitability and that the references are to works of high impact - especially in WoS, Scopus, Scielo, etc. It should also include the general explanation of the study, its central objective and the followed methodological design.
- In case of research, in the ***materials and methods***, the author must specify how the data, the process and the instruments used to respond to the hypothesis, the validation system, and all the information necessary to replicate the study are collected.
- ***Results*** must be clearly specified in logical sequence. It is important to check if the figures or charts presented are necessary or, if not, redundant with the content of the text.
- In the ***discussion***, the data obtained should be interpreted in the light of the literature review. Authors should include here if their article supports or contradicts previous theories. The conclusions will summarize the advances that the research presents in the area of scientific knowledge, the future lines of research and the main difficulties or limitations for carrying out the research.
- ***Language:*** It will be positively assessed if the language used facilitates reading and is in favor of the clarity, simplicity, precision and transparency of the scientific language. The Reviewer should not proceed to correction, either in Spanish or English, but will inform

the Editors of these grammatical or orthographical and typographical errors.

- Finally, a thorough **review of the references** is required in case any relevant work has been omitted. The references must be precise, citing within the logic of the subject at study, its main works as well as the documents that most resemble the work itself, as well as the latest research in the area.

### 3. Relevant valuation dimensions

«*Universitas*» uses an evaluation matrix of each original that responds to the editorial criteria and to compliance with the publication normative. In this sense, the reviewers must attend to the qualitative-quantitative assessment of each of the aspects proposed in this matrix with criteria of objectivity, reasoning, logic and expertise.

RESEARCHES	
Valuable items	P.
01. Title and abstract (clarity and structure)	0/5
02. Thematic relevance 03. Originality of the work 04. Review of the literature	0/10
05. Structure and organization of the article 06. Argumentative capabilities 07. Redaction	0/10
08. Methodological rigor 09. Research instruments	0/10
10. Research results 11. Advances 12. Discussion 13. Conclusions	0/10
14. Quotations (variety and richness) 15. References	0/5
Total	50

If the original is a review of the literature (status of the subject) or other type of study (reports, proposals, experiences, among others), the Editorial Board will send to the reviewers a different matrix, including the characteristics of Structure of this type of originals:

REPORTS, STUDIES, PROPOSALS, REVIEWS	
Valuable items	P.
01. Title and abstract (clarity and structure)	0/5
02. Thematic relevance	0/10
03. Review of the literature	0/10
04. Structure and organization of the article 05. Argumentative capabilities and coherence 06. Scientific redaction	0/10
07. original contributions 08. Conclusions	0/10
09. Quotations 10. References	0/5
Total	50

#### 4. Ethical Considerations

**a) Plagiarism:** Although the journal uses plagiarism detection systems, if the reviewer suspects that an original is a substantial copy of another work, he must immediately inform the Editors citing the previous work in as much detail as possible.

**b) Fraud:** If there is real or remote suspicion that the results in an article are false or fraudulent, it is necessary to inform them to the Editors.

#### 5. Evaluation of the originals

After the quantitative-qualitative evaluation of the manuscript under review, the reviewer may make recommendations to improve the quality of the manuscript. However, the manuscript will be graded in three ways:

- a. **Acceptance without review**
- b. **Conditional acceptance** and therefore review (greater or lesser). In the latter case, it is necessary to clearly identify which review is necessary, listing the comments and even specifying paragraphs and pages suggesting modifications.
- c. **Rejection** due to detected deficiencies justified and reasoned with quantitative and quantitative assessment. The report should be longer if a score of less than 40 of the 50 possible points is obtained.

