



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

Estudio de la difusión de noticias mediante la red social twitter y su impacto en la  
sociedad. Caso Posorja.

**AUTOR:**

León Tandazo, Marcel Moisés

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de**

**Licenciado en Comunicación y Periodismo**

**TUTOR:**

Castaño Oliva, Rafael

**Guayaquil, 18 de marzo del 2019**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **León Tandazo Marcel Moisés**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Comunicación y Periodismo**.

**TUTOR**

f. \_\_\_\_\_

**Castaño Oliva, Rafael**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Luna Mejía, Efraín Alfonso, Mgs**

**Guayaquil, 18 de marzo del 2019**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, León Tandazo, Marcel Moisés**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Estudio de la difusión de noticias mediante la red social twitter y su impacto en la sociedad. Caso Posorja**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación y Periodismo**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 18 de marzo del 2019**

**AUTOR**

f. \_\_\_\_\_

**León Tandazo, Marcel Moisés**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, León Tandazo Marcel Moisés

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de la difusión de noticias mediante la red social twitter y su impacto en la sociedad. Caso Posorja**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 18 de marzo del 2019**

**AUTOR:**

f. \_\_\_\_\_

**León Tandazo, Marcel Moisés**



## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios y a mis padres por haber tenido la oportunidad de estudiar. Por haberme apoyado en este largo proceso de formación profesional, para contribuir al desarrollo del Ecuador. Y ser una mejor persona.

Cuando nos proponemos metas, y las alcanzamos, inspiramos a otros a que cumplan sus sueños, para que tengan la certeza que si se esfuerzan y pagan el precio lograrán todo lo que se propongan alcanzar en su vida. Las nuevas generaciones aprovecharán los consejos de los que los precedieron en la vida. Y que mejor ser una fuente de luz, para que motive a los jóvenes a explotar su potencial y desarrollar todos sus talentos al servicio de la humanidad.

Agradecido con la vida, por las oportunidades presentadas de servir y que mejor que estar capacitado profesionalmente para dar lo mejor a mi pueblo. Y ser el primer periodista Paltense graduado en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

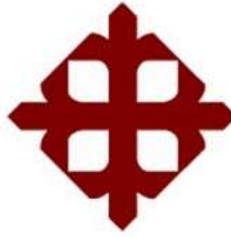
Si tengo la oportunidad de ser Concejal este 24 de Marzo del 2019, y posteriormente Alcalde de Paltas, estaré preparado para servir de manera eficiente y diligente, con responsabilidad social y con una mirada humanista.

León Tandazo Marcel Moisés

## **DEDICATORIA:**

Dedicada a la flor  
más hermosa del  
jardín de Dios, Mi  
Madre.

León Tandazo Marcel Moisés



**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Castaño Oliva, Rafael**

TUTOR

f. \_\_\_\_\_

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. \_\_\_\_\_

OPONENTE





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Calificación**

---

**Castaño Oliva, Rafael**

TUTOR

## ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	X
RESUMEN .....	XIV
ABSTRACT .....	XV
INTRODUCCIÓN .....	2
EL PROBLEMA.....	3
1.1. Planteamiento del hecho científico o situación problemática.....	3
1.2. Formulación del problema de investigación.....	4
1.3. Justificación de la investigación.....	4
1.4. Línea de Investigación.....	5
1.4.1. La trascendencia y relevancia para la academia.....	5
1.4.2. Relevancia para los involucrados .....	5
1.4.3. Importancia para la sociedad.....	5
1.5. Hipótesis.....	6
1.6. Objetivos del proyecto .....	6
1.6.1. Objetivo general.....	6
1.6.2. Objetivos específicos.....	6
CAPÍTULO 2.....	8

MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Antecedentes .....	8
2.2. Marco Teórico.....	10
2.2.1. Contenidos característicos en redes sociales.....	10
2.2.2. Audiencia en redes sociales .....	11
2.2.3. Requisitos para consolidar una audiencia .....	11
2.2.4. Red interactiva.....	12
2.2.5. Autocomunicación de masa y contrapoder .....	12
2.2.6. Movimientos sociales.....	13
2.2.7. La gran convergencia .....	13
2.2.8. Medios sociales y la web 2.0 .....	14
2.2.9. Difusión de noticias mediante internet .....	15
2.2.10. Innovación tecnológica .....	16
2.2.11. Audiencias.....	16
2.3. Marco Legal.....	17
2.3.1. Constitución de la República del Ecuador .....	17
2.3.2. Ley de Comunicación .....	18
2.3.3. Reglamento general a la ley orgánica de comunicación.....	19
2.3.5. La Ley Orgánica de Participación Ciudadana.....	21
Art. 10.- Democracia electrónica, que establece que:.....	21
CAPÍTULO 3 .....	22

METODOLOGÍA.....	22
3.1. Enfoque metodológico.....	22
3.2. Diseño de investigación.....	22
3.3. La muestra y el tipo de muestreo. ....	23
3.4. Cobertura y localización .....	24
CAPÍTULO 4 .....	25
RESULTADOS Y ANÁLISIS .....	25
4.1. Tablas comparativas de noticias publicadas mediante la red social twitter .....	39
4.1.1. Análisis de las tablas comparativas de la Semana del 10 al 14 de octubre 2018 .....	41
4.1.2. Análisis de las tablas comparativas de la Semana del 15 al 21 de octubre del 2018 .....	41
4.1.3. Análisis de las tablas comparativas de la Semana del 22 octubre al 28 de octubre del 2018 .....	41
4.1.4. Análisis de las tablas comparativas de la Semana del 29 de octubre al 4 de noviembre del 2018.....	41
4.1.5. Análisis de las tablas comparativas de la Semana del 5 de Noviembre al 10 de noviembre del 2018.....	42
4.2. Resultados de las entrevistas.....	42
4.3. Análisis de las entrevistas.....	45
ANEXOS .....	58

1 ¿Cuál debería ser el perfil profesional de una persona que maneja las redes sociales de un medio de comunicación ? .....	58
2 ¿Qué experiencia debe tener la persona encargada de manejar las redes de un medio de comunicación ? .....	58
4 ¿Quién es el principal responsable en un medio de comunicación sobre las noticias que difunden en sus redes? .....	58
5 ¿Debe el Community Manager verificar la información que le piden que publiquen o deberían dársela ya verificada ? .....	58

## RESUMEN

Este estudio de titulación analiza el impacto de la difusión de una noticia o contenido publicado mediante la red social (twitter) y que fueron publicados durante el período del 10 de octubre al 10 de noviembre del 2018, cuyo contenido fue enfocado en la noticia mediática del caso Posorja y el linchamiento de tres presuntos delincuentes vinculados con el secuestro de niños de la localidad de Posorja.

El análisis se basó en el estudio de la interacción de las publicaciones basadas en la noticia del caso Posorja y las impresiones de aquellos post y métricas de twitter, con contenido referente al mismo tema durante el período antes mencionado. Se realizó un monitoreo de las estadísticas en cuanto al alcance, difusión e interacción y luego se procedió a mostrar los datos mediante tablas comparativas de excel.

Concluyendo que la difusión de una noticia en la red social específicamente twitter tiene un impacto negativo en la sociedad de Posorja objeto de este estudio, y las publicaciones cuentan con una gran credibilidad en la mayoría de sus casos, no se realiza un análisis de la fuente de la noticia solo se comparte, no existe una cultura de responsabilidad en cuanto a manejo de publicaciones de contenidos.

**Palabras claves:** *redes sociales, twitter, periodismo, periodismo digital, audiencias, difusión.*

## ABSTRACT

This degree study analyzes the impact of the diffusion of a news or content published through the social network (twitter) and that were published during the period from October 10 to November 10, 2018, whose content was focused on the news media coverage of the Posorja case and the lynching of the alleged criminals linked to the kidnapping of children in the town of Posorja.

The analysis was based on the study of the interaction of the publications. Statistics were monitored in terms of scope, dissemination and interaction and then processed to show the data through comparative excel tables.

The diffusion of a news in the social social network twitter has a negative impact on the society of Posorja object of this study, and the publications have a great credibility in most of the cases, there is no analysis of the source. a culture of responsibility in the management of content publications.

**Keywords:** social networks, twitter, journalism, digital journalism, audiences, dissemination.

## INTRODUCCIÓN

Este estudio se desarrolló con el fin analizar el impacto de la difusión de información mediante la red social twitter con la utilización de las herramientas tecnológicas, tomando como caso de investigación al hecho de linchamiento de tres personas, acontecido en la ciudad de Posorja, Provincia del Guayas, dejando como consecuencia tres personas fallecidas y daños materiales en las instalaciones del Destacamento policial donde se encontraban retenidos los acusados de haber intentado secuestrar a niños de esa localidad.

El rumor empezó a través de whatsapp, llegándose a difundir mediante Instagram y Facebook, lo que originó el movimiento de masas que organizaron el linchamiento de los supuestos secuestradores. Para este estudio se llevó a cabo una investigación experimental mediante un estudio exploratorio de tipo indagación, con instrumentos como tuits y comentarios personales de los usuarios, periodistas, políticos e instituciones públicas para conocer las preferencias y opiniones acerca del hecho acontecido en la ciudad de Posorja y la aceptación de las noticias e información publicada a través de su red social personal de twiteer.

Se realizó una tabla comparativa con los datos de publicaciones de diferentes medios digitales a través de su red social twitter.

El análisis obtenido de los tuits tuvo como resultado la afirmación de nuestra hipótesis, descrita en el desarrollo del documento en el capítulo 1.



## **CAPÍTULO 1**

### **EL PROBLEMA**

#### ***1.1. Planteamiento del hecho científico o situación problemática***

El principal problema se basa en la falta de veracidad y políticas para la publicación de un contenido en redes sociales, a pesar que existen leyes y reglamentos para la difusión de contenido de información, no son socializadas para el conocimiento general. Un ejemplo claro de esto fue lo sucedido en la ciudad de Posorja con la difusión de una noticia mediante las herramientas tecnológicas que terminó en el linchamiento de tres personas.

Este trabajo de titulación, pretende realizar un análisis en cuanto a las políticas de publicación de contenidos de la red social twitter y la difusión de una noticia mediante estas herramientas tecnológicas y el rol que cumple la sociedad en dicho objetivo, para este análisis se tomó como ejemplo el caso Posorja, como la difusión de una noticia concluyó en el linchamiento de tres personas.

Esta investigación puede aclarar si el contenido de las publicaciones difundidas mediante la red social (twitter) , son realizadas con cultura de responsabilidad, para esto se llevó el análisis de publicaciones realizadas en el periodo de 10 de octubre al 10 de noviembre del 2018.

