

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO**

Maestría en Gerencia Política, Gobernanza y Gobernabilidad

Título de la Tesis:

**Criterios Noticiables en el Debate Político Digital de Ecuador
en el Paro de Octubre de 2019**

Autor:

Lic. Gustavo Alberto Cortez Galecio

**Previa a la obtención del Grado Académico de Magíster en
Gerencia Política, Gobernanza y Gobernabilidad**

Tutor:

Vicente Paul Armijos Tandazo

Guayaquil, Ecuador

16 de agosto del 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por
Cortez Galecio Gustavo Alberto como requerimiento para la obtención del título de
Magíster en Gerencia Política, Gobernanza y Gobernabilidad.

DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

Ing. Vicente Paul Armijos Tandazo EMBA- Msc.

REVISOR

Econ. Mauro Toscanini Segale, Ph.D.

DIRECTOR DEL PROGRAMA

Lcda. Olilia Carlier de Idrovo, Mgs.

Guayaquil, a los 16 días del mes de agosto del año 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Cortez Galecio Gustavo Alberto

DECLARO QUE:

La Tesis “Criterios Noticiables en el Debate Político Digital de Ecuador en el Paro de Octubre de 2019” previa a la obtención del Grado Académico de Magíster, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la referencia bibliográfica.

Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de la tesis del Grado Académico en mención.

Guayaquil, Guayaquil, a los 16 días del mes de agosto de 2021

El Autor

Lic. Gustavo Alberto Cortez Galecio



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

AUTORIZACIÓN

Yo, Cortez Galecio Gustavo Alberto

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, “Criterios Noticiables en el Debate Político Digital de Ecuador en el Paro de Octubre de 2019”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, Guayaquil, a los 14 días del mes de agosto de 2021

El Autor

Lcdo. Gustavo Alberto Cortez Galecio

REPORTE DE URKUND

INFORME URKUND

The screenshot shows the URKUND web interface. The main content area displays document information: 'Documento: Artículo para titulación, bozradar_3.docx (D111327124)', 'Presentado: 2021-09-16 01:04 (-05:00)', 'Presentado por: varmijos@hotmail.com', 'Recibido: vicente.armijos11uc@analysis.orkund.com', and 'Mensaje: Gustavo Cortez maestría Polgrip, Proyecto de Titulación, Criterios Notificables en el Debate Político en Ecuador'. A progress bar indicates '13%' completion. On the right, a 'Lista de fuentes' table lists sources with columns for 'Categoría' and 'Enlace/nombre de archivo'. The table includes entries like 'TPO BÁRBARA GONZÁLEZ VILJO.pdf' and several URLs from 'http://dvs.us.es' and 'http://www.repulic.org'. At the bottom, there are buttons for 'Advertencias', 'Reiniciar', 'Exportar', and 'Compartir'.

Maestría en Gerencia Política, Gobernanza y Gobernabilidad
Título de la Tesis: Criterios Notificables en el Debate Político Digital de Ecuador en el Paro de Octubre de 2019
Previa a la obtención del Grado Académico de Magíster en Gerencia Política, Gobernanza y Gobernabilidad
Autor:
Lic. Gustavo Alberto Cortez Galecio TUTOR: Ing. Vicente Paul Armijos Tandazo EMBA-Msc.
Guayaquil, Ecuador 16 de agosto del 2021

Resumen La presente investigación analiza los motivos del comportamiento político de ejecutivos de servidores digitales que abogan una tendencia y forma de gobernar en detrimento de otro, a la que están dispuestos a empujar al caso de la abrupta terminación de un mandato, pese a las graves consecuencias que eso produce. Se realiza mediante el estudio de un caso: la actividad de los autodenominados "guerreros digitales" en el paro nacional cumplido en Ecuador entre el 3 y el 11 de octubre de 2020, en contra de las medidas económicas del Presidente de la República, Lenin Moreno, en especial el alza del precio de los combustibles a parámetros internacionales. Este estudio transversal enfatiza la predisposición de ecuatoriana a ser receptora de numerosas informaciones falsas (fake news) que

Ing. Vicente Armijos Tandazo EMBA-Msc.
CI # 1102544333
TUTOR

Lic. Gustavo Alberto Cortez Galecio
CI: 0910370998
MAESTRANTE

Contenido

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 3 |
| MARCO TEÓRICO | 4 |
| METODOLOGÍA | 11 |
| Metodología del Estudio | 14 |
| Glosario | 14 |
| MÉTODOS ESTADÍSTICOS PARA LA EVALUACIÓN DE LAS HIPÓTESIS | 17 |
| Prueba ANOVA | 17 |
| Prueba Chi Cuadrado | 18 |
| INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS | 22 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 29 |
| REFERENCIAS | 31 |

Resumen

La presente investigación analiza los motivos del comportamiento político de ejércitos de servidores digitales que apoyan una tendencia y forma de gobernar en detrimento de otra, a la que están dispuestos a empujar al caos de la abrupta terminación de un mandato, pese a las graves consecuencias que eso produce. Se realiza mediante el estudio de un caso: la actividad de los autodenominados “guerreros digitales” en el paro nacional cumplido en Ecuador entre el 3 y el 11 de octubre de 2019, en contra de las medidas económicas del Presidente de la República Lenin Moreno, en especial el alza del precio de los combustibles a parámetros internacionales. Este estudio transversal enfoca la predisposición de la sociedad ecuatoriana a ser receptora de numerosas informaciones falsas (fake news) que logran movilizaciones humanas y violencia, a través de la data que se genera en el principal escenario digital que utilizan para esos fines, Twitter. El estudio considera que la falta de un mensaje claro desde el poder vuelve a las audiencias inconformes terreno fértil para quienes distorsionan la realidad a su favor, mediante las redes sociales.

Palabras clave: tendencias, trolls, meme, audiencias, fake news, caos, poder, criterios de noticiable, TIC.

Abstract

The following investigation analyze the reasons for the political behaviour of digital server armies that support a trend and the way to govern to the detriment of another. They are prepared to push the chaos of the abrupt termination of a mandate, despite the serious consequences this can cause. This is made by a case study: the activity of the self called “digital warriors” in the national strike accomplished in Ecuador between October 3rd and 11th of 2019 against the new economic measures stablished by President Lenin Moreno, especially the measure that establishes the increase of the fuel’s price.

This cross sectional study focuses on the predisposition of Ecuadorian society to be recipient of numerous false information (fake news) which achieve human mobilizations and violence through the data that is generated in the main digital scene used for these purposes, Twitter. This study considers that a lack of a clear message from the government makes the dissatisfied audiences a fertile ground for those who distort reality in their favor, through social media.

Keywords: trends, trolls, meme, audiences, fake news, chaos, government, newsworthiness criteria, ICT.

Criterios Noticiales en el Debate Político Digital de Ecuador en el Paro de Octubre de 2019

Introducción

La más reciente medición de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en Ecuador, de agosto de 2020, ratifica que, a pesar del boom tecnológico mundial, se mantiene una importante brecha digital, aunque cada vez menor. El trabajo del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos hace notorio ese avance, inclusive en hogares donde las necesidades básicas aún no están satisfechas. El uso de computadoras en el hogar es la cifra que se mantiene muy estable en el lapso comprendido entre 2012, cuando equivalía al 38,8% a nivel nacional, y el 2019, que llegó al 41% a nivel nacional, con un leve decrecimiento en el área urbana (a causa de la portabilidad celular) y un incremento de más del 6% en el área rural. Mayoritariamente hombres que mujeres, en el mismo período, lo que no se compadece con la evolución 2012-2019 del uso de internet, que pasó del 43,9% de la población urbana del 2012 al 66,7% del 2019. Pero es en la rural donde más crece, del 17,8% del 2012 al 42,9% del 2019. Es decir: de casi dos usuarios, a más de cuatro por cada 10 habitantes.