# PROTOCOLO DE EVALUACIÓN DE MANUSCRITOS PARA REVISORES EXTERNOS

Datos del artículo		
Fecha envío evaluación:	Fecha devolución evaluación:	Código artículo: xxxx
Título del artículo a evaluar:		
SECCIÓN: ESTUDIOS, PROPUESTAS, INFORMES Y REVISIONES		
01. Título y resumen (claridad y estructura)	Comentarios obligatorios:	
		Valore de 0 a 5
02. Relevancia de la temática	Comentarios obligatorios:	
		Valore de 0 a 10
03. Revisión de la literatura	Comentarios obligatorios:	
		Valore de 0 a 10
4. Estructura y organización artículo 5. Capacidad argumental y coherencia 6. Redacción científica	Comentarios obligatorios:	
		Valore de 0 a 10
7. Aportaciones originales 8. Conclusiones	Comentarios obligatorios	
		Valore de 0 a 10
9. Citaciones 10. Referencias	Comentarios obligatorios:	
		Valore de 0 a 5
PUNTUACIÓN OBTENIDA	Del total de 50 puntos previsibles, este evaluador otorga:	

<p><b>OPINIÓN REDACTADA</b>                  (Más detallada si el trabajo no obtiene 40 puntos, para informar al autor/es).</p> <p>Este texto se remite textualmente a los autor/es de forma anónima.</p>								
<p><b>PUBLICABLE</b></p>		No			Sí			Sí, con condiciones
<p><b>MODIFICACIONES PROPUESTAS</b>                  (En caso de «Sí, con condiciones»)</p>								

# PROTOCOL OF MANUSCRIPT EVALUATION FOR EXTERNAL REVIEWERS

Article Details		
Date of submission for evaluation:	Date of return of evaluation:	Article code: xxxx
Title of the article to be evaluated:		
SECCIÓN: INFORMES, ESTUDIOS, PROPUESTAS Y EXPERIENCIAS		
01. Title and abstract (clarity and structure)	Mandatory comments:	
		Value 0 to 5
02. Thematic relevance	Mandatory comments:	
		Value 0 to 5
03. Review of the literature	Mandatory comments:	
		Value 0 to 5
4. Structure and organization of the article 5. Argumentative capabilities and coherence 6. Scientific redaction	Mandatory comments:	
		Value 0 to 5
7. Original contributions 8. Conclusions	Mandatory comments:	
		Value 0 to 5
9. Quotations 10. References	Mandatory comments:	
		Value 0 to 5
SOCORE	Of the total of 50 foreseeable points, this evaluator grants:	

<p><b>REDACTED OPINION</b>                  (More detailed if the work does not get 40 points, to inform the author(s))</p> <p>This text is sent verbatim to the author (s) anonymously.</p>								
<p><b>WORTH PUBLISHING</b></p>		No			Yes			Yes, with minor changes
<p><b>PROPOSED CHANGES</b>                  (In case of “Yes, with conditions”)</p>								

## Cover Letter

**Sección (Marcar)**

Dossier Monográfico \_\_\_

Miscelánea \_\_\_

**Título en español: Arial 14 negrita y centrado.  
Máximo 80 caracteres con espacios**

*Title in English: Arial 14 cursiva.*

*Máximo 80 caracteres con espacios*

**Nombre autor 1 (estandarizado)**

Categoría profesional, Institución, País

Correo electrónico institucional

ORCID

**Nombre autor 2 (estandarizado)**

Categoría profesional, Institución, País

Correo electrónico institucional

ORCID

**Nombre autor 3 (estandarizado)**

Categoría profesional, Institución, País

Correo electrónico institucional

ORCID

### **Resumen**

Mínimo 210 y máximo 230 palabras. Debe incluir 1) Justificación del tema; 2) Objetivos; 3) Metodología y muestra; 4) Principales resultados; 5)

Principales conclusiones. Ha de estar escrito de manera impersonal “El presente trabajo analiza...”

## **Abstract**

*Mínimo 210 y máximo 230 palabras cursiva. Debe incluir 1) Justificación del tema; 2) Objetivos; 3) Metodología y muestra; 4) Principales resultados; 5) Principales conclusiones. Ha de estar escrito de manera impersonal “El presente trabajo analiza...” No utilizar sistemas de traducción automáticos.*

## **Descriptor**

6 términos estandarizados preferiblemente de una sola palabra y del Thesaurus de la UNESCO separados por coma (,).