## **1.2. Formulación del problema de investigación**

¿Cómo la difusión de una noticia mediante publicaciones en redes sociales puede llegar a generar un impacto en la sociedad de la ciudad de Posorja?

## **1.3. Justificación de la investigación**

En la actualidad las plataformas de internet han permitido a las personas el acceso a todo tipo de contenido. Su creación y difusión ha dejado de estar controlada y condicionada por los medios tradicionales (radio, televisión, medios impresos, etc.). Ahora, además de ser consumidores, los usuarios han tomado parte del control en la generación del mismo como parte de la versatilidad que le ofrecen las nuevas plataformas.

A pesar de brindar muchos beneficios, también han florecido fenómenos de internet con efectos no necesariamente positivos para las sociedades. Un claro ejemplo es el Caso Posorja, con el linchamiento de 3 personas como consecuencia de un rumor difundido mediante redes sociales.

Esta investigación establece recomendaciones y el alcance que obtuvieron las publicitaciones realizadas con el #CasoPosorja en la red social de twitter mediante la medición de las métricas en el período de un mes, y su impacto difundido en la sociedad de Posorja, con la problemática del linchamiento de tres personas como conclusión de la no veracidad de su contenido.

Un comentario sin sustento puede implicar una violación a derechos de terceros, un atentado a la dignidad de las personas o afectar la reputación de una institución; todo ello puede poner en riesgo la estabilidad laboral de quien escribe.  
(Maraboto,2014)

## **1.4. Línea de Investigación**

Ciudadanía, Medios y Veeduría Social

### **1.4.1. La trascendencia y relevancia para la academia**

La explosión tecnológica no había eliminado la capacidad humana de cometer errores. ("**La doctora Cole**" (1996), **Noah Gordon**).

El actual estudio nos brinda una vista del panorama real en cuanto al desconocimiento de la cultura virtual de los medios de comunicación digitales de la ciudad de Posorja, y la falta de responsabilidad al momento de publicar una información mediante la red sociales.

### **1.4.2. Relevancia para los involucrados**

Este estudio nos permite evidenciar que los medios de comunicación digitales deben basarse en una estricta utilización y propagación de publicaciones en portales digitales, así como es de vital relevancia que se cumpla con las leyes de comercio electrónico y respetar la propiedad intelectual.

### **1.4.3. Importancia para la sociedad**

La sociedad ecuatoriana será beneficiada con la realización de un análisis de la difusión y publicación de contenido mediante herramientas digitales con el fin de empezar a crear una cultura digital para la investigación y verificación de dicho contenido.

- La difusión de contenido periodístico en redes sociales no contiene la estructura de información veraz.
- No se ejecuta un órgano regulador para la publicación de noticias en redes sociales.

- La credibilidad del contenido en redes sociales en la sociedad.
- Escaso conocimiento de las leyes y reglamentos de la ley de comercio electrónico.

### **1.5. Hipótesis**

La desinformación mediante la herramienta digital y la difusión de noticias en la red social (twitter) generó un impacto negativo en Posorja, por la irresponsabilidad con la que se maneja el contenido de dichas publicaciones.

### **1.6. *Objetivos del proyecto***

#### **1.6.1. Objetivo general**

Analizar el impacto que generó el consumo de noticias por medio de la red social twitter en la población urbana de Posorja y el impacto de estas noticias en la población.

#### **1.6.2. Objetivos específicos**

- Caracterizar el estilo de redacción que utilizaron los medios de comunicación tradicional en su red social twitter para captar la atención de las audiencias en el Caso Posorja.

- Determinar el tipo de interacción de la población de Posorja tras leer la noticia a través de la red social (twitter) en el período de un mes del 10 de octubre hasta el 10 de noviembre del 2018.
- Jerarquizar la importancia del perfil de un periodista digital y sus funciones como Community Manager, mediante entrevistas a Profesionales de la Comunicación.

## **CAPÍTULO 2**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes**

Autores como Lariscy y otros (2009) recuerdan que aún son pocos los investigadores que emprenden estudios sobre el uso que los periodistas hacen de los medios sociales entendidos en su conjunto, y no desde enfoques parciales centrados en blogs, comentarios, microblogging o cualquiera de las vertientes que componen el carácter social de la Web. Teniendo en cuenta esta carencia y aunque el presente trabajo bien podría entenderse como una investigación parcial más, el hecho de elegir como objeto de estudio el ámbito de las redes sociales no es aleatorio. (Noguera, 2010)

Por estos motivos, con el fin de diseñar estrategias eficaces para promover la integración de las redes sociales en el ámbito del periodismo en la Red, es necesario realizar una fotografía significativa del panorama actual, resaltando qué acciones y contenidos pueden redundar en un claro valor añadido de los medios de comunicación para sus públicos en estos nuevos espacios. Como primer paso ineludible, conviene señalar entonces qué se está realizando en estos momentos en las redes sociales (Noguera, 2010)

Entre las nuevas generaciones se impone un modelo de consumo basado en la información fragmentada, compuesta de “retazos de realidad de unos pocos bits, noticias que en segundos se difunden en el mundo interconectado para hacerse un eco durante también apenas unos segundos en el magma de información en el que vivimos” (Cerezo, 2008). (Noguera ,2010)

La construcción de redes de comunicación autónomas para desafiar el poder de la industria globalizada de los medios de comunicación y de los medios controlados por el gobierno y las empresas. Como ha sido el caso en Italia con las emisoras de radio piratas y la televisión de calle (por ejemplo, Tele Orfeo), que se nutren de material audiovisual vía redes de P2P y alimentación RSS, para contrarrestar el monopolio de Berlusconi sobre las redes de televisión privadas y públicas. O la extensión de televisiones de distritos activistas como Zalea TV en París, Okupem les Ones en Barcelona, TV Piquetera en Buenos Aires y otras numerosas experiencias similares en todo el mundo.(Castells,2012)

El INEC (2015), señala que en escala mundial tiene más de 1 350 millones de usuarios activos, y es así que esta red social permite a los consumidores digitales a compartir imágenes, mensajes, noticias y más.

La correlación que existe en redes sociales y la recepción de noticias es cada vez más reducido, transformándose en una evolución en el que se implican paralelamente tanto los medios de comunicación como las audiencias (Segado, Díaz, & Soria, 2015 p. 34)

“ Las plataformas de información convencionales están usando ciertos canales (como los social media) para que su alcance sea más disperso y llegue a otras poblaciones y trascienda fronteras , ya que el receptor tiene la potestad de elegir la clase de información que va a receptor, y pueden decidir en que plataforma verlo, y en que franja horaria lo realizará”. (Páez, Padilla, & Castaño, 2017)

En el presente las plataformas de comunicación ya no se parecen en nada a las ideas de antaño que cualquiera pudiese tener. Las formas de consumo de información han cambiado, y han generado hábitos de lectoría por medio de las redes sociales, con el fin de tener una mayor acogida y lograr una mejor aceptación pública. (Merino, Lloves, & Pérez, 2013, p. 845)

## **2.2. Marco Teórico**

### **2.2.1. Contenidos característicos en redes sociales**

Según Randi Zuckerberg, responsable de diseñar relaciones entre Facebook y los medios de comunicación, desde un prisma global y más allá de la actividad individual de cada usuario en su perfil, lo que las personas están realizando en la plataforma es mucho más amplio e importante que estar atentos a lo que publican los medios. “Los usuarios de Facebook se unen a grupos para debatir las cuestiones, temas y actividades que son importantes para ellos. Se convierten en seguidores de los famosos, marcas, personalidades públicas y empresas” (O`Connor, 2009). (Noguera,2010).

Todo ello, a la vez que actualizan con aplicaciones, contenidos y noticias. Por tanto, el debate sobre la información de actualidad puede considerarse algo inherente a todas las redes sociales generalistas y agregadoras de contenidos, y se producirá al margen de que los medios quieran participar en él o no. Por eso, queda a éstos la obligación de diseñar estrategias globales de actuación en estas redes, más allá de por simple “moda”, para integrarlo en sus rutinas redaccionales con múltiples objetivos: captación de fuentes, retroalimentación de la Última Hora publicada, creación de espacios de autoría múltiple, rastreo y seguimiento de conversaciones, establecer puntos de contacto con la audiencia, etc.(Noguera,2010)



### **2.2.2. Audiencia en redes sociales**

Las redes, con su comportamiento y sus audiencias, han convencido a los medios de que no pueden alcanzar a nuevos públicos si no renuncian a la equivocada premisa de mantener al lector, literalmente, bajo sus dominios en la Web. Como recuerda Randi Zuckerberg, “cada vez veo más empresas que comprenden la importancia de permitir a la gente consumir contenidos cualquiera que sea el lugar donde éstos se encuentren en la Web, y no sólo aquellos que estén en sitios de la compañía” (O’Connor, 2009).

La guerra por la audiencia en el ciberperiodismo incluye una batalla por ser los mejores prescriptores, y la presencia de contenido externo al sitio se emplea para recoger lo mejor de la Red, allá donde esté. Al respecto, el papel de estas redes es clave para los medios, ya que “los nuevos prescriptores serán los nodos mejor interconectados, el acceso y la transmisión de la información en el futuro estará muy vinculada a cómo se comporten y evolucionen las redes sociales” (Noguera, 2010)

### **2.2.3. Requisitos para consolidar una audiencia**

Según Tíscar Lara (2008), existen cinco requisitos que los medios deben cumplir si quieren consolidar sus redes sociales entre la audiencia:

- Conectividad: desarrollar una relación de proximidad no sólo a partir del diálogo, sino también de contextos comunes que generen la suficiente confianza como para que los lectores diseñen sus propias redes y colaboraciones.

- Servicio: superar la oferta informativo con productos adaptados para integrarse en los procesos informativos de medios ciudadanos (widgets, liberaciones de código, aplicaciones para Facebook...).

- Participación: ésta debe ser abierta y de calidad, lo que implica establecer canales de retorno y ser ubicuos, con prácticas más relacionadas con la apertura de formatos y licencias que con la idea de “encerrar” a los usuarios.

- Orientar y dinamizar: la mera habilitación de tecnología que permite la participación no significa que ésta sea de calidad. Si el medio quiere un verdadero criterio social crítico debe dinamizarlo y gestionarlo, con el nuevo rol de mediador entre públicos y profesionales que se le presupone a todo medio de comunicación.

- Gestión del conocimiento: La mencionada gestión implica un esfuerzo por poner en valor aquellas aportaciones de calidad, diseñando incluso espacios de contacto entre aquellos miembros de la comunidad más motivados y activos.