Eso tiene su explicación en la creciente sostenida del acceso a smartphones o teléfonos inteligentes que la población ha experimentado durante ese lapso, y el mismo INEC lo documenta en su investigación cuando muestra que mientras en 2012 el ecuatoriano urbano tenía esa tecnología en un 57,6%, siete años después el porcentaje ha crecido al 65,6%; aunque un salto aún más amplio ha dado el ecuatoriano rural, que de 36,2% del 2012, alcanza en el 2019 un 47,6%, lo que en

consecuencia da un porcentaje nacional actual de 59,9% de la población con un smartphone activado, con cuenta de internet en computador fija, tablet o televisor inteligente.

Una manera directa de, con las herramientas adecuadas, hacer contacto con seis de cada 10 habitantes y su entorno, y de esos seis la medición determina que al menos el 86% (cinco usuarios) utilizan el internet al menos una vez al día, principalmente para navegar en redes sociales. Una nada despreciable audiencia, si se considera que de acuerdo con los resultados de la Encuesta Multipropósito del mismo INEC (2019), el 40% de la población actual del Ecuador, es decir 6'980.896 personas, con una leve mayoría de mujeres, utiliza redes sociales desde su smartphone.

En la medida en que las TIC van desarrollándose, con rezago o no, los métodos ciudadanos de interacción, y su participación en la denominada “esfera pública” afrontan igualmente una transformación (Habermas, 1962 pp. 210-216). Las TIC han creado de forma natural y veloz, nuevos espacios de reivindicación y movilización de la ciudadanía (Castells, 2002 p. 9.) permitiendo que surja el llamado ciberactivismo que induce, de manera importante, transformaciones en una sociedad hiper conectada.

He allí las razones por las cuales las redes sociales podrían considerarse un campo de batalla político, utilizando técnicas tradicionales de comunicación de masas, adaptadas a la tecnología, que a lo largo del tiempo han demostrado su eficacia tanto en su uso correcto, como en el marginal. Como las fake news, que en su versión primitiva tuvieron una época de oro en el imperio romano y ahora navegan y hacen daño a velocidades inusitadas a través de la fibra óptica.

El uso de esa plataforma digital en la política ecuatoriana tuvo su momento cumbre entre el 3 y 11 de octubre de 2019 cuando, con violencia y vandalismo callejero, se desarrolló un paro nacional en contra de decisiones económicas del presidente Lenin Moreno. Un ejército de “guerreros digitales” (nombre autoimpuesto por los trolls afines al accionar del ex presidente Rafael Correa) actuó en buena parte de las redes sociales para generar rechazo al régimen de Moreno y pánico en algunos sectores de la población.

Planteamiento del Problema

La brecha digital se acorta, como lo hemos mostrado, pese a que la sociedad ecuatoriana ha vivido una década de retraso tecnológico forzado, a través de una carga tributaria alta para ese tipo de equipos, lo que los volvió inalcanzables para muchos: celulares con el 15% de arancel; componentes de computadoras grabados con el 10%; videocámaras y cámaras digitales, con 25%, y además todos debían pagar Impuesto al Valor Agregado del 12%, y el 0,5% para el Fondo de Desarrollo de la Infancia (Fodinfra).

Pero a la vez, durante el período correísta, que se inició en enero de 2007, hubo la permanente sospecha de intentos de adoctrinamiento político digital usando, para eso sí, las últimas tecnologías con un marcado sesgo de izquierda, y una aparente intención de crear distracciones ante una serie de acciones y decisiones que años después recibieron y aún reciben acusaciones formales en la justicia. Este escenario permitió, desde 2008, la aparición múltiple de grupos dedicados a la creación de perfiles falsos y su utilización inmediata en los ecosistemas digitales, que coincide con el posicionamiento de informaciones falsas (fake news) y la generación de

reacciones sin sustento en conglomerados tremendamente receptivos por su apego y gusto del mundo digital. El elemento confianza está ausente de esta ecuación, no obstante, es sustituido por la presencia de la ironía, la mofa o la burla, que le da un baño de amenidad, al menos momentánea, a esos mensajes que se sospechan malintencionados.

Entonces ocurrió el paro nacional en Ecuador, entre el 3 de octubre de 2019 y el 11 de octubre de 2019, en el cual volvieron a aparecer con fuerza los autodenominados “guerreros digitales” y con su accionar crítico contra el gobierno lograron sembrar dudas sobre el manejo de la represión policial y el valor de las medidas económicas que aumentaron en ese entonces los precios de los combustibles, y en especial del diesel, de uso mayoritario en la transportación, y que pasaba de golpe a precios internacionales, triplicando el costo local subsidiado. Esa es una de las principales medidas que debió ser derogada luego por la presión gremial, los graves disturbios callejeros y la arremetida digital, representada en testimonios que circularon de manera intensa entre cientos de miles de usuarios de la red Twitter, la más utilizada para el debate político. Ese uso numeroso, y a ratos irresponsable, del recurso tecnológico digital es el que he estudiado a través de nuevas herramientas que la misma tecnología proporciona, para detectar distorsiones.

Marco Teórico

El debate digital de octubre de 2019 se montó en una falsa base noticiable de los hechos que transmitía. Hechos a los que Mauro Wolf identifica como “valores-noticia” por ser “el conjunto de elementos a través de los cuales el aparato

informativo controla y gestiona la cantidad y el tipo de acontecimientos de los que seleccionar noticias” (Wolf, 1987).

Carl Warren (1979) puntualiza en esos elementos: actualidad, proximidad, consecuencias, relevancia social, rareza, conflicto, suspenso, sexo, emoción y progreso. Y coincide con la lista de opciones que suele utilizar la prensa, y que van moviendo su orden jerárquico de acuerdo a los momentos, a las modas, como lo señala Emy Armañanzas. “El carácter de la noticiabilidad es elástico: los valores-noticia van modificándose con el tiempo, adaptándose a la especialización temática que en un determinado momento histórico practican los medios de comunicación” (Armañanzas 1993, p. 87).

Fraser Bond (1959) abonó a lo dicho por Warren sobre lo noticiable con un compendio de requisitos a cumplir: Lo que concierne a una persona notoria o que haya adquirido notoriedad; lo inusitado. Todo lo que es imposible y que, sin embargo, sucede, es noticia; todo lo que concierne vitalmente al gobierno del país o de la ciudad; aquello que afecte directa o indirectamente al bolsillo; lo que involucre grandes sumas de dinero y la injusticia, en cuanto indigne a la audiencia; lo que tenga afectaciones para todos, como un paro de transporte; toda crónica que emocione al lector, que lo disguste o lo complazca; los homicidios, dependiendo del grado de misterio que lo rodee.

Los españoles Vicente Leñero y Carlos Marín (1986, pp. 34-38) puntualizaron al respecto: actualidad, prominencia, proximidad, conflicto, expectación, hazaña, humorismo, la magnitud del hecho, progreso, rareza y trascendencia. Y ya en plena era digital, cuando las noticias empezaban a viajar por fibra óptica más que impresas en papel, en el 2000 Stella Martini hizo su aporte para enmarcar lo noticiable de los

hechos: novedad, originalidad, la evolución futura de los acontecimientos, el grado de importancia y gravedad del hecho, la proximidad geográfica, la magnitud, la jerarquía de los personajes implicados y la inclusión de desplazamientos (Leñero y Marín, pp. 84, 99).

Muchas de estas características existen en los relatos digitales de octubre de 2019 en Ecuador, pero con la falla de origen que constituye partir de un hecho distorsionado o llevado a la ficción. ¿Por qué lo acepta la audiencia? Paulo Freire (2020) cree que la primera opción lógica será la del pensamiento crítico y su relación con la comunicación, que plantea la comprensión del contexto al cual se está adentrando y tener un conocimiento o experiencia previas sobre el tema y la sociedad a la cual se intenta cambiar. Pensamiento crítico que sigue siendo una novedad en los pñsums académicos ecuatorianos.

El modelo de la Acción Razonada, que viene a lugar por el éxito de los mensajes falsos en las audiencias, establece que la intención de realizar o no realizar una conducta es una especie de balance entre lo que uno cree que debe hacer (actitudes) y la percepción que se tiene de lo que los otros creen que uno debe de hacer (norma subjetiva).