## **Keyword**

*Los 6 términos referidos en inglés separados por coma (,). No utilizar sistemas de traducción automáticos.*

## **Apoyos y soporte financiero de la investigación (Opcional)**

Entidad:

País:

Ciudad:

Proyecto subvencionado:

Código de proyecto:

# PRESENTACIÓN

## *Cover Letter*

Sr. Editor de «Universitas»

Leída la normativa de la revista «Universitas» y analizada su cobertura, área temática y enfoque, considero que esta revista es la idónea para la difusión del trabajo que le adjunto, por lo que le ruego sea sometida a la consideración para su publicación. El original lleva por título “\_\_\_\_\_”, cuya autoría corresponde a \_\_\_\_\_.

El autor/es certifica(n) que este trabajo no ha sido publicado, ni está en vías de consideración para su publicación en ninguna otra revista u obra editorial.

El autor/es se responsabiliza(n) de su contenido y de haber contribuido a la concepción, diseño y realización del trabajo, análisis e interpretación de datos, y de haber participado en la redacción del texto y sus revisiones, así como en la aprobación de la versión que finalmente se remite en adjunto.

Se aceptan la introducción de cambios en el contenido si hubiere lugar tras la revisión, y de cambios en el estilo del manuscrito por parte de la redacción de «Universitas».

## **Cesión de derechos y declaración de conflicto de intereses**

La editorial Abya-Yala (editorial matriz de las obras de la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador) conserva los derechos patrimoniales (*copyright*) de las obras publicadas y favorecerá la reutilización de las mismas. Las obras se publican en la edición electrónica de la revista bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento / No Comercial-Sin Obra Derivada 3.0 Ecuador: se pueden copiar, usar, difundir, transmitir y exponer públicamente.

El autor/es abajo firmante transfiere parcialmente los derechos de propiedad (*copyright*) del presente trabajo a la editorial Abya-Yala (Ecuador) (RUC: XXXXXX), para las ediciones impresas.

Se declara además haber respetado los principios éticos de investigación y estar libre de cualquier conflicto de intereses.

En \_\_\_\_ (ciudad), a los \_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ de 201\_

Firmado. (Por el autor o en su caso, todos los autores)

Nombre y apellido de los autores

Documento de Identidad

Firma

Nombre y apellido de los autores

Documento de Identidad

Firma

Nombre y apellido de los autores

Documento de Identidad

Firma

*Nota: Una vez haya guardado el documento cumplimentado y firmado, deberá consignarlo a través del sistema OJS en la sección “Ficheros Complementarios”.*

## Cover Letter

### Section (Mark)

Mnographic Dossier \_\_\_\_

Miscellany \_\_\_\_

**Title in Spanish: Arial 14 bold and centered.  
Maximum 80 characters with spaces**

*Title in English: Arial 14 cursive.*

*Maximum 80 characters with spaces*

### **Name author 1 (standardized)**

Professional category, Institution,

Country Institutional email

ORCID

### **Name author 2 (standardized)**

Professional category, Institution, Country

Institutional email

ORCID

### **Name author 3 (standardized)**

Professional category, Institution, Country

Institutional email

ORCID

### **Abstract (Spanish)**

Minimum 210 and maximum 230 words. It must include 1) Justification of the topic; 2) Objectives; 3) Methodology and sample; 4) Main results;

5) Main conclusions. It must be impersonally written “The present paper analyzes ...”

### **Abstract (English)**

Minimum 210 and maximum 230 words. It must include 1) Justification of the topic; 2) Objectives; 3) Methodology and sample; 4) Main results; 5) Main conclusions. It must be impersonally written “The present paper analyzes ...” Do not use automatic translation systems.

### **Descriptors (Spanish)**

6 standardized terms preferably of a single word and of the UNESCO Thesaurus separated by commas (,).

### **Keywords**

The 6 terms referred to in English separated by commas (,). Do not use automatic translation systems.

### **Financial Support of Research (Optional)**

Entity:

Country:

City:

Subsidized project:

Code of the project:

# PRESENTATION

## *Cover Letter*

Mr. Editor of «Universitas»

Having read the regulations of the journal «Universitas» and analyzed its coverage, thematic area and approach, I consider that this journal is the ideal one for the dissemination of the work that I hereby attach, for which I beg you to be submitted for consideration for publication. The original has the following title “\_\_\_\_\_”, whose authorship corresponds to \_\_\_\_\_.