#### **2.2.4. Red interactiva**

Las radios y canales de televisión locales, grupos autónomos de producción y distribución de video, redes de P2P, blogs y podcasts constituyen una variopinta red interactiva que conecta el movimiento consigo mismo, conecta a los actores sociales con la sociedad en conjunto y actúa sobre toda la esfera de manifestaciones culturales. Además, los movimientos, en su amplia diversidad, también echan raíces en sus vidas locales y en la interacción cara a cara. Y cuando actúan, se movilizan en lugares específicos, reflejando a menudo las sedes de las instituciones de poder, como cuando plantan cara en las reuniones de la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Fondo Monetario Internacional (FMI) o el G8 en las localidades de los encuentros. (Castells, 2012)

#### **2.2.5. Autocomunicación de masa y contrapoder**

Por contrapoder entiendo la capacidad de los actores sociales para desafiar y finalmente cambiar las relaciones de poder institucionalizadas en la sociedad. En todas las sociedades conocidas, existe el contrapoder bajo diferentes formas y con intensidad variable, como una de las pocas leyes naturales de la sociedad, verificada a lo largo de la historia; afirma que donde quiera que haya dominación existe una

resistencia a la dominación, ya sea política, cultural, económica, psicológica o de otra índole.(Castells,2012)

### **2.2.6. Movimientos sociales**

Los movimientos sociales constituyen un rasgo permanente de la sociedad. Pero adoptan valores y asumen formas organizativas que son específicas al tipo de sociedad en el que se desarrollan. Así, en el mundo existe una gran diversidad cultural y política. Al mismo tiempo, como las relaciones de poder actualmente se estructuran en una red global y se agotan en el ámbito la comunicación socializada, los movimientos sociales también actúan en la estructura de esta red global y participan en la batalla por la opinión interviniendo en el proceso de comunicación global. Piensan de forma local, arraigados en su sociedad, y actúan de forma global, haciendo frente al poder donde estén quienes lo ostentan, en las redes mundiales de poder y en la esfera de la comunicación (Juris, 2004; Couldry y Curran, eds., 2003).

### **2.2.7. La gran convergencia**

Las relaciones de poder en el nuevo espacio de la comunicación. La distinción entre medios de comunicación masiva y la autocomunicación de masa tiene un valor analítico, pero sólo con la condición de añadir que ambos interactúan en la práctica de la comunicación, al tiempo que convergen las tecnologías de la información y la comunicación. Las empresas de medios de comunicación pretenden posicionarse en el ámbito de la comunicación a través de Internet; los principales medios de comunicación establecen vínculos directos con la red de comunicación horizontal y con sus usuarios, pasando así a ser menos unidireccional en sus flujos de comunicación, al tiempo que exploran de forma implacable la blogosfera para seleccionar temas y cuestiones de interés potencial para su audiencia; los actores

que luchan por el cambio social con frecuencia usan la plataforma de Internet como una forma para influir en la agenda informativa de los principales medios de comunicación. (Castells,2012)

“Social Media es para mí lo que para Picasso eran los cuadros, un medio de expresión capaz de crear cambio en las personas y a su alrededor”. Isra García

### **2.2.8. Medios sociales y la web 2.0**

Este nuevo ambiente informativo es el resultado de dos procesos clave: el aumento del número de actores que intervienen en la cadena de producción de noticias y los cambios en el flujo informativo. Éstos últimos se concretan en cuatro aspectos esenciales: la aceleración en la difusión de noticias, el aumento de la flexibilidad en su distribución a través de múltiples plataformas, la abundancia comunicativa con la siguiente fragmentación de la audiencia y la expansión global de la información.( Feenstra,2012)

“El consumidor actual es alguien que está conectado o a punto de conectarse”  
Andy Satalman.

Internet ha incrementado extraordinariamente la rapidez de circulación de las noticias (McNair, 2003), que se diseminan instantáneamente y de forma viral a través las redes sociales, como Twitter (Hermida, 2010; Heinrich, 2010). En este contexto, la cobertura informativa se produce en tiempo real y los medios digitales actúan con una lógica de actualización constante de las noticias instaurando un ciclo de noticias ininterrumpido (Karlsson y Strömbäck, 2010; Phillips, 2011).

### **2.2.9. Difusión de noticias mediante internet**

La proliferación de espacios sociales en Internet ha provocado que los ciudadanos cuenten con instrumentos tecnológicos que les posibilitan no sólo consumir sino también producir noticias. Cualquier individuo puede convertirse en generador de mensajes que pueden llegar a una audiencia global. Emerge, así, la autocomunicación de masas (Castells, 2009) que ofrece más oportunidades a los ciudadanos para expresar autónomamente su punto de vista y contribuir al flujo informativo (Stanyer, 2008). Éstos comparten noticias e intervienen en el debate público desplegando una polifonía de voces en la esfera pública (Casero-Ripollés, 2010).

La difusión de noticias de muchos-a-muchos (many-to-many) frente a la transmisión de uno-a-muchos (one-to-many), la transparencia frente a la opacidad, la accesibilidad frente a la exclusividad, la Nuevas formas de producción de noticias en el entorno digital... por Ramón Andrés Feenstra y Andreu Casero-Ripollés 132 investigaciones interactividad frente a la pasividad y la competición frente al dominio. La inestabilidad y la interdependencia gobiernan este nuevo ambiente informativo definido por la incertidumbre (Lowrey y Gade, 2011). El periodismo se ve abocado, así, a una alteración y redefinición de las relaciones de poder y a una disolución de las líneas divisorias existentes (Williams y Delli Carpini, 2011). La supresión de las fronteras conecta con el proceso de convergencia digital (Jenkins, 2006; Dupagne y Garrinson, 2007; Deuze, 2007; Masip et al., 2010) que está modelando el panorama informativo. En este contexto, el periodismo asume un creciente carácter líquido (Deuze, 2008) y opera en un escenario más abierto. Esto da lugar a la aparición de un sistema de noticias híbrido (Chadwick, 2011), basado en la mezcla entre viejos y nuevos medios (Fenton, 2010). (Feenstra,2012)

### **2.2.10. Innovación tecnológica**

La innovación tecnológica ha hecho posible el empoderamiento del público (Jenkins, 2006). Los ciudadanos están empezando a convertirse en actores activos del proceso informativo ya que pueden suministrar noticias a los medios, cuya plasmación son el periodismo ciudadano y los contenidos generados por el usuario (Hermida y Thurman, 2008). Incluso, pueden contestar, monitorizar o vigilar la cobertura informativa de un acontecimiento realizada por los medios convencionales (Schudson, 1998; Deuze, 2008; Keane, 2009; Casero-Ripollés, 2010; Feenstra, 2012). La intervención de la audiencia asume, así, una doble dimensión: por un lado, le resulta factible intervenir en las noticias (comentando, contestando, etc.) y, por otro, puede participar en la producción de noticias como proveedor de noticias (Carpentier, 2011).

“Lo que la gente dice de ti será la métrica más importante en el futuro” Shiv Singh.

### **2.2.11. Audiencias**

Las páginas web tienen una fuerte conexión con las audiencias, tanto por la información que transmiten y la pro actividad que existen en estos medios digitales, por esto, los autores Lázaro Echegaray y Carmen Peñafiel, en su libro *La utilización de las redes sociales como nuevas herramientas aplicadas al análisis de audiencia*, expresan que “las redes sociales y otros canales de expresión existentes en internet se presentan como plataformas interactivas ideales para poder acceder al discurso de valoración que sobre contenidos y marcas hacia una audiencia” (Echegaray & Peñafiel, 2013, p. 158).

Lo que se observa hoy en día en los medios de comunicación social es el reflejo de la ciudadanía medida y basada en el *rating*, porque los medios necesitan sostenerse y generar contenidos de acuerdo al ámbito de la sociedad. Además, el Art. 60 de la Ley Orgánica de Comunicación identifica y clasifica los tipos de contenidos en: informativos, de opinión, formativos/educativos/culturales, entretenimiento, deportivos y publicitarios “con el fin de que la audiencia pueda decidir informarse sobre la programación de su preferencia” (LOC, 2013, p. 22).

## **2.3. Marco Legal**

### **2.3.1. Constitución de la República del Ecuador**

La Carta Magna del Ecuador actualizada en el año 2008, plasma todos los deberes y derechos que tienen los ciudadanos nacidos en este país, en varios apartados hace referencia al libre acceso a la información como derecho, sobretodo en la Sección tercera: Comunicación e Información, artículo 16 y 17.

**Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:**

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación. (Asamblea Constituyente, 2008).

**Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:**

Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. (Asamblea Constituyente, 2008).

**2.3.2. Ley de Comunicación**

Otra normativa que declara como derecho de los ecuatorianos el libre acceso, producción y difusión de información es la Ley Orgánica de Comunicación o LOC, la cual todo medio está en obligación de cumplir. Esta a su vez se desglosa en un reglamento general que norma la comunicación en el ámbito digital.

**Art.- 29.- Libertad de información:** Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo. Esta libertad solo puede limitarse fundadamente mediante el establecimiento previo y explícito de causas contempladas en la ley, la Constitución o un instrumento internacional de derechos humanos, y solo en la medida que esto



sea indispensable para el ejercicio de otros derechos fundamentales o el mantenimiento del orden constituido. Toda conducta que constituya una restricción ilegal a la libertad de información, será sancionada administrativamente de la misma manera que esta Ley lo hace en los casos de censura previa por autoridades públicas y en los medios de comunicación, sin perjuicio de las otras acciones legales a las que haya lugar. (El Telégrafo, s.f.).

### **2.3.3. Reglamento general a la ley orgánica de comunicación.**

#### ***Capítulo I OBJETIVO Y DEFINICIONES***

**Art. 2.- Contenidos en internet:** Están excluidos del ámbito de regulación y control administrativos los contenidos que formulen los ciudadanos y las personas jurídicas en sus blogs, redes sociales y páginas web personales, corporativas o institucionales. (Control Sanitario, s.f.).

**Art. 3.- Medios en internet:** Son también medios de comunicación aquellos que operen sobre la plataforma de internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuyan contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación establece para los medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de dicha Ley. (Control Sanitario, s.f.).

**Art. 4.- Actividad comunicacional:** Para efectos regulatorios, se entenderá por actividad comunicacional exclusivamente a aquellas actividades que realizan los medios de comunicación social definidos como tales en el artículo 5 de la Ley Orgánica de Comunicación. (Control Sanitario, s.f.).