Propuesto por Martín Fishbein e Icek Ajzen, el modelo de Acción Razonada tiene sus inicios en 1967. Concibe al ser humano como un animal racional que procesa la información o la utiliza sistemáticamente. Un tomador racional de decisiones que se comporta en función de la valoración que realiza de los resultados de su comportamiento y de las expectativas que tiene de obtener determinados resultados (Fishbein y Ajzen, 1994). De allí la importancia de que la información sea correcta.

Pero si lo que se busca es lograr hacer un cambio de conducta, Fishbein y Ajzen consideran que una intervención desde el modelo de la Acción Razonada, debe integrar un grupo de variables que se encuentran relacionadas con la toma de decisiones a nivel conductual y debido a que toda acción ocurre respecto a un objetivo, en un contexto determinado y en un punto en el tiempo; entonces, la selección e identificación de dicha conducta debe tomar en cuenta tales variables (Fishbein y Ajzen, 1994).

Para ir más allá está la Teoría del Comportamiento Planificado, (Ajzen, 1985) que considera tres escenarios:

1. Creencias de comportamiento. Referidas a las consecuencias probables del comportamiento.
2. Creencias normativas. Referidas a las expectativas normativas de otros.
3. Creencias controladas. Sobre la presencia de factores que pueden facilitar, o pueden impedir, el desempeño del comportamiento.

Es el mismo Ajzen, coautor de la Teoría de la Acción Razonada, el que pone en escena el Comportamiento Planificado como evolución de la anterior, al descubrir que el comportamiento humano parecía no ser 100% voluntario y bajo control. Esto dio lugar a la adición del control del comportamiento percibido, es decir no comprobado, pero que provoca una acción. Entra en escena aquí también la teoría conductista, de la primera mitad del siglo XX y cuyo autor es el fisiólogo ruso Iván Pavlov (1849).

Se plantearon dos variantes: el condicionamiento clásico y el condicionamiento instrumental y operante. El primero describe una asociación entre estímulo y respuesta contigua: si se plantean los estímulos adecuados, habrá la respuesta deseada. Esta

variante explica tan solo comportamientos muy elementales y se asemeja a lo que ocurre en ciertas audiencias en respuestas a las noticias falsas. La segunda, del condicionamiento instrumental y operante, persigue la consolidación de la respuesta según el estímulo, buscando los reforzadores necesarios para implantar esta relación en el individuo.

Pavlov estudió las respuestas de los animales al condicionamiento. Su experimento más célebre hacía sonar una campana mientras alimentaba a varios perros. Lo repetía durante varias comidas y cada vez que los perros escuchaban la campana sabían que se acercaba una comida y comenzarían a salivar. Luego Pavlov hacía sonar la campana sin traer comida, pero los perros todavía salivaban. Habían sido “condicionados” a salivar cada vez que escuchaban el sonido de la campana.

Un elemento a destacar en la búsqueda del por qué son tan efectivos los mensajes falsos o distorsionados, es el humor. Y en ese campo el rey es el “Meme”, término parido por el zoólogo Richard Dawkins, en 1976, como lo recuerda Delia Rodríguez (2013) en su obra *Memecracia, los virales que nos gobiernan*. “Al igual que los genes se propagan en un acervo génico al saltar de un cuerpo a otro mediante los espermatozoides o los óvulos, así los memes se propagan en el acervo de memes al saltar de un cerebro a otro”, dice Dawkins, citado por Rodríguez. Pero puntualiza que tal proceso no ocurre por una reproducción como en los genes, sino “a través de la más aburrida copia” y califica al meme original como una “unidad de imitación” (Rodríguez, pp. 23-25).

Así, para Rodríguez, los memes son tan egoístas como los genes. “No tienen por qué ser necesariamente buenos, ni bellos, ni útiles, ni verdad. Lo único que hacen es extenderse y sobrevivir” (Rodríguez, pp. 25).

El Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT, por sus siglas en inglés) es el más prestigioso centro de estudios norteamericano de la realidad tecnológica. Allí, en 2018 sus expertos Sinan Aral, Soroush Vosoughi y Deb Roy analizaron 126.000 historias difundidas en Twitter entre 2006 y 2017, con más de 4,5 millones de tuits de unos 3 millones de personas.

Evaluaciones de seis organizaciones independientes de verificación de datos fueron requeridas por este grupo para clasificar la verdad o la falsedad de estas historias, estimando que existen unos 48 millones de *bots* en Twitter y 60 millones en Facebook (*bot*: programa que replica de forma mecánica los tuit).

Publicados los resultados en la prestigiosa revista *Science* (el registro oficial de los descubrimientos científicos mundiales) su informe señala que “La falsedad se difunde significativamente más lejos, más rápido, más profunda y más ampliamente que la verdad en todas las categorías de información, y los efectos fueron más pronunciados para noticias políticas falsas que para noticias falsas sobre terrorismo, desastres naturales, ciencia, leyendas urbanas o información financiera”.

En sus conclusiones, la revista *Science* compara noticias verdaderas y falsas. Las primeras, explica, rara vez trascienden a más de 1.000 personas, pero en el caso de las falsas, el 1% de las que llegan a ser más virales se difunde con fluidez entre 1.000 y 100.000 usuarios.

De su explicación se deduce que la situación era tal incluso cuando las personas que difundían rumores falsos tenían muchos menos seguidores que aquellos que en su mayoría dijeron la verdad. Esa diferencia no tiene que ver con que las personas amen las mentiras o retuiteen noticias falsas. Otra sorpresa del estudio: mientras los bots aceleraban la difusión de historias falsas, en el MIT descubrieron

que las historias reales recibían un estímulo igual por parte de los bots. El problema está entonces en los tuiteros humanos, en quienes las historias falsas revisadas en el estudio inspiraban mayor sorpresa y disgusto, mientras que las verdaderas tenían más probabilidades de encontrarse con un sentimiento de tristeza, anticipación o confianza.

La percepción que dejó el estudio en el MIT es que el valor novedoso de las noticias falsas alienta su difusión, y que el enfado provocado por verdades o sobre todo falsedades motiva los retuits mucho más que la tristeza al leer un contenido.

Delia Rodríguez explica en cambio por qué es imposible no compartir algunos contenidos, entre los que las informaciones falsas, como acabamos de ver, podrían lograr ventaja. A su juicio, las conductas humanas en su totalidad tienen como conductores a mensajeros químicos que no son más que hormonas y neurotransmisores, a los que se denomina “moléculas de la emoción”. “Las emociones no son más que la reacción física a una percepción del entorno y tienen el objetivo de empujarnos a la acción”, explica Rodríguez (2013, p. 52).

El asco, la alegría, la ira, el miedo, la sorpresa y la tristeza están en nuestras fórmulas genéticas y son fundamentales sus expresiones para vivir. “Para hacer cambiar de opinión a alguien o provocar que actúe [o que se quede paralizado de terror, lo que más nos interesa] deberemos provocarle una de esas emociones. Influir, manipular, es conseguir un cambio de memes y/o comportamiento a través de la modificación de la química cerebral. Por eso son las historias que hacen sentir y no las cifras las que mueven a las masas”, explica Rodríguez (2013, p. 52).

Metodología

Se empezó con la detección de la actividad en Twitter en torno a los hechos ocurridos principalmente en las calles céntricas de Quito y cómo estaban siendo reflejados en el debate público generado sobre todo por cuentas ampliamente conocidas como afines al ex presidente Rafael Correa. Igualmente tomamos en cuenta el contenido Twitter generado por las principales cuentas afines al gobierno de Lenin Moreno y su afán de tranquilizar la situación minimizando los efectos de los actos vandálicos que ocurrían en instituciones públicas y emblemáticas y que eran magnificados y tergiversados en el mundo virtual.

De entrada defino a la información falsa como aquella que no resiste un análisis lógico, que es generosa negativamente en tono y forma y que se torna repetitiva en su afán de lograr reacciones, esta vez, contra el poder. Que utiliza la conmoción social como disparador de las acciones de ciudadanos, muchos de ellos coptados digitalmente solo por compartir un sentimiento de indignación que en el caso del informador, no es natural.