The authors (s) certify that this work has not been published, nor is it under consideration for publication in any other journal or editorial work.

The author (s) are responsible for their content and have contributed to the conception, design and completion of the work, analysis and interpretation of data, and to have participated in the writing of the text and its revisions, as well as in the approval of the version which is finally referred to as an attachment.

Changes to the content are accepted if they occur after the review process, and also changes in the style of the manuscript by the editorial process of «Universitas».

## **Transfer of Copyright and Declaration of Conflict of Interest**

The *Universidad Politécnica Salesiana* of Ecuador preserves the copyrights of the published works and will favor the reuse of the same. The works are published in the electronic edition of the journal under a Creative Commons Attribution / Noncommercial-No Derivative Works 3.0 Ecuador license: they can be copied, used, disseminated, transmitted and publicly displayed.

The undersigned author partially transfers the copyrights of this work to the *Universidad Politécnica Salesiana* of Ecuador, for the printed editions.

It is also declared that they have respected the ethical principles of research and are free from any conflict of interest.

In \_\_\_\_ (city), by the \_\_\_\_ days of the month of \_\_\_\_\_ of 201\_\_  
Signed. (By the author or in the case, all the authors)

Authors' first and last name  
Identification document

Signature

Authors' first and last name  
Identification document

Signature

Authors' first and last name  
Identification document

Signature

*Note: Once saved the completed and signed document, it must be registered through the OJS system in the section "Complementary Files".*

***Convocatoria del Dossier***  
***“Fake News, comunicación y política”***

No. 34. Marzo 2021-Agosto 2021

**Coordinadores**

Dra. Andrea Varela, Universidad Nacional de La Plata, Argentina  
Dra. Amparo Marroquín-Parducci, Universidad Centroamericana, El Salvador  
Dr. Carlos Del Valle, Universidad de la Frontera, Chile  
Dr. José Antonio Alcoceba Hernando, Universidad Complutense de Madrid, España

El objetivo de esta publicación es abordar los debates vinculados a las fake news, la comunicación y la política en medio de las mutaciones que se producen en las sociedades contemporáneas.

Frente a este contexto, en el que el mundo se encuentra atravesado por la Pandemia del COVID-19 y donde muchos países tomaron como medida de prevención el aislamiento preventivo, social y obligatorio, problematizar el rol de los medios de comunicación y las redes sociales en la construcción de las noticias se convierte hoy en un elemento clave para comprender cómo operan las denominadas fake news en relación a los sistemas políticos y las democracias en Iberoamérica.

En este contexto la comunicación enfrenta enormes desafíos en relación a la política y a la ciudadanía, pero sin lugar a dudas el primer obstáculo es señalar la complejidad para poder informarnos lo más objetiva y adecuadamente posible.

Es por ello que antes de hablar de noticias falsas o desinformación es preciso reflexionar en torno a la matriz que las habilita. No hablamos de otra cosa que de la post verdad; fenómeno social que permite entender por qué este tipo de noticias circula con tanta facilidad catalizando y orientando la opinión pública.

En sintonía con lo mencionado anteriormente, la Organización Mundial de la Salud (OMS) advirtió recientemente sobre la “infodemia”, un mal generado por la sobreexposición a noticias (tanto falsas como verdaderas) sobre la pandemia del coronavirus.

Además, nos interesa profundizar acerca de cómo las fake news y la big-data fortalecen las polarizaciones e impactan sobre los sistemas políticos de la Región, y en particular como se han convertido en una herramienta que

pone en riesgo a los gobiernos y a las democracias, habilitando expresiones políticas con tintes de conservadurismo y autoritarismo a lo largo y ancho del mundo.

En esta línea, es preciso mencionar, por ejemplo, los procesos de lawfare acaecidos sobre dirigentes políticos y populares de la región; o las narrativas mediáticas que gestan en las redes online nuevos espacios públicos –com sus propias normas de participación que se articulan con las ya conocidas como medios y calles, plazas– y que permiten la emergencia de ciberciudadanía, ciber movimientos pero también de los denominados “trolls”, “bots”, etc.