**Art. 5.- Actividades conexas:** En uso de sus respectivas plataformas tecnológicas, las empresas de comunicación de carácter nacional podrán

desarrollar actividades conexas a la actividad comunicacional, con sujeción a las siguientes normas:

1. Las empresas de medios audiovisuales podrán realizar actividades de producción, posproducción, edición, distribución y exhibición de productos audiovisuales.

2. Las empresas de medios impresos podrán realizar actividades de edición, impresión y distribución de publicaciones u otros productos impresos.

3. Las empresas que hayan obtenido una autorización para prestar servicios de audio y video por suscripción, cuya red de transmisión e infraestructura permita la convergencia tecnológica para ofertar otros servicios de telecomunicaciones, podrán solicitar y obtener de la autoridad de telecomunicaciones otros títulos habilitantes para la prestación de servicios de telecomunicaciones. Los servicios de audio y video por suscripción que cuenten con la autorización para la operación de un canal local para generación de contenidos, serán considerados como medios de comunicación social. (Control Sanitario, s.f.).

**Art. 7.- Información de relevancia o interés público:** Es información de relevancia pública la que puede afectar positiva o negativamente los derechos de los ciudadanos, el orden constituido o las relaciones internacionales, que se difunde a través de los medios de comunicación social. Las opiniones sobre asuntos de relevancia o interés público no están sujetas a las condiciones establecidas en el Art. 22 de la Ley Orgánica de Comunicación. La difusión de información de relevancia o interés público está sujeta a lo establecido en el Art. 19 de la Ley Orgánica de Comunicación. (Control Sanitario, s.f.).

**Art. 8.- Códigos deontológicos:** Los medios de comunicación presentarán por primera vez sus códigos deontológicos a la Superintendencia de la Información y Comunicación hasta el 31 de diciembre del año en que entró en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación o hasta el 31 de diciembre del año de creación del medio de comunicación. El manual de estilo o guía editorial forma parte del código deontológico. Los medios de comunicación distribuirán sus códigos deontológicos a todos sus trabajadores y colaboradores, y serán publicados en su página web si la tuviere. (Control Sanitario, s.f.).

### **2.3.5. La Ley Orgánica de Participación Ciudadana**

Por último, la Ley Orgánica de Participación Ciudadana, legislación que tiene como objetivo garantizar el ejercicio de los deberes y derechos de participación de los ecuatorianos, enfatiza en que el Estado está en la obligación de brindar herramientas para que los ciudadanos tengan acceso al mundo digital.

#### **Art. 10.- Democracia electrónica, que establece que:**

“Todos los gobiernos autónomos descentralizados expedirán políticas específicas e implementarán mecanismos concretos para la utilización de los medios electrónicos e informáticos”. En ese sentido resultado de las diferentes reuniones de coordinación mantenidas entre la Secretaría de Administración Pública SNAP a través de sus Subsecretarías de Innovación y de Tecnología, con el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (Registro Oficial Suplemento, 2014)

## **CAPÍTULO 3**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Enfoque metodológico**

Esta investigación realiza un estudio exploratorio, de tipo indagación.

Los estudios exploratorios nos permiten aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuyen con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular. Con el propósito de que estos estudios no se constituyan en pérdida de tiempo y recursos, es indispensable aproximarnos a ellos, con una adecuada revisión de la literatura. En pocas ocasiones constituyen un fin en sí mismos, establecen el tono para investigaciones posteriores y se caracterizan por ser más flexibles en su metodología, son más amplios y dispersos, implican un mayor riesgo y requieren de paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador. El estudio exploratorio se centra en descubrir. (Grajales Tevni, s.f).

#### **3.2. Diseño de investigación**

La metodología implementada para este estudio explorativo es cuali-cuantitativa, para captar datos estadísticos del uso de etiquetas (hashtags) en publicaciones digitales de la red social twitter y la expansión de la noticia sobre las 3 personas detenidas acusadas de ser secuestradores de niños con el hashtag #CasoPosorja

Así como el análisis de las métricas de las publicaciones en twitter con el #CasoPosorja.

### 3.3. La muestra y el tipo de muestreo.

**Tabla 1. Instrumentos de investigación**

Instrumento	Técnica	Muestreo
Gráfico estadístico de métricas que muestran el alcance potencial, impacto potencial en un mes de publicación en twitter sobre el contenido de la noticia de Caso Posorja a nivel nacional.	Análisis cuantitativo	Intencional
Gráfico estadístico de métricas de las publicaciones realizadas mediante la etiqueta #CasoPosorja , los tuits y retuits	Análisis cuantitativo y cualitativo	Intencional
Bibliografía	Artículos científicos y textos digitales	Intencional
Gráficos estadísticos de las preguntas de las entrevistas realizadas	Entrevistas a profundidad. Cualitativo.	Intencional

Fuente: Elaboración propia.

### **3.4. Cobertura y localización**

El desarrollo de esta investigación se lleva a cabo en las publicaciones realizadas mediante la red social de twitter y las noticias publicadas por esta plataforma virtual en los medios tradicionales del 10 de octubre al 10 de noviembre de 2018. Además se realiza un análisis de las métricas del contenido publicado referente al #CasoPosorja y el linchamiento de tres personas acusadas de intento de secuestro de niños en esa localidad y la opinión de tres expertos en redes sociales. Los entrevistados se localizaron en Guayaquil.

Elegimos la fecha de la presente investigación, para poderla ampliar, analizar y visualizar el alcance de la noticia que causó gran impacto en nuestro país, y fuera de él. La muestra total fueron 500 tuits, de los cuáles se seleccionaron 50 para poder realizar un estudio minucioso y detallado.

La muestra que se seleccionó es muy relevante, porque son tuits de periodistas, políticos y activistas sociales. Que emitieron sus comentarios y posturas, respecto al suceso de Posorja, ocurrido el día martes 16 de octubre del 2018 que culminó en un trágico linchamiento a personas inocentes, culpadas de un delito que nunca cometieron.

## CAPÍTULO 4

### RESULTADOS Y ANÁLISIS

**Caracterizar el estilo de redacción que utilizaron los medios de comunicación tradicional en su red social twitter para captar la atención de las audiencias en el Caso Posorja.**

Los estilos que se utilizan en las redes sociales para emitir un mensaje difieren, de la plataforma digital utilizada. Es sabido que tanto Facebook, LinkedIn y Twitter han creado manuales de estilos para que los usuarios e incluso los periodistas, puedan optimizar la utilización de las redes.

Con la globalización y el desarrollo tecnológico nacen los medios digitales. Por una parte ha permitido que nos conectemos con las redes digitales, y saber lo que pasa al otro lado del mundo. Actualmente hemos pasado de la era de la escasez a la era de la abundancia de información, en todas las plataformas virtuales. Es por ello que muchas noticias son publicadas sin ser contrastadas. Lo que ocasiona caos en la sociedad, y muertes de personas inocentes acusadas de actos que nunca cometieron.

Podemos visualizar el estilo de redacción de los medios tradicionales, que publicaron acerca de este acontecimiento de lesa humanidad, que sucedió en la Parroquia Posorja, de la ciudad de Guayaquil el día Martes 16 de Octubre del 2018 en el lapso de las 14:00 pm.

Los principales medios de comunicación como son : Diario El Universo, Comercio, La Extra y El Telégrafo que tienen una mayor circulación a nivel nacional escribieron sus titulares de la siguiente manera :

# Tras un rumor, populacho lincha a tres personas e incendia vehículos en Posorja



**SEGURIDAD**

Oct 16, 2018 - 15h24



**Posorja, Guayaquil - Actualizado a las 22:30**



# EL COMERCIO



Actualidad · **SEGURIDAD**

16 DE OCTUBRE DE 2018 15:56

## En la parroquia Posorja se registran disturbios en exteriores de UPC

8004



# Un rumor ocasionó la muerte de tres detenidos en Posorja

NESTOR MENDOZA • GUAYAQUIL • ( I )

17 OCT 2018 / 00:10 H.



Desmanes en Posorja. (Cortesía )



JUSTICIA

## **Autoridades niegan que ajusticiados en Posorja hayan sido secuestradores**

Redacción Web - 16 de octubre de 2018 - 18:00



*La muchedumbre no cesó en su reclamo hasta  
acabar con la vida de los presuntos secuestradores.*

Foto: Juan Carlos Holguín / EL TELÉGRAFO

---

Para esta investigación nos enfocaremos en la red social Twitter, que fue utilizada por cientos de usuarios, e incluso varios periodistas para difundir una información falsa, que causó una conmoción social que concluyó con el fatídico asesinato de 3 personas a quienes el populacho en Posorja, los linchó por un delito que no cometieron, pero que falsamente se replicó en las redes sociales.

Algunos usuarios, periodistas, políticos, instituciones y figuras públicas emitieron su comentario del hecho noticioso.



El Abogado Hernán Ulloa emitió su comentario.



**Hernán Ulloa Ordóñez** @Hern... · 17 oct. ✓

**#CasoPosorja**

Esto no es locura colectiva. Tampoco la población se volvió mala

Una de las razones del ajusticiamiento es la desconfianza en el Sistema Judicial. Para llegar al objetivo es necesaria una Función Judicial independiente de verdad, no que cambie de dueño! 💡💡



Carlos Vera y 8 más

💬 49

↻ 242

❤️ 383



El Presidente de la República Lenin Moreno también lamentó lo sucedido por su red social personal de Twitter .



**Lenín Moreno** 

@Lenin



El país lamenta los hechos ocurridos en [#Posorja](#). Son acciones que atentan contra los derechos humanos. Todo delito debe ser sancionado mediante proceso judicial. ¡Nada, absolutamente nada, justifica la violencia! Ya se investigan los responsables del caso.

8:32 p. m. · 17 oct. 2018 · Twitter for iPhone

---

**753** Retweets

**804** Me gusta

---

La Asambleísta Lojana Jannine Cruz también vertió su opinión por Twitter.



**Jeannine Cruz**

@Jeanninecruzz



Es entendible la indignación, pero es grave que la gente empiece a tomar justicia por mano propia:

\*Nos desinstitucionaliza. El Estado de Derecho pierde valor.

\*Nos deshumaniza.

\*Se puede cometer errores contra personas inocentes.

Parece ser el caso de hoy [#Posorja](#).

7:45 p. m. · 16 oct. 2018 · Twitter for Android

---

**40** Retweets

**128** Me gusta

La Ex Ministra María Paula Romo también calificó los hechos sucedidos por medio de Twitter.