La investigación cuantitativa que planteo de este caso es digital y se basa en los tuits recuperados del 3 de octubre al 11 de octubre por la Consultora Zerebralab, con sede en Guayaquil.

- Número de tuits totales: 1'351.073
- Usuarios totales: 117.335

Para el desarrollo del gráfico:

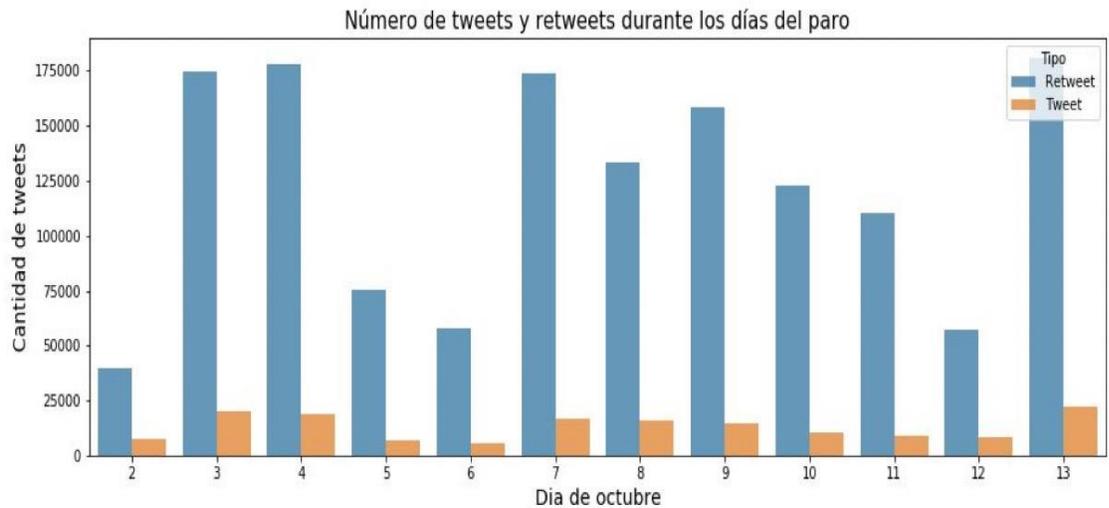
- Número de tuits en la muestra: 200.000
- Usuarios en la muestra: 45.007
- Número de retuits diferentes en la muestra: 141.014

La interpretación de la data relacionada con el paro nacional dejó otras importantes revelaciones:

1. Que en los días más críticos del paro nacional (3, 4, 7 y 8 de octubre) fue cuando se crearon más cuentas de Twitter que se dedicaron a informar o comentar sobre el suceso, siendo el 3 de octubre de 2019 el día más crítico de esta situación, con el surgimiento de 730 cuentas que cumplían tareas de “rechazo” y “condena” a las políticas económicas gubernamentales, exigiendo al mismo tiempo el cese del gobierno y la sucesión democrática. Algunas incluso plantearon el adelanto de elecciones para hacer frente a esa situación de inestabilidad.
2. Que la mayoría de esas cuentas correspondían a nombres ficticios o incluso a la suplantación de nombres de personas cuyos perfiles eran clonados sin que ellas lo supieran. Algunas también usaban apodos o frases como identificación.
3. Que a pesar de que desde el 11 de octubre de 2019 se intensificaron las negociaciones entre el gobierno y los sectores levantados, para dar fin al violento paro, el surgimiento de cuentas se mantuvo alto hasta el 13 de octubre.



Con el objetivo de visualizar de mejor forma y destacar los usuarios más importantes dentro de la red, se decidió filtrar de estos resultados a aquellos usuarios que habían sido retuiteados más de 70 veces dentro de nuestra muestra. Así la cifra de usuarios más activos alcanzó los 299, que coincidentalmente cumplían dicha actividad en los días en que se crearon más cuentas para hablar del paro, es decir el 3,4, 7 y 8 de octubre, aunque llama la atención un repunte de estos retuits correspondientes al 9 de octubre, con caída leve de intensidad hasta el 12 y un alto repunte el día 13, cuando se da por concluida la medida que lideraban indígenas y trabajadores, juntos con una serie de personas abiertamente militantes correístas, cuya consigna era el relevo en el poder, con la salida abrupta del presidente Lenin Moreno, quien llegó a esa posición justamente con el auspicio de quienes en el paro proponían cambiarlo.



Para confirmar estas revelaciones del estudio de Zerebralab, publicado en sus redes sociales a fines de octubre de 2019 y que determina un rol preponderante en el paro de quienes manipularon la información me plantié el estudio de tres hipótesis, con su correspondiente hipótesis nula.

Metodología del Estudio

Es importante definir al inicio la diversidad de términos que encontraremos en el desarrollo del estudio comprobatorio.

Glosario

Usuario: es una cuenta de Twitter que publica mensajes dentro de la plataforma.

Tuit informativo: es un mensaje en Twitter que pretende entregar una noticia o información acerca de un hecho en particular.

Radio Friends/Followers (FFR): esta métrica mide la proporción de “amigos” en Twitter para el número de seguidores de un usuario/cuenta en esta red social.

Tipo de usuario: un usuario que publica un mensaje en Twitter puede ser:

- Cuenta verificada: cuentas que pertenecen a usuarios reales.
- Cuenta troll: usuarios que han sido creados para difundir información falsa.

El tipo de usuario es obtenido aplicando una Metodología de Clasificación de Usuarios.

Alcance: número de retuits que ha recibido un tuit informativo.

Inclinación digital: un mensaje en Twitter revela la opinión de un usuario acerca de un tema en particular. La inclinación digital es la tendencia de un mensaje hacia una postura o planteamiento político. Hay dos tipos de inclinación: apoyo digital (a favor) y rechazo digital (en contra).

Rechazo digital: es el número de tuits negativos en relación con las medidas adoptadas por el gobierno de Lenin Moreno en octubre 2019. Esta métrica captura el volumen de mensajes que muestran algún tipo de rechazo o aversión en contra del gobierno. Dentro de cada mensaje, el usuario muestra un claro rechazo a las medidas del gobierno, las acciones de sus ministros o del presidente Lenin Moreno.

Apoyo digital: es el número de tuits positivos en relación con las medidas adoptadas por el gobierno de Lenin Moreno en octubre 2019. Esta métrica captura el volumen de mensajes que muestran algún tipo de apoyo o respaldo en favor del gobierno. Dentro de cada mensaje, el usuario muestra un claro apoyo a las medidas del gobierno, las acciones de sus ministros o del presidente Lenin Moreno.

Neutralidad digital: la constituye el número de tuits imparciales en relación con las medidas adoptadas por el gobierno de Lenin Moreno en octubre 2019. La inclinación digital es obtenida aplicando una Metodología de clasificación de tendencias.

Comunidad de retuits: cuando un usuario de Twitter retuitea a otro se genera una relación de intercambio de información. Se define una comunidad de retuits como el conjunto de usuarios de Twitter que ha retuiteado al menos un tuit de otro usuario.

Conectividad: es el número de usuarios alcanzables por una cuenta. Cuantifica la velocidad en la que viaja un mensaje dentro de una comunidad de intercambio de información.

Dataset: es una base de datos que se puede relacionar con otras.

Clasificación de Tipos de Cuenta

Se calculó el radio Friends/Follower para cada usuario del dataset. Los usuarios que tienen pocos followers y muchos “amigos” se catalogan como cuentas falsas o trolls. Para clasificar a un usuario se obtiene la distribución de probabilidades de esta variable. Se denomina como “cuenta troll” a un usuario que:

- No tiene seguidores.
- No tiene amigos.
- $FFR >$ cuartil 3 de la distribución.

El resto de usuarios se cataloga como “cuentas verificadas”.