En este marco, es necesario repensar el rol del Estado, y desde allí comprender a la Soberanía Tecnológica y Digital como un derecho que permite el acceso a las tecnologías para toda la sociedad. Esta toma de postura, implica el alejamiento de la mirada del neoliberalismo que plantea la autorregulación del mercado, para comprender que la equidad en los accesos sólo puede lograrse si el Estado interviene activamente con la promulgación de leyes; pero también, con la puesta en práctica de políticas públicas.

Plantear a las tecnologías como una cuestión de Estado, es reconocerlas en sus complejidades, en sus entramados de poder, en las apropiaciones diferenciadas que se hacen de ellas y en su vínculo con los usos y prácticas cotidianas. Entender, en definitiva, que las tecnologías son constitutivas de lo social y, por lo tanto, inherentemente nunca podrán ser neutrales o asépticas.

Las tecnologías están determinadas por relaciones de poder que llevan implícitamente la generación de desigualdades. Si bien no se parte de pensar negativamente el proceso tecnológico por sí mismo; dichas transformaciones conllevan en sus entramados, contextos y propuestas, nuevos modos de acceso al consumo de los bienes simbólicos, que operan como matriz de las desigualdades. El rol del Estado y las políticas públicas aparecen como superadoras de estos escenarios de desigualdad social.

Como profesionales de la comunicación, investigadores e investigadoras, debemos desentramar los sentidos de lo tecnológico para contribuir a construir nuestras propias estrategias de diseño, apropiación y uso, que contribuyan a un consumo más libre y democrático de la información.

En un contexto donde cada pueblo de la región conoce e identifica a sus verdugos, estos parecen gozar de castigar a aquellos que no se avasallan ante las violencias e injusticias y, las fakes news como factor desestabilizador frente a sus enemigos en las luchas populares y a la necesidad de la regulación de la comunicación como un asunto de Estado.

En este sentido, y sin excluir otras temáticas ligadas al campo citado, la presente convocatoria se dirige a investigadores/as que a través de trabajos originales contribuyan a la discusión social y académica sobre los siguientes ejes temáticos:

- Posverdad, noticias falsas y sus influencias en los debates públicos
- Redes online, polarizaciones y algoritmos, participación ciudadana
- Cíbermovimientos, medios, plataformas y democracias
- Soberanías tecnológicas y derecho a la comunicación
- Fake news, implicaciones para la democracia y los sistemas políticos en la Región
- Debates académicos sobre fake news

Serán bienvenidos trabajos originales e inéditos que reflexionen sobre la temática de la convocatoria en alguno de los ámbitos señalados a partir de revisiones del acervo teórico existente, que presenten estudios de casos de experiencias de interés o estudio de campo y otro tipo de investigaciones relacionadas.

Fecha de cierre de la convocatoria: 2020-10-31

Normas para autores disponible en <https://universitas.ups.edu.ec/pdf/docs/universitas/NORMATIVAUNIVERSITAS.pdf>

## **Bibliografía**

- Del Valle, C. (2018). “La comunicación (y la) política: la propaganda, sus técnicas y el nacimiento del régimen de la noticia-mentira”. En: Saintout, F., et.al. Comunicación para la resistencia: conceptos, tensiones y estrategias. La Plata: EPC-FES COL-CLACSO, pp. 35-52.
- Marroquín, A. (2018). “Pensar la comunicación, pensar las resistencias”. En: Saintout, F., et.al. Comunicación para la resistencia: conceptos, tensiones y estrategias. La Plata: EPC-FES COL-CLACSO, pp. 13-20.
- Saintout, F. (2018). “Medios hegemónicos en América Latina: cinco estrategias de disciplinamiento”. En: Saintout, F., et.al. Comunicación para la resistencia: conceptos, tensiones y estrategias. La Plata: EPC-FES COL-CLACSO, pp. 13-20.
- Saintout, F. y Varela, A. (2015). “Aún FALTA. Historia reciente y medios de comunicación”. En Saintout, F. y Varela, A. (Dir.) y Bruzzone, D. (Coord.). Voces Abiertas. Comunicación, política y ciudadanía en América Latina. La Plata: EPC-CLACSO, pp. 33-42.