**Min Interior Ecuador**

@MinInteriorEc



Hechos en Posorja: La Ministra [@mariapaularomo](#) los calificó como reprochables. “Llamamos a la ciudadanía a mantener la calma y no hacer caso a rumores de supuestos secuestros de menores. En lo que va del año se ha registrado un caso: el de la niña de Sucumbíos recuperada”.

1:21 p. m. · 17 oct. 2018 · Twitter for iPhone

---

**148** Retweets

**102** Me gusta

---



La institución Policial también emitió su comunicado por vía Twitter.



**LA POLICÍA NACIONAL A LA OPINIÓN PÚBLICA**

La Policía Nacional del Ecuador lamenta los acontecimientos ocurridos esta tarde en la parroquia Posorja, en Guayaquil, que terminaron con la muerte de tres personas. Estos hechos ocurrieron tras la denuncia que realizaron dos mujeres jóvenes que estaban con sus hijos y que fueron víctimas de un robo tipo estafa: aparentemente los sospechosos se apropiaron de 200 dólares y dos celulares.

La Policía los detuvo, los trasladó a la UPC para levantar el respectivo parte policial y hacer los exámenes médicos como dispone la ley, para luego trasladarlos a la Unidad de Flagrancia de Playas. Sin embargo, al poco tiempo llegaron pobladores furibundos y a pesar de las explicaciones de la Policía de que no se trataba de un intento de secuestro a niños, no logró disuadirlos: lincharon a las tres personas hasta su muerte, destruyeron la UPC, y quemaron un patrullero, un taxi y cinco motos.

---

 **Policía Ecuador**   
@PoliciaEcuador 

Ante los hechos ocurridos en [#Posorja](#),  
INFORMAMOS:

♥ 596 21:38 - 16 oct. 2018

 970 personas están hablando de esto 

Usuarios y ciudadanos también emitieron su criterio sobre lo que aconteció en Posorja por sur red personal de Twitter.



**Danilo Cornejo** @neron35cam · 23 oct. ▼

En respuesta a [@silvitabuendia](#)

El gran problema es que la gente ya no confía en la función judicial. Esta tan desacreditada que mucha gente decide tomarse la ley por sus manos. Es un claro ejemplo de la falta de apoyo a la gente descente y la alcahueteria a los delincuentes.  
Hasta cuando.

Algunos periodistas reaccionaron ante las publicaciones falsas que emitieron sus colegas y que postearon en la red social twitter. El rumor también fue publicado por algunas instituciones públicas como Policía Nacional, del Ecu y la CTE.



**Cristina Bazán**

@CrisBazanS



El caso de Posorja hay que analizarlo desde varios puntos. Si bien es cierto que el lamentable hecho nació de un rumor, este rumor también fue reproducido por autoridades. Hubo partes policiales, del Ecu y de la CTE con información sobre el supuesto secuestro.

11:38 p. m. · 16 oct. 2018 · Twitter for iPhone

---

9 Retweets

9 Me gusta

---

Es este tipo de redacciones sin fundamento, ya sea por la inmediatez o por falta de profesionalismo no se sigue el debido proceso. Y por tener la primicia del hecho noticioso, no se contrastan las noticias ni se consultan las fuentes oficiales pertinentes.

Muchos medios de comunicación digital, por la inmediatez informan noticias falsas, sin ser contrastadas, ni verificadas lo que provoca una reacción negativa en la sociedad. Porque se dejan llevar de las primicias de un hecho noticioso, que en diferentes ocasiones se viralizan y provocan caos en la sociedades.

El caso de Posorja, no fue tratado de forma periodística. La población se dejó llevar por el boca a boca, y por rumores de un vídeo que un ciudadano subió a la red digital Facebook, acusando sin fundamentos, ni pruebas a las 3 personas detenidas de ser secuestradores de niños, y alegaba la falta de confianza en la seguridad Policial.

En el Ecuador de hoy, se ha perdido credibilidad en la actuación de la justicia. Los ciudadanos se ven alarmados, al ver que la autoridad competente no es lo suficiente rígida, y deja pasar por alto muchos hechos culposos.

Hubo Periodistas que en sus cuentas personales, retuitearon la información falsa que algunas autoridades y ciudadanos compartieron a primera instancia. No investigaron a profundidad la noticia, y se dejaron llevar por la ola masiva que las redes sociales proliferaban.

Para las plataformas digitales, se han creado manuales de estilo para que los usuarios puedan compartir las noticas de forma pertinente y acorde al contexto de cada situación de interés colectivo y relevante para una sociedad.

#### 4.1. Tablas comparativas de noticias publicadas mediante la red social twitter

El presente estudio abarca dos fases de monitoreo. La primera una investigación exploratoria para determinar cuántas publicaciones son realizadas a la red social twitter. A continuación se describen las tablas comparativas de la cantidad de noticias divulgadas del 10 de octubre al 10 de noviembre del 2018.

**Tabla 1 Semana del 10 al 14 de octubre 2018**

	Tweets				
Días de publicación	10	11	12	13	14
#CasoPosorja	220	325	389	548	723

**Tabla 2 Semana del 15 al 21 de octubre del 2018**

	Tweets						
Días de publicación	15	16	17	18	19	20	21
#CasoPosorja	874	899	934	981	105	1325	1397

**Tabla 3 Semana del 22 octubre al 28 de octubre del 2018**

	Tweets						
Días de publicación	22	23	24	25	26	27	28
#CasoPosorja	1402	1526	158	164	170	1788	1864

**Tabla 4 Semana del 29 octubre al 4 de noviembre del 2018**

	Tweets						
Días de publicación	29	30	31	1	2	3	4
#CasoPosorja	1876	1911	200	211	2208	2298	2320

**Tabla 5 Semana del 5 de noviembre al 10 de noviembre del 2018**

	Tweets						
Días de publicación	5	6	7	8	9	10	
#CasoPosorja	2407	2496	2603	2712	2794	2881	

#### **4.1.1. Análisis de las tablas comparativas de la Semana del 10 al 14 de octubre 2018**

Las publicaciones realizadas desde la red social Twitter durante la semana del Semana del 10 al 14 de octubre 2018 tuvieron un crecimiento menos de 100 publicaciones diarias.

#### **4.1.2. Análisis de las tablas comparativas de la Semana del 15 al 21 de octubre del 2018**

Las publicaciones realizadas desde la red social Twitter durante la semana del Semana del 15 al 21 de octubre del 2018 tuvieron un crecimiento un poco mayor a la primera semana de estudio, pero con variaciones entre 90 - 100 publicaciones diarias.

#### **4.1.3. Análisis de las tablas comparativas de la Semana del 22 octubre al 28 de octubre del 2018**

Las publicaciones realizadas desde la red social Twitter durante la semana del Semana del 22 octubre al 28 de octubre del 2018 tuvieron un crecimiento un promedio entre la primera y segunda semana de estudio, pero con variaciones de 100 publicaciones diarias.

#### **4.1.4. Análisis de las tablas comparativas de la Semana del 29 de octubre al 4 de noviembre del 2018**

Las publicaciones realizadas desde la red social Twitter durante la Semana del 29 de octubre al 4 de noviembre del 2018 tuvieron el mayor crecimiento durante el periodo de estudio con variaciones un número mayor de 100 tweets por día.

#### **4.1.5. Análisis de las tablas comparativas de la Semana del 5 de Noviembre al 10 de noviembre del 2018**

La última semana de estudio fue decreciendo las publicaciones en la red social Twitter con un promedio de 70 tweets por día.

#### **4.2. Resultados de las entrevistas**

Para el desarrollo de este análisis, se entrevistaron a una Docente de Comunicación Social, Periodistas Creadores de Contenido Audiovisual, Community Manager. Para identificar los procesos para la publicación de los contenidos digitales con mayor responsabilidad social en sus medios electrónicos y plataformas digitales para los cuales trabajan.

Ellos fueron los siguientes:

##### **Mariuxi León**

Docente de la Universidad Católica de la  
Facultad de Filosofía.

##### **Jean Amat Díaz**

Youtuber

Periodista Creador de Contenidos Audiovisuales

##### **Elizabeth Torres**

Community Manager

Licenciada en Comunicación Social



## CUADRO COMPARATIVO

<b>Entrevistados</b>	<b>Mariuxi León</b>	<b>Jean Amat Díaz</b>	<b>Elizabeth Torres</b>
<b>1 ¿Cuál debería ser el perfil profesional de una persona que maneja las redes sociales de un medio de comunicación?</b>	Periodista o Comunicador.	Debe contar con un título que lo avale como comunicador o periodista.	Creo que el perfil es de alguien joven que conozca de redes .
<b>2 ¿Qué experiencia debe tener la persona encargada de manejar las redes de un medio de comunicación?</b>	Sí debe tener una validación práctica –esto sobrepasa a la obtención de un título-.	Debe tener conocimientos en el área de redacción.	Tener conocimiento del uso de redes en un aspecto masivo.
<b>3. ¿Puede un Community Manager ejercer la labor de un Periodista?</b>	No.	Por supuesto.	Solo sí se ha preparado como Periodista.
<b>4 ¿ Quién es el principal responsable en un medio de comunicación sobre las noticias que difunden en sus redes?</b>	Editor del área.	El Community Manager, porque es el encargado de informar e interactuar con la comunidad virtual.	Debería tener conocimiento el director/coordinador de noticias .
<b>5 ¿ Debe el Community Manager verificar la información que le piden que publiquen o deberían dársela ya verificada ?</b>	Toda persona que trabaja en un medio es un filtro. No tiene ningún sentido que sirva como mero robot replicador de una información que le llega, aunque su trabajo se restrinja a las redes sociales	Preferible, debe verificarla, ya que es el primer responsable de cualquiera mala información que fue circulada en las redes.	Considero que el Community Manager debe ser alguien que investigue y esté al tanto de lo que sucede.
<b>6 ¿Creé usted que la información falsa difundida en redes sociales sobre 3 personas en Posorja provoco que fueran linchadas ?</b>	No fue información lo difundido. Fue un bulo y tuvo una intención clara que logró cumplir su fatal cometido.	Sí. Una noticia falsa en redes sociales, puede crear un caos dentro de una sociedad.	La información si influyó mucho, por lo que es un lugar pequeño se esparció la noticia rápidamente.