Clasificación de Niveles de Sentimiento

Cada tuit relacionado con el paro tiene un nivel de sentimiento: positivo, negativo o neutral. Para clasificar automáticamente estos tuits se utilizó un algoritmo de clasificación automática de documentos de texto. Este algoritmo aprende automáticamente de una base de datos con tuits etiquetados por cada inclinación.

Luego, el modelo puede automáticamente identificar la inclinación de un tuit a partir del texto.

Métodos Estadísticos para la Evaluación de las Hipótesis

Prueba ANOVA

La técnica de análisis de varianza constituye una herramienta para el estudio del efecto de uno o más factores sobre la media de una variable continua. Se utiliza este test estadístico cuando se desea comparar las medias de dos o más grupos. También sirve para estudiar los posibles efectos de los factores sobre la varianza de una variable.

Prueba ANOVA de Una Vía para Datos Independientes

Se aplica para probar si existen diferencias significativas entre las medias de una variable continua sobre los diferentes niveles de una variable cualitativa o factor.

La forma de plantear hipótesis de un ANOVA es la siguiente:

- H_0 : No hay diferencias entre las medias de los diferentes grupos.
- H_1 : Al menos un par de medias son significativamente distintas la una de la otra.

El análisis consiste en estudiar la varianza entre grupos y dentro de grupos mediante el estadístico de prueba F_{ratio} .

$$F_{ratio} = \frac{\text{Cuadrados Medios del Factor}}{\text{Cuadrados Medios del Error}} = \frac{\hat{S}_t^2}{\hat{S}_E^2} = \frac{\text{intervarianza}}{\text{intravarianza}} \sim F_{k-1, N-k}$$

Dónde:

$$\hat{S}_t^2 = \frac{SST}{k-1}$$

$$\hat{S}_E^2 = \frac{SSE}{N-k}$$

- STT: suma de cuadrados del factor, mide la variabilidad en los datos relacionada al efecto del factor sobre la media.
- SSE: suma de cuadrados residual, mide la variabilidad dentro de cada nivel. Se calcula como la suma de los cuadrados de las desviaciones de cada observación respecto a la media del nivel al cual pertenecen.
- k: número de grupos o niveles.
- N: tamaño de la muestra.

La idea básica detrás de este método es tomar muestras independientes de cada grupo, calcular la media de cada grupo y luego comparar la variación entre medias tanto dentro del grupo como la variación entre grupos. Finalmente, el estadístico F_{ratio} nos indica si existen diferencias significativas entre estos grupos o no.

Prueba Chi Cuadrado

La prueba estadística de independencia Chi cuadrado se enfoca en determinar si existe relación entre dos variables. Esta prueba permite determinar la existencia o no de independencia entre dos variables categóricas. La forma de plantear hipótesis es la siguiente:

- H_0 : Las variables analizadas son independientes.
- H_1 : Las variables analizadas son dependientes.

Para rechazar H_0 , el valor Chi cuadrado calculado debe ser mayor al valor estimado en la tabla de distribución. En este caso, se aceptará la hipótesis alternativa que prueba la relación entre las variables.

Hipótesis de partida

La información noticiosa que se consumió a través de la red social Twitter, durante los días del paro nacional de entre el 3 y 11 de octubre de 2019, fue manipulada con herramientas digitales, en favor y sobre todo, en contra del gobierno de Lenin Moreno.

Hipótesis específicas

1. Alto fue el impacto de la información falsa en los niveles de sentimiento de los usuarios de Ttwitter conectados con las protestas de octubre de 2019.
 - H_0 : El promedio del alcance de tuits relacionados con el paro de octubre 2019 en todo el país fue igual en todos los niveles de los sentimientos de apoyo o rechazo de sus usuarios que se reflejan en los tuits.
 - H_1 : El promedio del alcance de tuits relacionados con el paro de octubre 2019 en todo el país no es igual en todos los niveles de los sentimientos de apoyo o rechazo de sus usuarios que se reflejan en los tuits.

En total existen 48.933 tuits que han recibido al menos un retuit.

Tabla 1

Estudio de Medición de los Niveles de Sentimiento

| Polarización Digital | Número de tweets | Promedio de alcance | Desviación estándar de alcance |
|-----------------------------|-------------------------|----------------------------|---------------------------------------|
| Negativo | 21345 | 37.30 | 167.67 |
| Neutral | 23755 | 31.45 | 150.27 |
| Positivos | 3833 | 44.20 | 241.35 |
| Total | 48933 | | |

| Fuente de variación | SS | Grados de libertad | MS | F-score | Valor p |
|----------------------------|-------------|---------------------------|-----------|----------------|----------------|
| Entre grupos | 737398 | 2 | 368699 | 13.2672 | 1.7366e-06 |
| Intragrupos | 1.35978e+09 | 48930 | 27790.3 | | |
| | 1.36052e+09 | 48930 | 27804.2 | | |

Nota: En esta tabla se rechaza la hipótesis nula. Existen diferencias significativas en el promedio de alcance de los diferentes niveles de sentimientos.

2. El impacto de los denominados trolls logró manipular la información en torno a las protestas de octubre de 2019.

- H0: El promedio del alcance de tuits relacionados con el paro de octubre de 2019 contra el gobierno de Lenin Moreno es igual en todos los tipos de cuenta de los usuarios que escribieron sobre este tema.
- H1: El promedio del alcance de tuits relacionados con el paro de octubre de 2019 contra el gobierno de Lenin Moreno no es igual en todos los tipos de cuenta de los usuarios que escribieron sobre este tema.

Tabla 2

Estudio de la Participación de los Trolls

| Tipo de cuenta | Número de tweets | Promedio de alcance | Desviación estándar de alcance |
|-----------------------|-------------------------|----------------------------|---------------------------------------|
| Troll | 9307 | 40.16 | 196.79 |
| Verificada | 39626 | 33.79 | 158.84 |
| Total | 48933 | | |

| Fuente de variación | SS | Grados de libertad | MS | F-score | Valor p |
|----------------------------|-------------|---------------------------|-----------|----------------|----------------|
| Entre grupos | 306075 | 1 | 48931 | 11.0105 | 0.000906647 |
| Intragrupos | 1,49xe9 | 48931 | 27798.6 | | |
| | 1.36052e+09 | 48932 | 27804.2 | | |

Nota: En esta tabla se rechaza la hipótesis nula. Existen diferencias significativas en el promedio de alcance de los diferentes tipos de cuenta.

3. Existe relación entre los tipos de cuenta y los niveles de sentimiento de las expresiones a favor y en contra del poder en las protestas de octubre de 2019.
- H0: Los niveles de sentimiento que se reflejan en los tuits relacionados con el paro de octubre 2019 no están relacionados con el tipo de cuentas de los usuarios que publicaron esos tuits.
 - H1: Los niveles de sentimiento que se reflejan en los tuits relacionados con el parto de octubre 2019 están relacionados con el tipo de cuentas de los usuarios que publicaron esos tuits.

Tabla 3

Estudio de los Sentimientos versus Trolls en Twitter

| | | Tipo de cuenta | | |
|----------------------|----------|----------------|-------|-------|
| | | Verificada | Troll | Total |
| Polarización digital | Negativo | 17270 | 4075 | 21345 |
| | Neutral | 19180 | 4575 | 23755 |
| | Positivo | 3176 | 657 | 3833 |
| Total | | 39626 | 9307 | 48933 |

Nota: En esta tabla se rechaza la hipótesis nula. Los niveles de sentimiento y los tipos de cuenta de los usuarios sí están relacionados.

dof=2

probability=0.950,

valor crítico critical=5.991,

estadístico de prueba =9.742

Significancia=0.050, p=0.008

Interpretación de los Datos

Existen diferencias significativas entre el promedio de alcance de mensajes negativos y el promedio de alcance de mensajes positivos que circularon durante el 3 y el 11 de octubre de 2019. En detalle, a pesar de que el 43% de los tuits analizados son mensajes negativos, recibieron 15% menos de alcance en comparación con los mensajes positivos. Los mensajes de apoyo hacia el gobierno de Lenin Moreno fueron menos del 8% del total de mensajes. El grupo restante de mensajes correspondían a opiniones neutrales y noticias, que no reflejaban una inclinación digital clara.