- Martín Barbero, J. (1999). “El miedo en los medios. Política, comunicación y nuevos modos de representación”. En: Nueva Sociedad, N° 61, Mayo-Junio, Caracas, pp. 43-56.
- Alcoceba Hernando J. A. (2013). “Juventud, tecnologías de la información y cambio social. Perspectivas y escenarios para la socialización y la participación” en Ciudadanía, tecnología y cultura: nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital, coordinado por Sierra Caballero, F., pp 181-210.
- Ottaviano, C. (2020) ‘Las Fake News llegan por la comunicación concentrada’ artículo publicado en la Revista Contraeditorial de Mayo. Disponible en: [https://contraeditorial.com/la-vida-real-y-la-ficticia-cuando-las-fake-news-llegan-por-la-comunicacion-concentrada/?fbclid=IwAR0qlceAfes\\_aWPLknyP87wheZBxqXn6ovLSHPZeju1L1kveDgBjtGNw8](https://contraeditorial.com/la-vida-real-y-la-ficticia-cuando-las-fake-news-llegan-por-la-comunicacion-concentrada/?fbclid=IwAR0qlceAfes_aWPLknyP87wheZBxqXn6ovLSHPZeju1L1kveDgBjtGNw8)
- Sousa Santos, B. (2010) “Descolonizar el saber, reinventar el poder”. Ediciones Trilce

*Call for papers for papers Dossier*  
*“Fake News, communication and politics”*

No. 34. March 2021-August 2021

**Coordinators**

Dra. Andrea Varela, Universidad Nacional de La Plata, Argentina  
Dra. Amparo Marroquín-Parducci, Universidad Centroamericana, El Salvador  
Dr. Carlos Del Valle, Universidad de la Frontera, Chile  
Dr. José Antonio Alcoceba Hernando, Universidad Complutense de Madrid, España

The objective of this publication is to address the debates related to fake news, communication, and politics in the midst of the mutations that occur in contemporary societies.

Faced with this context, in which the world is traversed by the COVID-19 Pandemic and where many countries took preventive, social, and mandatory isolation as a preventive measure, problematizing the role of the media and social networks in the construction of news today becomes a key element to understand how so-called fake news operate in relation to political systems and democracies in Latin America.

In this context, communication faces enormous challenges in relation to politics and citizenship, but without a doubt, the first obstacle is to be able to identify the complexity in order to inform ourselves as objectively and adequately as possible.

That is why before talking about fake news or misinformation it is necessary to reflect on the matrix that enables them. We are not talking about anything other than the post-truth; a social phenomenon that allows us to understand why this type of news circulates so easily, catalyzing and guiding public opinion.

In line with the aforementioned, the World Health Organization (WHO) recently warned about the “infodemic”, the damage generated by overexposure to news (both fake and true) about the coronavirus pandemic.

In addition, we are interested in delving into how fake news and big data strengthen polarizations and impact on the political systems of the Region, and in particular, how they have become a tool that puts governments and

democracies at risk, enabling expressions policies with hints of conservatism and authoritarianism throughout the world.

Along these lines, it is necessary to mention, for example, the lawfare processes that occurred against political and popular leaders in the region; or the media narratives that create new public spaces in online networks — with their own rules of participation that are articulated with those already known as media and streets, squares — and that allow the emergence of cy-bercitizens, cyber movements but also the so-called “trolls”, “bots”, etc.

In this framework, it is necessary to rethink the role of the State, and from there, understand Technological and Digital Sovereignty as a right that allows access to technologies for the entire society. This taking of position implies moving away from the gaze of neoliberalism that proposes the self-regulation of the market, to understand that equity in access can only be achieved if the State actively intervenes with the promulgation of laws; but also, with the implementation of public policies.

To position technologies as a matter of State, is to recognize them in their complexities, in their networks of power, in the differentiated appropriations that are made of them, and in their link with everyday uses and practices. To understand, in short, that technologies are constitutive of the social and, therefore, that they can never be inherently neutral or aseptic.