<p><b>7¿Cuál debería ser el tratamiento que le dan los periodistas a las informaciones que difunden por sus redes sociales para no caer en las trampas de las noticias falsas?</b></p>	<p>El tratamiento debe ser exactamente igual al que se le da en un soporte tradicional.</p>	<p>Debe contrastar y verificar las fuentes.</p>	<p>La investigación es primordial, estar en contexto, hacer las entrevistas necesarias, contrastar la información y sus fuentes.</p>
<p><b>8¿Las publicaciones de noticias en redes sociales, cree que influyen en el comportamiento de las personas ?</b></p>	<p>Toda noticia difundida tiene un determinado impacto.</p>	<p>Sí, según la magnitud de la noticia. Los cibernautas necesitan estar informados y no existe un método más práctico e inmediato que las redes sociales.</p>	<p>Si influyen las noticias en los comportamientos, todo se hace viral de una manera increíblemente fácil, llegando a los influencers que repostean y va teniendo más alcance.</p>
<p><b>9. ¿Creé usted que se está tomando a la ligera la información que los periodistas publican en sus cuentas?</b></p>	<p>No se puede ni se debe generalizar. Sigo a determinados periodistas en redes que sí son cuidadosos con lo que publican.</p>	<p>En algunas ocasiones, sí. Periodistas han dado por veraz una información que ha sido totalmente falsa.</p>	<p>Creo que se olvidan que ya son una figura que tiene seguidores que van a acoger sus publicaciones y no asimilan tanto esa responsabilidad, pero no son todos. Es una minoría.</p>
<p><b>10.¿En el medio que trabaja tienen algún encargado de revisar el contenido antes de ser posteado?</b></p>	<p>En este momento no trabajo en ningún medio de comunicación.</p>	<p>No.</p>	<p>Sí, es una persona que va bastante tiempo en el medio.</p>
<p><b>11¿ Creé usted que el mundo digital ha afectado a tal punto que no se verifiquen las informaciones que se difunden en internet ?</b></p>	<p>No es el soporte el que afecta, es la ausencia de criterio de quien distribuye la información.</p>	<p>Sí. Todos quieren tener la prioridad de un suceso o evento. La inmediatez de una noticia obliga a las personas a no contrastar la información obtenida.</p>	<p>Sí, creo que se aplica el famoso dicho de “una mentira repetida tantas veces se vuelve verdad” y no la investigan por sus medios.</p>

### **4.3. Análisis de las entrevistas**

**Mariuxi León**

**Docente de la Universidad Católica de Guayaquil**

**Periodista, Magister y PHD**

Manifiesta que el perfil de una persona que maneja redes sociales, debe ser Periodista o comunicador social. No considero que esta experiencia pueda medirse en años de ejercicio, pero sí debe tener una validación práctica –esto sobrepasa a la obtención de un título- que permita reconocer en ella los criterios informativos y periodísticos para la transmisión y división adecuada de la información. Un Community Manager no puede ejercer la labor de un periodista.

El manejo de determinadas plataformas sociales no constituye la base del periodismo, sino apenas en una herramienta del oficio y ni tan siquiera es la herramienta primordial.

El principal responsable en un medio de comunicación sobre las noticias que difunden en sus redes es el editor del área. Acerca si un Community Manager debe verificar la información que se va a publicar, dice que toda persona que trabaja en un medio es un filtro. No tiene ningún sentido que sirva como mero robot replicador de una información que le llega, aunque su trabajo se restrinja a las redes sociales. Quien ejerce dentro de un medio de comunicación tiene como tarea y deber intrínseco la contextualización, verificación y contraste de la información. En cuanto a la información falsa difundida en redes sociales sobre 3 personas en Posorja provocó que fueran linchadas, acota que no fue información lo difundido. Fue un bulo y tuvo una intención clara que logró cumplir. En ese sentido la desinformación cumplió con su fatal cometido.

En cuanto a cuál debería ser el tratamiento que le dan los periodistas a las informaciones que difunden por sus redes sociales para no caer en las trampas de las noticias falsas , acota que el tratamiento debe ser exactamente igual al que se le da en un soporte tradicional. Las bases del periodismo no han variado y por lo tanto tampoco sus exigencias.

Lo único que ha mudado con el tiempo han sido los soportes en que se difunde la información, por lo tanto el reto actual está en la capacidad de síntesis y visibilidad que se le brinda.

Toda noticia difundida tiene un determinado impacto. Tomando en cuenta que la desinformación en redes tiene un impacto 70 veces mayor que la difundida por fuentes y/o vías oficiales –según indican los estudios internacionales-, es claro que va a influir en el comportamiento y criterio de las personas. Más que nada en aquellas que no saben distinguir un bulo de una noticia.

La pregunta sobre si se está tomando a la ligera la información que los periodistas publican en sus cuentas. Manifiesta que no se puede ni se debe generalizar. Sigue a determinados periodistas en redes que sí son cuidadosos con lo que publican, por lo que no creo que es posible ser determinante ante su pregunta.

No se puede juzgar a todos los periodistas por uno o dos casos de malas prácticas que se hayan cometido.

En nuestra última pregunta sobre si el mundo digital ha afectado a tal punto que no se verifiquen las informaciones que se difunden en internet. Afirma que

no es el soporte el que afecta, es la ausencia de criterio de quien distribuye la información. También puede influir el deseo innegable de generar ganancias que se han visto mermadas desde la convergencia y de ahí el que medios como El Universo y El Comercio comiencen a publicar titulares que no responden al contenido, ya que su deseo es obtener tráfico (clickbait) y no difundir contenido sustentado.

## **Jean Amat Díaz**

### **Youtuber**

### **Creador De Contenido Audiovisual**

### **Periodista Profesional**

Para Jean Amat el perfil profesional de una persona que maneja las redes sociales de un medio de comunicación debe contar con un título que lo avale como comunicador o periodista, conocer los códigos deontológicos de la comunicación y ser muy profesional.

Nuestra segunda pregunta sobre la experiencia que debe tener la persona encargada de manejar las redes de un medio de comunicación. Nos dice que debe tener conocimientos en el área de la redacción, conocer el manejo de las redes sociales, saber sobre fotografía y haber aprendido diseño básico.

En nuestra tercera pregunta si un Community Manager puede ejercer la labor de un Periodista. Él dice: Por supuesto. Todo comunicador que tenga un título de tercer nivel, debe estar capacitado para manejar el área periodística.

En nuestra cuarta pregunta sobre quién es el principal responsable en un medio de comunicación sobre las noticias que difunden en sus redes. Manifiesta que el

community manager, porque es el encargado de informar e interactuar con la comunidad virtual.

En nuestra quinta pregunta sobre si el Community Manager debe verificar la información que le piden que publiquen o deberían dársela ya verificada . El acota que: preferible, debe verificarla, ya que es el primer responsable de cualquiera mala información que fue circulada en las redes.

Nuestra sexta pregunta sobre la información falsa difundida en redes sociales sobre 3 personas en Posorja provocó que fueran linchadas . Él afirma que Sí. Una noticia falsa en redes sociales, puede crear un caos dentro de una sociedad.

Nuestra séptima pregunta sobre el tratamiento que le dan los periodistas a las informaciones que difunden por sus redes sociales para no caer en las trampas de las noticias falsas. Acota que se debe contrastar y verificar las fuentes.

Nuestra octava pregunta sobre las publicaciones de noticias en redes sociales, cree que influyen en el comportamiento de las personas. Jean Amat expresa que

Sí, según la magnitud de la noticia. Los cibernautas necesitan estar informados y no existe un método más práctico e inmediato que las redes sociales. Se han convertido en una sociedad mediática. Entonces, si colocas una información falsa como por ejemplo, se acerca un tornado dentro de tal área, algunas personas creerán esa noticia y probablemente mostrarán un comportamiento totalmente alterado, a tal punto, que algunas huirán de la zona en que se encuentran.

Entonces, la mayoría de personas toman decisiones y actúan de cierta manera según la información circulada en las redes.

Nuestra novena pregunta sobre si se está tomando a la ligera la información que los periodistas publican en sus cuentas. Manifiesta que en algunas ocasiones, sí. Periodistas han dado por veraz una información que ha sido totalmente falsa.

Nuestra décima pregunta si en el medio que trabaja tienen algún encargado de revisar el contenido antes de ser posteado. Expresa que No.

Nuestra última pregunta si que el mundo digital ha afectado a tal punto que no se verifiquen las informaciones que se difunden en internet .

Manifiesta que : Sí. Todos quieren tener la prioridad de un suceso o evento. La inmediatez de una noticia obliga a las personas a no contrastar la información obtenida.

**Elizabeth Torres**

**Periodista Profesional**

**Community Manager Independiente**

El perfil profesional de una persona que maneja las redes sociales de un medio de comunicación. Expresa que el perfil es de alguien joven que conozca de redes con un formato de escritura formal.

En nuestra segunda pregunta sobre la experiencia que debe tener la persona encargada de manejar las redes de un medio de comunicación. Acota que debería tener conocimiento del uso de redes en un aspecto masivo, sobre búsqueda, alcance y conocimientos coyunturales.

En nuestra tercera pregunta si un Community Manager ejercer la labor de un Periodista. Expresa que si puede un Community Manager ejercer la labor de un periodista porque esta aplicando una rama de la comunicación en la actualidad,

obviamente debió tener sus estudios en la carrera de periodismo. No podría ser si solo se ha preparado como Community Manager y desconoce totalmente esta otra rama.

En nuestra cuarta pregunta sobre cuál es el principal responsable en un medio de comunicación sobre las noticias que difunden en sus redes. Expresa que sobre el manejo debería tener conocimiento el director/coordinador de noticias porque considero es un trabajo en conjunto, no alguien apartado del departamento de noticias.

Nuestra quinta pregunta sobre si el Community Manager debe verificar la información que le piden que publiquen o deberían dársela ya verificada . Expresa y Considera que el Community Manager debe ser alguien que investigue y esté al tanto de lo que sucede, para que pueda publicar bajo su propia decisión, siempre dando a conocer los temas y contrastando.

En nuestra sexta pregunta sobre la información falsa difundida en redes sociales sobre 3 personas en Posorja provocó que fueran linchadas .Manifiesta que la información si influyó mucho, pero tengo entendido que fue gente en sus redes y como era un lugar “pequeño” por decirlo, se esparció esa noticia. A parte que ya había un rumor de que secuestraban y eso. Actualmente las redes si tienen un gran poder.

En nuestra séptima pregunta acerca de cuál debería ser el tratamiento que le dan los periodistas a las informaciones que difunden por sus redes sociales para no caer en las trampas de las noticias falsas. Expresa que la investigación es primordial, estar en contexto, hacer las entrevistas necesarias, contrastar la información y sus fuentes.