Este estudio ha probado que existen diferencias significativas entre el promedio de retuits de cuentas trolls y el promedio de retuits de cuentas verificadas. En particular, las cuentas trolls tuvieron un 18% más de alcance que las cuentas

verificadas, lo que se puede explicar mediante la naturaleza del comportamiento de los trolls, los cuales no solamente comparten noticias falsas sino que se hacen eco de otras noticias falsas creadas por otros trolls. Figura 1.

Cuando se analizó en conjunto la polarización digital y los tipos de cuenta, se encontró que estas variables sí están relacionadas. Las medidas del gobierno generaron mayor rechazo que apoyo dentro de los medios digitales, pero no se puede negar que hubo importantes influencias externas para aumentar este impacto.

Las cuentas trolls alcanzaron hasta un 20% de los mensajes analizados, en comparación con el 80% de mensajes que provenían de cuentas verificadas. Del grupo de mensajes relacionados con cuentas trolls, casi la mitad son mensajes negativos (43%) y apenas el 7% son mensajes positivos. Esto muestra que existieron cuentas trolls a favor del gobierno en mucho menor proporción que cuentas trolls induciendo al rechazo. Figura 2.

Las cuentas verificadas también tuvieron un impacto importante, alcanzando el 80% de los mensajes analizados. De este grupo, más de la mitad mostró un rechazo hacia las medidas del gobierno guiada por personas reales, influenciadores entre los que también circuló información falsa y algunos de los cuales fueron luego llevados hasta la justicia.

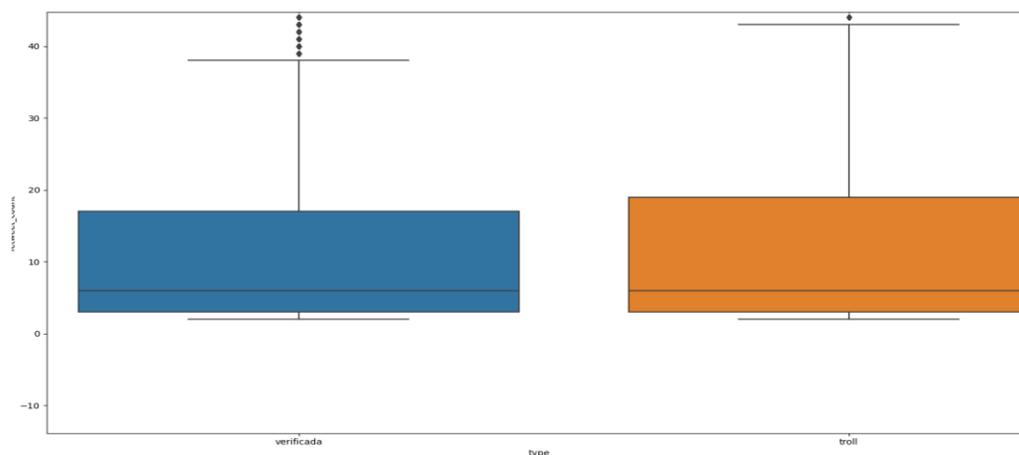


Figura 1 Diagrama de Cajas de la Distribución de Alcance por Tipos de Cuenta

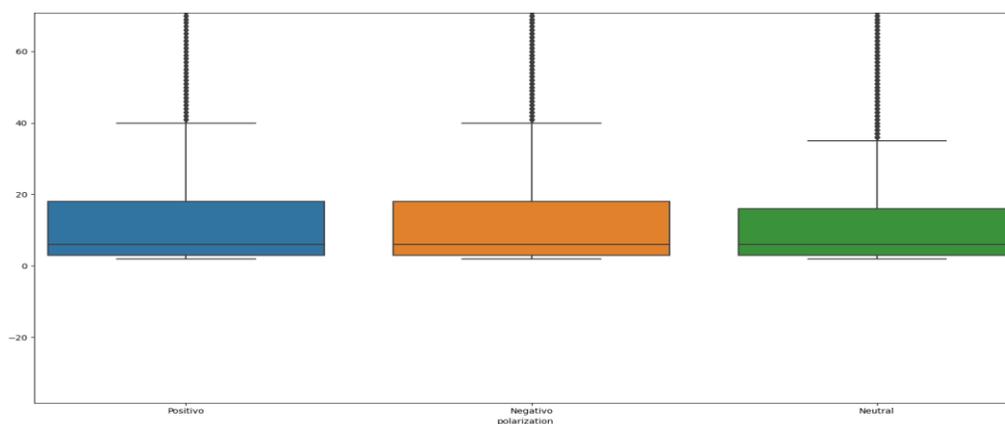


Figura 2 Diagrama de Cajas de la Distribución de Alcance según Sentimientos de los Mensajes

Los Protagonistas

Quiénes fueron los protagonistas del paro que salieron más que a protestar en las jornadas callejeras de octubre de 2019, cuando se tomaron como rehenes a policías y periodistas, en la Casa de la Cultura, sede principal de Quito; o se quemó casi por completo y con buena parte de su trabajo investigativo, el edificio central de

la Contraloría General del Estado, en la que encapuchados se infiltraron con transmisión en directo de algunos medios de comunicación televisiva y web.

La data de lo que ocurría en torno al tema permite deducir roles. Es claro en el análisis de los tuits y retuits que lograron incluso posicionar tendencias, transmitían el mensaje del correísmo con el hashtag “#elpeorgobiernodelahistoria”.

En la Figura 3 se identifica con el color verde a la actividad que generaba, recogía y retuiteaba con intensidad mensajes en contra del gobierno. Resaltan en la nube, tres anclas de difusión, la más fuerte desde la cuenta oficial de la bancada de la Revolución Ciudadana en la Asamblea Nacional, que lideraban entonces connotados correistas como Pabel Muñoz y Marcela Aguinaga, ambos muy cercanos al ex presidente Rafael Correa.

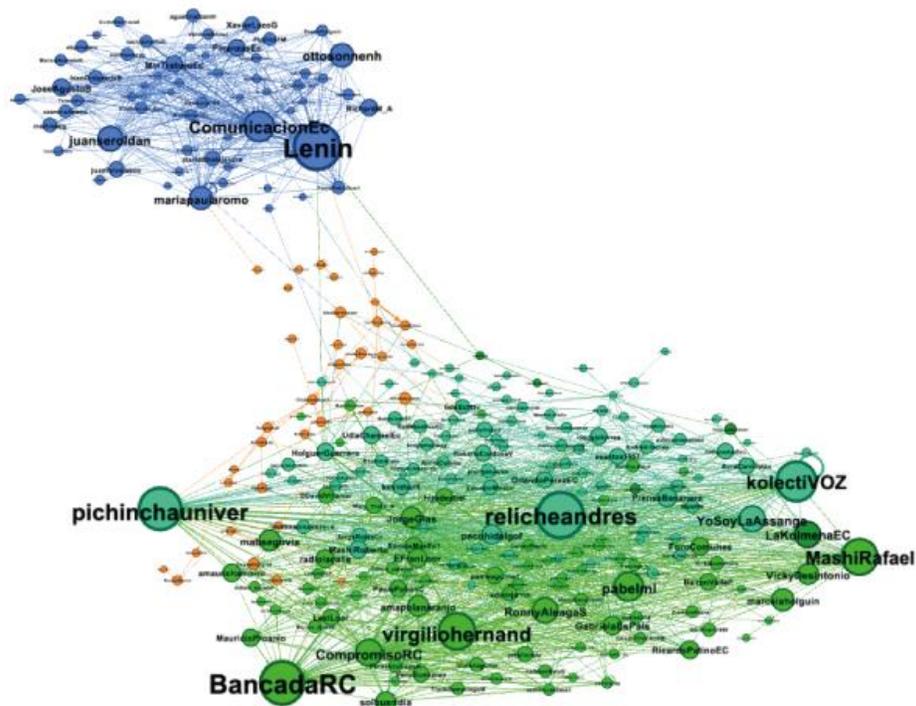


Figura 3 Constelación del Accionar de los Protagonistas del Paro de Octubre de 2019 Nota: Esta figura visualiza los volúmenes de acción entre quienes impulsaban el paro de octubre de 2019. Adaptado de Zerebralab, 2019, Twitter (<https://twitter.com/zerebralab/status/1189594466203639809?s=24>)