Technologies are determined by power relations that implicitly lead to the generation of inequalities. Although one does not start from thinking negatively about the technological process by itself; these transformations entail, in their frameworks, contexts, and proposals, new ways of accessing the consumption of symbolic goods, which operate as a matrix of inequalities. The role of the State and public policies appear as the way overcome these scenarios of social inequality.

As communication professionals, researchers, we must unravel the meanings of technology to help construct our own design, appropriation and use strategies that contribute to a more free and democratic consumption of information.

In a context where each people in the region knows and identifies their executioners; they seem to enjoy punishing those who do not subjugate themselves in the face of violence and injustice and use fake news as a destabilizing factor against their enemies in popular struggles and the need to regulate communication as a matter of State.

In this sense, and without excluding other topics related to the aforementioned field, this call is aimed at researchers who, through original works, contribute to the social and academic discussion on the following thematic axes:

- Post-truth, fake news and their influences on public debates
- Online networks, polarizations and algorithms, citizen participation
- Cyber movements, media, platforms and democracies
- Technological sovereignties and the right to communication
- Fake news, implications for democracy and political systems in the Region
- Academic debates on fake news

Original and unpublished works that reflect on the theme of the call, in any of the areas indicated above, from reviews of the existing theoretical heritage, that present case studies of experiences of interest or field studies and other related research, are welcome.

Call for papers closing date: 2020-10-31

Guidelines for authors available at <https://universitas.ups.edu.ec/pdf/docs/universitas/NORMATIVAUNIVERSITAS.pdf>

## **Bibliography**

- Del Valle, C. (2018). "La comunicación (y la) política: la propaganda, sus técnicas y el nacimiento del régimen de la noticia-mentira". En: Saintout, F., et.al. *Comunicación para la resistencia: conceptos, tensiones y estrategias*. La Plata: EPC-FES COL-CLACSO, pp. 35-52.
- Marroquín, A. (2018). "Pensar la comunicación, pensar las resistencias". En: Saintout, F., et.al. *Comunicación para la resistencia: conceptos, tensiones y estrategias*. La Plata: EPC-FES COL-CLACSO, pp. 13-20.
- Saintout, F. (2018). "Medios hegemónicos en América Latina: cinco estrategias de disciplinamiento". En: Saintout, F., et.al. *Comunicación para la resistencia: conceptos, tensiones y estrategias*. La Plata: EPC-FES COL-CLACSO, pp. 13-20.
- Saintout, F. y Varela, A. (2015). "Aún FALTA. Historia reciente y medios de comunicación". En Saintout, F. y Varela, A. (Dir.) y Bruzzone, D. (Coord.). *Voces Abiertas. Comunicación, política y ciudadanía en América Latina*. La Plata: EPC-CLACSO, pp. 33-42.

- Martín Barbero, J. (1999). “El miedo en los medios. Política, comunicación y nuevos modos de representación”. En: Nueva Sociedad, N° 61, Mayo-Junio, Caracas, pp. 43-56.
- Alcoceba Hernando J. A. (2013). “Juventud, tecnologías de la información y cambio social. Perspectivas y escenarios para la socialización y la participación” en Ciudadanía, tecnología y cultura: nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital, coordinado por Sierra Caballero, F., pp 181-210.
- Ottaviano, C. (2020) “Las Fake News llegan por la comunicación concentrada” artículo publicado en la Revista Contraeditorial de Mayo. Disponible en: [https://contraeditorial.com/la-vida-real-y-la-ficticia-cuando-las-fake-news-llegan-por-la-comunicacion-concentrada/?fbclid=IwAR0qlceAfes\\_aWPLknyP87wheZBxqXn6ovLSHPZeju1L1kcveDgBjtGNw8](https://contraeditorial.com/la-vida-real-y-la-ficticia-cuando-las-fake-news-llegan-por-la-comunicacion-concentrada/?fbclid=IwAR0qlceAfes_aWPLknyP87wheZBxqXn6ovLSHPZeju1L1kcveDgBjtGNw8)
- Sousa Santos, B. (2010) “Descolonizar el saber, reinventar el poder”. Ediciones Trilce