En nuestra octava pregunta sobre las publicaciones de noticias en redes sociales, cree que influyen en el comportamiento de las personas. Manifiesta que si influyen las noticias en los comportamientos, todo se hace viral de una manera increíblemente fácil, llegando a los influencers que repostean y va teniendo más alcance. También se ve mucho la disputa de criterios y que por lo general los acogen como propios sin investigar antes y eso va a creando grupos de gente “que piense igual”.

En nuestra novena pregunta, piensa usted que se está tomando a la ligera la información que los periodistas publican en sus cuentas.

Nos dice: Creo que se olvidan que ya son una figura que tiene seguidores que van a acoger sus publicaciones y no asimilan tanto esa responsabilidad, pero no son todos. Es una minoría.

En nuestra décima pregunta si en el medio que trabaja tienen algún encargado de revisar el contenido antes de ser posteado. Nos comentó que cuando estuve en un medio la persona que lo hacía era alguien que llevaba tiempo en el medio y se confiaba en su criterio, aunque a veces si se ponía en la mesa ciertos temas antes de publicarlos.

Finalmente en nuestra última pregunta si creé usted que el mundo digital ha afectado a tal punto que no se verifiquen las informaciones que se difunden en internet . Manifiesta que sí, creo que se aplica el famoso dicho de “una mentira repetida tantas veces se vuelve verdad” y no la investigan por sus medios.

### **Triangulación de Datos**

La teoría nos dice que para diseñar estrategias eficaces para promover la integración de las redes sociales en el ámbito del periodismo en Red, es necesario realizar una fotografía significativa del panorama actual, resaltando qué acciones y

contenidos pueden redundar en un claro valor añadido de los medios de comunicación para sus públicos en estos nuevos espacios.

Se analizó las métricas de un mes, de la noticia del Caso Posorja podemos visualizar que éstas tienen un mayor alcance , y visitas mientras transcurren los días por el impacto que causó el linchamiento de estas personas en la sociedad ecuatoriana, conmocionó a un país, y a todos quienes vieron éstas duras imágenes por medio de las plataformas virtuales.

Frente a estos hechos dolorosos, y de lesa humanidad los periodistas especializados recomiendan que una noticia se debe abordar exactamente como en los soportes tradicionales. Verificar y contrastar la información, con las fuentes respectivas antes de emitir noticias sin fundamentos, y evitar los bulos de la información, sino que toda información sea analizada periodísticamente antes de ser publicada, para evitar accidentes y muertes de personas inocentes como las linchadas en el Caso Posorja que causó gran impacto en la ciudadanía .

## CONCLUSIONES

- a. ¿Son las conclusiones extraídas de los resultados y de la discusión?

Las conclusiones del trabajo de investigación fueron extraídas de los resultados que se obtuvieron en todo el proceso de elaboración del presente trabajo. Las redes sociales son un arma de doble filo en donde los profesionales de la comunicación están llamados a replicar o brindar información veraz y no ser parte de las trampas de las FAKE NEWS.

- b. ¿Son congruentes con los objetivos?

En totalidad. Los resultados de este proyecto de investigación cumplen con los objetivos establecidos de permitirnos, lograr obtener una información detallada de lo que pueden lograr las noticias falsas en redes sociales, y el caos que pueden causar en una sociedad.

¿Contribuyen a la solución de problemas relevantes para los seres humanos?

- Deben resaltarse los aspectos nuevos e importantes que aporta la investigación, así como las conclusiones que se derivan de ellos. Se debe tener cuidado con las afirmaciones categóricas que no estén debidamente sustentadas —tanto por los datos como por el mismo diseño del estudio—.

Una vez concluido este trabajo de investigación, nos podemos percatar el alcance que causan las noticias falsas publicadas en redes sociales. Y los falsos rumores no contrastados ni verificados pueden acabar con la vida de personas inocentes, como fueron las 3 víctimas del caso Posorja.

Se comprueba la hipótesis, porque por noticias falsas publicadas en la red social twitter sin ningún fundamento. Causó un impacto negativo en la sociedad de Posorja. Pese a la insistencia de la Policía por retener la barbarie, y defender a los detenidos no pudieron. Las turbas acabaron con la vida de 3 personas inocentes en el Caso Posorja. El populacho se dejó llevar por los rumores falsos, y cometieron un linchamiento cruel y sanguinario hacia personas que no tuvieron nada que ver, con lo que respecta a secuestros de menores de edad. La gente reaccionó de manera brutal, además destruyeron la UPC, quemaron un patrullero, un taxi y 5 motos. Lo más lamentable fueron las pérdidas humanas, gente inocente linchada de manera tan severa y horripilante.

#### **RECOMENDACIONES:**

Qué nunca compartan informaciones de terceros, los ciudadanos, periodistas y todos los usuarios de medios de comunicación digital, sin constatar la veracidad del contenido publicado. Para de esta forma evitar mal entendidos, desinformación y que mueran personas inocentes, se reduciría la violencia y el caos en la sociedad.

A las personas que emiten comentarios virtualmente, deben ser responsables antes de publicar noticias falsas, que involucren a terceros, para no poner en peligro la integridad física e intelectual de los ciudadanos.

La comunicación digital nos permite estar interconectados con todo el mundo y compartir un espacio agradable con todos los usuarios, por ello generemos un ambiente de paz, respeto y tolerancia con nuestros semejantes.

## BIBLIOGRAFÍA

Bastenier, M. Á. (1991, p. 28). *El blanco móvil*. Madrid: Ediciones El País.

Echegaray, L., & Peñafiel, C. (2013, p. 158). *La utilización de las redes sociales como nuevas herramientas aplicadas al análisis de audiencia*. Obtenido de <file:///C:/Users/User%20A1/Downloads/300785-421442-1-SM.pdf>

Fondevila, J. (Marzo de 2014). *El uso de hipertexto, multimedia e interactividad en periodismo digital: propuesta metodológica de ranking de calidad*. Obtenido de Revista de Estudios de Comunicación: <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/13488/12074>

Gomis, L. (1991, p. 35). *Teoría del periodismo, cómo se forma el presente*.  
Barcelona: Paidós.

LOC. (2013, p. 22). Obtenido de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec084es.pdf>

Marquina, J. (Febrero de 2013, p. 27). *Plan social media y Community manager*. Obtenido de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=zxTSCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=community+manager&ots=LlfKWryoOg&sig=9vv3\\_Wrk\\_o3bgx\\_ao0SGPw36ViCk#v=onepage&q=community%20manager&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=zxTSCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=community+manager&ots=LlfKWryoOg&sig=9vv3_Wrk_o3bgx_ao0SGPw36ViCk#v=onepage&q=community%20manager&f=false)

Martini, S. (2000, p. 85). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Norma.

Mcquail, D. (1997, p. 1). *Análisis de audiencia*. Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/magadan\\_p\\_ge/capitulo4.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/magadan_p_ge/capitulo4.pdf)

Merino, M., Lloves, B., & Pérez, A. M. (Diciembre de 2013, p. 845). *Revista Redalyc*. Obtenido de La interacción de los usuarios en los perfiles de facebook de la prensa española: <http://www.redalyc.org/html/649/64930924008/>

Expertos digitales: <https://www.pinterest.es/pin/386324474264106914/> (2018)

Satalman, A. Singh, S. García, I.

Páez, J., Padilla, D., & Castaño, N. (Junio de 2017, p. 14). *Análisis de contenido digitalizado de los perfiles periodísticos oficiales de noticias RCN y Caracol Noticias en facebook*. Obtenido de Textos y

Sentidos. Universidad Católica de Pereira:

<http://biblioteca.ucp.edu.co/ojs/index.php/textosysentidos/article/view/>

3252/3492

Reglamento General, L. O. (2014, p. 2). Quito.

Sandoval, C. (15 de Abril de 2015). *Diario El Comercio*. Obtenido de

<http://www.elcomercio.com/tendencias/facebook-redessociales-ecuador-inec-usuarios.html>

Segado, F., Díaz, J., & Soria, M. (Mayo de 2015). *Telos, Revista de pensamiento, sociedad y tecnología*. Obtenido de La viralidad de las noticias en facebook:

Factores determinantes:

<https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIOR>

[https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIOR/Nmeros80107/cientosiete/DetalleArticulo\\_100TELOS\\_EXPERIENCIAS/seccion=1288&idioma=es\\_ES&id=2015030311500001&activo](https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIOR/Nmeros80107/cientosiete/DetalleArticulo_100TELOS_EXPERIENCIAS/seccion=1288&idioma=es_ES&id=2015030311500001&activo)

[https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIOR/Nmeros80107/cientosiete/DetalleArticulo\\_100TELOS\\_EXPERIENCIAS/seccion=1288&idioma=es\\_ES&id=2015030311500001&activo](https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIOR/Nmeros80107/cientosiete/DetalleArticulo_100TELOS_EXPERIENCIAS/seccion=1288&idioma=es_ES&id=2015030311500001&activo)

=6.do

Steen, M. (7 de Junio de 2012). *Escribir en internet, escribir para todos*.

Obtenido de Fundeú.es:

<https://www.fundeu.es/escribireninternet/escribir-para-todos/>

Tascón, M., & Cabrera, M. (2012, p. 223). Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales. Barcelona: Fundación del Español urgente. Galaxia Gutenberg.

Obtenido de <http://www.doxacomunicacion.es/pdf/resea1.pdf>

Unesco. (2008). *Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. Obtenido de

<http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102S.pdf>

## **ANEXOS**

Preguntas para los entrevistados.

**1 ¿Cuál debería ser el perfil profesional de una persona que maneja las redes sociales de un medio de comunicación ?**

**2 ¿Qué experiencia debe tener la persona encargada de manejar las redes de un medio de comunicación?**

**3. ¿Puede un Community Manager ejercer la labor de un Periodista?**

**4 ¿Quién es el principal responsable en un medio de comunicación sobre las noticias que difunden en sus redes?**

**5 ¿Debe el Community Manager verificar la información que le piden que publiquen o deberían dársela ya verificada?**

**6 ¿Creó usted que la información falsa difundida en redes sociales sobre 3 personas en Posorja provocó que fueran linchadas?**

**7 ¿Cuál debería ser el tratamiento que le dan los periodistas a las informaciones que difunden por sus redes sociales para no caer en las trampas de las noticias falsas?**

**8 ¿Las publicaciones de noticas en redes sociales, cree que influyen en el comportamiento de las personas?**



**9. ¿Creé usted que se está tomando a la ligera la información que los periodistas publican en sus cuentas?**

**10.¿En el medio que trabaja tienen algún encargado de revisar el contenido antes de ser posteado?**

**11 ¿Creé usted que el mundo digital ha afectado a tal punto que no se verifiquen las informaciones que se difunden en internet?**

**Mariuxi León**

**Entrevistada**

**1¿Cuál debería ser el perfil profesional de una persona que maneja las redes sociales de un medio de comunicación?**

Periodista o comunicador social.