Las otras dos anclas son de menor dimensión que la bancada legislativa. La más importante de ellas es la cuenta @pichinchauniversal, que corresponde a la radio del mismo nombre y que es regentada por la Prefectura de Pichincha, cuya titular, Paola Pabón, fue una de las más cercanas colaboradoras de Rafael Correa, y se convirtió en la Prefecta de Pichincha justamente con el apoyo de la maquinaria electoral correísta, y desde su despacho tuvo parte activa en el paro contra el gobierno de Moreno, poniendo a disposición de los manifestantes maquinaria que ayudó a cerrar caminos. La radio de su institución, de mediana audiencia en la provincia de Pichincha, es dirigida por Orlando Pérez, también militante correísta, que durante el gobierno anterior fue director de prensa de la Asamblea Constituyente de Montecristi; luego Asesor de la presidencia de la Asamblea Nacional; Director del oficialista

diario El Telégrafo; colaborador con Telesur, la cadena informativa regional impulsada y financiada en su momento por el gobierno venezolano de Hugo Chávez. Y es así como desde @pichinchauniversal se difundió con intensidad y todo un equipo de trabajo, el mensaje que buscaba un desenlace radical para el fallido intento del gobierno de quitar el subsidio a los combustibles y especialmente el diesel.

Las acciones de Pichincha Universal, semanas después del paro, llevaron a la cárcel temporalmente a la prefecta Paola Pabón, investigada en el marco de una denuncia de intento de golpe de Estado que auspició el gobierno, una vez que se calmaron las aguas.

La tercera ancla fue la cuenta de un periodista antes oficialista, ahora opositor, Andrés Reliche, pero que los analistas dudan que haya podido poner a circular solo la cantidad de retuits que tuvo durante los días críticos. El titular de la cuenta @relicheandres fue comunicador de los medios públicos y trabajó para la Secom, Secretaría de Comunicación del gobierno de Rafael Correa. Desde allí, con su nombre propio, se convirtió en un potente interlocutor de los analistas críticos del gobierno, y un permanente disparador de informaciones, incluso privadas, de comunicadores que generaban malestar al régimen.

Otras cuentas a tener en consideración con la del ex colaborador cercano de Correa, Virgilio Hernández, que también dedicó buena parte de su tiempo a activar contra Moreno en Twitter. Y estuvo momentáneamente detenido también como Pabón y por similares motivos. Y luego también la misma cuenta de Correa, @mashirafael, que desde su autoexilio en Bélgica y a través de sus operadores

digitales, fue también un elemento importante en la estrategia antigubernamental en la web.

En contraposición, con evidente menos fuerza y menor organización, estaba el gobierno (de color azul en el mapa) con la cuenta @lenin, del propio presidente Lenin Moreno, como punta de lanza en defensa de las medidas económicas. Mensajes repetitivos de no dar “marcha atrás” en las medidas y la repetición constante de su sentido patriótico y constitucional. Al final, las conversaciones que pusieron fin a la protesta tuvieron como punto central la derogatoria de las medidas y el inicio de su estudio a posteriori.

Otra cuenta importante fue @comunicaciones y corresponde a la ex Secom y sus filiales, desde donde se repetía también el relato del gobierno en pro del fin del subsidio de los combustibles. Pero con poco eco.

Mejor eco tuvieron, en cambio, las actividades en Twiter de la entonces ministra de Gobierno, María Paula Romo, y del Secretario de la Presidencia, Juan Sebastián Roldán, quienes mantuvieron un tono intenso en sus alocuciones, tanto públicas como digitales. El protagonismo de ambos quedó plenamente en evidencia cuando la presencia de Romo en los diálogos, fue rechazada expresamente por los reclamantes, mientras que Roldán pudo estar hasta el final en la mesa de negociaciones, donde terminó su participación con un llamado a la unidad del país.

Participación más reducida en este combate digital la tuvo el vicepresidente Otto Sonnenholzner, con buenos recursos comunicativos y carisma, pero sin llegar tampoco a los niveles de penetración digital que logró el correísmo.

En medio de todos, e identificados con el color naranja, están sobre todo comunicadores sociales que ejercieron la tarea de opinar, hasta con datos falsos que les fueron inoculados. Muchos de esos comunicadores aparecen en el grupo verde porque el software los confundió al ser su mensaje idéntico al de los correístas, no porque lo sean si no porque no supieron confrontar y verificar las informaciones y las transmitieron tal como les llegaron. Un caso claro fue el de Udla Channel, de la Universidad de Las Américas, cuyos estudiantes cumpliendo tareas de reporteros, no diferenciaron la paja del trigo.

Conclusiones y Recomendaciones

Es claro que el debate político digital en Ecuador no es improvisado: es el producto de una estructura articulada de operadores web que cubren, descubren, crean y transmiten mensajes falsos en un alto porcentaje que buscan una reacción negativa de parte de una audiencia a la que conocen plenamente.

Esta estrategia digital buscó en octubre de 2019 afectar, hasta una fallida caída, al gobierno de Lenin Moreno, utilizando técnicas que el poder no estuvo en capacidad de neutralizar y que por tanto causaron daño en su credibilidad pública. Año y medio después terminaría su mandato con entre el 4% y 11%.

Todo esto fue posible por la condición reactiva del comportamiento humano, que en caso ecuatoriano muestra una notoria ausencia de pensamiento crítico. Y se convierten en presa de manipulaciones en masa.

Ante tal escenario, las recomendaciones posibles tienen que ver con el cierre lo antes posible de la brecha digital, permanente por el alto costo de los productos tecnológicos, cargados de aranceles que pueden encarecer su valor de origen.

Complementario a esto, el cambio urgente de la metodología educativa memorista por la del debate y contrapunto, que tenga mayor presencia de la enseñanza de pensamiento crítico, aún escaso en las aulas nacionales. Un impulso paralelo del aprendizaje de la lógica permitirá mejores audiencias y si se suma la ética, las volverá audiencias responsables y cada vez menos manipulables.

Una legislación básica para delitos digitales urge ser discutida en Ecuador, donde lo que ocurre en internet solo en pocos escenarios logra responsabilidades.

Referencias

- Adorno, T. W. (2006). La personalidad autoritaria (Prefacio, Introducción y Conclusiones). *Empiria Revista de metodología de ciencias sociales*, 0(12), 155.
- Aguñaga, M. (2019). <https://twitter.com/marcelaguinaga>
- Ailes, R. (1993). *Tu Eres El mensaje*. Ediciones Paidós Iberica.
- Álvaro, C. (2016). *Comunicación política en la era digital. Observatorio Ciudadanía Digital*.
- Arendt, H. (2006). *Los Orígenes del Totalitarismo*. Alianza Editorial.
- Asamblea Nacional del Ecuador*. (2019).
<https://www.asambleanacional.gob.ec/es>
- Auge, M. (2021). *Los No Lugares*. Gedisa Editorial.
- Barba y Santiago Nieto, J. D. (2018). *La Política en el siglo XXI. Arte, mito o ciencia*. Debate, Editorial.
- Borja, R. (1997). *Enciclopedia de la política*. Fondo de Cultura Económica.
- Buckels, E. E., Trapnell, P. D., & Paulhus, D. L. (2014). Trolls just want to have fun. *Personality and individual differences*, 67, 97–102.
- Canel, M. (2007). *Comunicación de las instituciones públicas*. Tecnos.
- Castells, M. (2012a). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012b). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de internet*. Alianza Editorial.

- Castro, R., Kuffo, L., & Vaca, C. (2017). Back to #6D: Predicting Venezuelan states political election results through Twitter. *2017 Fourth International Conference on eDemocracy & eGovernment (ICEDEG)*.
- Castro, R., & Vaca, C. (2017). National leaders' twitter speech to infer political leaning and election results in 2015 Venezuelan parliamentary elections. *2017 IEEE International Conference on Data Mining Workshops (ICDMW)*.
- Chu, S. (2018, marzo 4). *Chi-squared test for independence in python*.
Codingdisciple.com. <https://codingdisciple.com/chi-squared-python.html>
- CONAIE. (2019). Conaie.org. <https://conaie.org/>
- Correa, R. (2019). <https://twitter.com/MashiRafael>
- Debord, G. (2002). *La Sociedad del espectáculo*. La Marca.
- Grijelmo, A. (1999). *El estilo del periodista*. Taurus.
- Guzmán, J. (2011). *Actores y Desafíos de la Convivencia Política en América Latina*.
- Hernández, V. (2019). <https://twitter.com/virgiliohernand>
- Holtz-Bacha, C. (2013). *Web 2.0: nuevos desafíos en comunicación política*. Diálogo Político.
- Hurtado, Oswaldo. (2007). *Las costumbres de los ecuatorianos*. Debate, Editorial.
- Hurtado, Owaldo. (2007). *El poder político en el Ecuador*. Debate, Editorial.
- Kapuscinski, R. (2005). *Los cínicos no sirven para este oficio* (3a ed.). Anagrama.
- Moreno, L. (2019). <https://twitter.com/Lenin>
- Morozov, E. (2012). *El desengaño de internet*. Ediciones Destino S.A.
- Muñoz, P. (2019). <https://twitter.com/pabelml>
- Oppenheimer, A. (2018). *¡Sálvese quien pueda!* Debate, Editorial.
- Pabón, P. (2019). <https://twitter.com/PaolaPabonC>

- María, R. (2019). <https://twitter.com/mariapaularomo>
- Philippe, M. (2014). *Politics 2.0. New Forms of Digital Political Marketing and Political Communication*. Trípodos Barcelona.
- Pinker, S. (2000). *Cómo funciona la mente*. Ediciones Destino S.A.
- Portal - intersri - Servicio de Rentas Internas*. (s/f). Gob.ec. Recuperado el 14 de noviembre de 2021, de <https://www.sri.gob.ec/web/intersri/home>
- Radio Pichincha*. (2019). Com.ec.
<http://www.pichinchacomunicaciones.com.ec>
- Reguillo, R. (2012). *Culturas juveniles. Formas políticas del desencanto*. Editores Siglo XXI de España.
- Reliche, A. (2019). <https://twitter.com/relicheandres>
- Rivera Costales, J. (2014). Rafael Correa y las elecciones 2006. Inicios del Marketing y Comunicación política digital en Ecuador. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 126. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i126.271>
- Rodrigo, J. A. (s/f). *ANOVA análisis de varianza para comparar múltiples medias*. Cienciadedatos.net. Recuperado el 14 de noviembre de 2021, de https://www.cienciadedatos.net/documentos/19_anova
- Rodriguez, D. (2013). *Memecracia: Los virales que nos gobiernan*. Gestión 2000.
- Roldán, J. (2019). <https://twitter.com/juanseroldan>
- Slattery, B. (2011). Trolls: The Psychology Behind the Rants. *PC World*.
https://www.pcworld.com/article/242526/internet_trolls_the_psychology_behind_the_rants.html

- To, S. S. (s/f-a). *Chi-Square Statistic: How to Calculate It / Distribution*. Statistic Show to. <https://www.statisticshowto.com/probability-and-statistics/chi-square/x>
- To, S. S. (s/f-b). Statistic Show to. <https://www.statisticshowto.com/probability-and-statistics/hypothesis-testing/anova/>
- Towards Data Science. (2021). *ANOVA Test, with Python*. Towards Data Science. <https://towardsdatascience.com/anova-test-with-python-cfbf4013328b>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science (New York, N.Y.)*, 359(6380), 1146–1151.
- Vowe, G., & Henn, P. (Eds.). (2015). *Political communication in the online world: Theoretical approaches and research designs*. Routledge.
- Watts, D. (2011). *Seis grados de separación: La ciencia de las redes en la era del acceso*. Paidós.
- Zerebralab. (2019). Zerebralab. <https://twitter.com/ZerebraLab>
- (2019a). <https://www.eluniverso.com/>
- (2019b). <https://www.expreso.ec/>
- (2019c). <https://www.eltelegrafo.com.ec/>
- (2019d). <https://www.elcomercio.com/>
- (2019e). Ecuador en cifras. www.ecuadorencifras.gob.ec
- (2019f). <https://twitter.com/kolectiVOZ>
- (2019g). Secretaría de Comunicación del Ecuador. www.comunicacion.gob.ec
- (2019h). Universidad de Las Américas. <https://twitter.com/UDLAEcuador>.
- (2021). Massachusetts Institute of Technology. <http://https://www.mit.edu/>

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Gustavo Alberto Cortez Galecio**, con C.C: # 0910370998 autor(a) del trabajo de titulación: “Criterios Noticiables en el Debate Político Digital de Ecuador en el Paro de Octubre de 2019” previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN GERENCIA POLÍTICA, GOBERNANZA Y GOBERNABILIDAD** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 16 de agosto del 2021

f. _____

Nombre: **Gustavo Alberto Cortez Galecio**

C.C: 0910370998

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

| | | | |
|---|--|---|----|
| TÍTULO Y SUBTÍTULO: | Criterios Noticiables en el Debate Político Digital de Ecuador en el Paro de Octubre de 2019 | | |
| AUTOR(ES) (apellidos/nombres): | Gustavo Alberto Cortez Galecio | | |
| REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres): | Vicente Paul Armijos Tandazo | | |
| INSTITUCIÓN: | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil | | |
| UNIDAD/FACULTAD: | Sistema de Posgrado | | |
| MAESTRÍA/ESPECIALIDAD: | Maestría en Gerencia Política, Gobernanza y Gobernabilidad | | |
| GRADO OBTENIDO: | Magíster En Gerencia Política, Gobernanza Y Gobernabilidad | | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: | 16 de agosto del 2021 | No. DE PÁGINAS: | 34 |
| ÁREAS TEMÁTICAS: | Fortalecimiento de la Democracia y Participación Ciudadana | | |
| PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS: | Tendencias, Trolls, Meme, Audiencias, Fake News, Caos, Poder, Criterios De Noticiable, TIC. | | |
| RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): | | | |
| <p>La presente investigación analiza los motivos del comportamiento político de ejércitos de servidores digitales que apoyan una tendencia y forma de gobernar en detrimento de otra, a la que están dispuestos a empujar al caos de la abrupta terminación de un mandato, pese a las graves consecuencias que eso produce. Se realiza mediante el estudio de un caso: la actividad de los autodenominados “guerreros digitales” en el paro nacional cumplido en Ecuador entre el 3 y el 11 de octubre de 2019, en contra de las medidas económicas del Presidente de la República Lenin Moreno, en especial el alza del precio de los combustibles a parámetros internacionales. Este estudio transversal enfoca la predisposición de la sociedad ecuatoriana a ser receptora de numerosas informaciones falsas (fake news) que logran movilizaciones humanas y violencia, a través de la data que se genera en el principal escenario digital que utilizan para esos fines, Twitter. El estudio considera que la falta de un mensaje claro desde el poder vuelve a las audiencias inconformes terreno fértil para quienes distorsionan la realidad a su favor, mediante las redes sociales.</p> | | | |
| ADJUNTO PDF: | <input checked="" type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO | |
| CONTACTO CON AUTOR/ES: | Teléfono: ++593-9-99622112 | E-mail: gustavocortezgalecio@gmail.com | |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN: | Nombre: Olilia Carlier | | |
| | Teléfono: +593-4-3804600 | | |
| | E-mail: maestria.gerenciapolitica@cu.ucsg.edu.ec | | |
| SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA | | | |
| Nº. DE REGISTRO (en base a datos): | | | |
| Nº. DE CLASIFICACIÓN: | | | |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web): | | | |