**2 ¿Qué experiencia debe tener la persona encargada de manejar las redes de un medio de comunicación?**

No considero que esta experiencia pueda medirse en años de ejercicio, pero sí debe tener una validación práctica –esto sobrepasa a la obtención de un título- que permita reconocer en ella los criterios informativos y periodísticos para la transmisión y división adecuada de la información.

**3. ¿Puede un Community Manager ejercer la labor de un Periodista?**

No. El manejo de determinadas plataformas sociales no constituye la base del periodismo, sino apenas en una herramienta del oficio y ni tan siquiera es la herramienta primordial.

**4 ¿Quién es el principal responsable en un medio de comunicación sobre las noticias que difunden en sus redes?**

Editor del área

**5 ¿Debe el Community Manager verificar la información que le piden que publiquen o deberían dársela ya verificada?**

Toda persona que trabaja en un medio, es un filtro. No tiene ningún sentido que sirva como mero robot replicador de una información que le llega, aunque su trabajo se restrinja a las redes sociales. Quien ejerce dentro de un medio de comunicación tiene como tarea y deber intrínseco la contextualización, verificación y contraste de la información.

**6 ¿Creé usted que la información falsa difundida en redes sociales sobre 3 personas en Posorja provocó que fueran linchadas?**

No fue información lo difundido. Fue un bulo y tuvo una intención clara que logró cumplir. En ese sentido la desinformación cumplió con su fatal cometido.

**7¿Cuál debería ser el tratamiento que le dan los periodistas a las informaciones que difunden por sus redes sociales para no caer en las trampas de las noticias falsas?**

El tratamiento debe ser exactamente igual al que se le da en un soporte tradicional. Las bases del periodismo no han variado y por lo tanto tampoco sus exigencias. Lo único que ha mudado con el tiempo han sido los soportes en que se difunde la información, por lo tanto el reto actual está en la capacidad de síntesis y visibilidad que se le brinda.

**8¿Las publicaciones de noticas en redes sociales, cree que influyen en el comportamiento de las personas?**

Toda noticia difundida tiene un determinado impacto. Tomando en cuenta que la desinformación en redes tiene un impacto 70 veces mayor que la difundida por fuentes

y/o vías oficiales –según indican los estudios internacionales-, es claro que va a influir en el comportamiento y criterio de las personas. Más que nada en aquellas que no saben distinguir un bulo de una noticia.

**9. ¿Creé usted que se está tomando a la ligera la información que los periodistas publican en sus cuentas?**

No se puede ni se debe generalizar. Sigo a determinados periodistas en redes que sí son cuidadosos con lo que publican, por lo que no creo que es posible ser determinante ante su pregunta.

No se puede juzgar a todos los periodistas por uno o dos casos de malas prácticas que se hayan cometido.

**10. ¿En el medio que trabaja tienen algún encargado de revisar el contenido antes de ser posteado?**

En este momento no trabajo en ningún medio de comunicación.

**11 ¿Creé usted que el mundo digital ha afectado a tal punto que no se verifiquen las informaciones que se difunden en internet?**

No es el soporte el que afecta, es la ausencia de criterio de quien distribuye la información. También puede influir el deseo innegable de generar ganancias que se han visto mermadas desde la convergencia y de ahí el que medios como El Universo y El Comercio comiencen a publicar titulares que no responden al contenido, ya que su deseo es obtener tráfico (clickbait) y no difundir contenido sustentado.

**Jean Amat Díaz**

**Entrevistado**

**1 ¿Cuál debería ser el perfil profesional de una persona que maneja las redes sociales de un medio de comunicación?**

La persona encargada de manejar las redes sociales de un medio de comunicación, debe contar con un título que lo avale como comunicador o periodista, conocer los códigos deontológicos de la comunicación y ser muy profesional.

**2 ¿Qué experiencia debe tener la persona encargada de manejar las redes de un medio de comunicación?**

Debe tener conocimientos en el área de la redacción, conocer el manejo de las redes sociales, saber sobre fotografía y haber aprendido diseño básico.

**3. ¿Puede un Community Manager ejercer la labor de un Periodista?**

Por supuesto. Todo comunicador que tenga un título de tercer nivel, debe estar capacitado para manejar el área periodística.

**4. ¿Quién es el principal responsable en un medio de comunicación sobre las noticias que difunden en sus redes?**

El community manager, porque es el encargado de informar e interactuar con la comunidad virtual.

**5 ¿Debe el Community Manager verificar la información que le piden que publiquen o deberían dársela ya verificada?**

Preferible, debe verificarla, ya que es el primer responsable de cualquiera mala información que fue circulada en las redes.

**6 ¿Creé usted que la información falsa difundida en redes sociales sobre 3 personas en Posorja provocó que fueran linchadas?**

Sí. Una noticia falsa en redes sociales, puede crear un caos dentro de una sociedad.

**7¿Cuál debería ser el tratamiento que le dan los periodistas a las informaciones que difunden por sus redes sociales para no caer en las trampas de las noticias falsas?**

Debe contrastar y verificar las fuentes.

**8¿Las publicaciones de noticias en redes sociales, cree que influyen en el comportamiento de las personas?**

Sí, según la magnitud de la noticia. Los cibernautas necesitan estar informados y no existe un método más práctico e inmediato que las redes sociales. Se han convertido en una sociedad mediática. Entonces, si colocas una información falsa como por ejemplo, se acerca un tornado dentro de tal área, algunas personas creerán esa noticia y probablemente mostrarán un comportamiento totalmente alterado, a tal punto, que algunas huirán de la zona en que se encuentran.

Entonces, la mayoría de personas toman decisiones y actúan de cierta manera según la información circulada en las redes

**9. ¿Creé usted que se está tomando a la ligera la información que los periodistas publican en sus cuentas?**

En algunas ocasiones, sí. Periodistas han dado por veraz una información que ha sido totalmente falsa.

**10. ¿En el medio que trabaja tienen algún encargado de revisar el contenido antes de ser postado?**

No.

**11¿Creé usted que el mundo digital ha afectado a tal punto que no se verifiquen las informaciones que se difunden en internet?**

Sí. Todos quieren tener la prioridad de un suceso o evento. La inmediatez de una noticia obliga a las personas a no contrastar la información obtenida.

**Elizabeth Torres**

**Entrevistada**

**1 ¿Cuál debería ser el perfil profesional de una persona que maneja las redes sociales de un medio de comunicación?**

Creo que el perfil es de alguien joven que conozca de redes con un formato de escritura formal.

**2 ¿Qué experiencia debe tener la persona encargada de manejar las redes de un medio de comunicación?**

Debería tener conocimiento del uso de redes en un aspecto masivo, sobre búsqueda, alcance y conocimientos coyunturales.

**3. ¿Puede un Community Manager ejercer la labor de un Periodista?**

Si puede un Community Manager ejercer la labor de un periodista porque está aplicando una rama de la comunicación en la actualidad, obviamente debió tener sus estudios en la carrera de periodismo. No podría ser si solo se ha preparado como Community Manager y desconoce totalmente esta otra rama

**4 ¿Quién es el principal responsable en un medio de comunicación sobre las noticias que difunden en sus redes?**

Sobre el manejo debería tener conocimiento el director/coordinador de noticias porque considero es un trabajo en conjunto, no alguien apartado del departamento de noticias

**5 ¿Debe el Community Manager verificar la información que le piden que publiquen o deberían dársela ya verificada?**

Considero que el Community Manager debe ser alguien que investigue y esté al tanto de lo que sucede, para que pueda publicar bajo su propia decisión, siempre dando a conocer los temas y contrastando.

**6 ¿Creé usted que la información falsa difundida en redes sociales sobre 3 personas en Posorja provocó que fueran linchadas?**

La información si influyó mucho, pero tengo entendido que fue gente en sus redes y como era un lugar “pequeño “por decirlo, se esparció esa noticia. A parte que ya había un rumor de que secuestraban y eso. Actualmente las redes si tienen un gran poder.

**7¿Cuál debería ser el tratamiento que le dan los periodistas a las informaciones que difunden por sus redes sociales para no caer en las trampas de las noticias falsas?**

La investigación es primordial, estar en contexto, hacer las entrevistas necesarias, contrastar la información y sus fuentes.

**8¿Las publicaciones de noticias en redes sociales, cree que influyen en el comportamiento de las personas?**

Si influyen las noticias en los comportamientos, todo se hace viral de una manera increíblemente fácil, llegando a los influencers que repostean y va teniendo más

alcance. También se ve mucho la disputa de criterios y que por lo general los acogen como propios sin investigar antes y eso va a creando grupos de gente “que piense igual”.

**9. ¿Creé usted que se está tomando a la ligera la información que los periodistas publican en sus cuentas?**

Creo que se olvidan que ya son una figura que tiene seguidores que van a acoger sus publicaciones y no asimilan tanto esa responsabilidad, pero no son todos. Es una minoría.

**10.¿En el medio que trabaja tienen algún encargado de revisar el contenido antes de ser posteado?**

Cuando estuve en un medio la persona que lo hacía era alguien que llevaba tiempo en el medio y se confiaba en su criterio, aunque a veces si se ponía en la mesa ciertos temas antes de publicarlos.

**11¿Creé usted que el mundo digital ha afectado a tal punto que no se verifiquen las informaciones que se difunden en internet?**

Sí, creo que se aplica el famoso dicho de “una mentira repetida tantas veces se vuelve verdad” y no la investigan por sus medios.



## Tuits de las métricas

1.  **Jeannine Cruz** @Jeanninecruzz 16 oct. 2018

Más

Es entendible la indignación, pero es grave que la gente empiece a tomar justicia por mano propia:  
\*Nos desinstitucionaliza. El Estado de Derecho pierde valor. \*Nos deshumaniza. \*Se puede cometer errores contra personas inocentes. Parece ser el **caso** de hoy **#Posorja**.

33 respuestas41 retweets127 Me gusta


---

1.  **Carlos De Sucre** @Chalo\_dS10 16 oct. 2018

Más

En un país donde NADIE cree en la justicia, dónde violadores, matones y demás terminan absueltos, en un país donde reina la corrupción.. El ajusticiamiento se vuelve una opción. **#CasoPosorja**

6 respuestas3 retweets14 Me gusta

1.  **Pennywise** @ffabina 16 oct. 2018

Más

Se torna confuso y contradictorio lo sucedido en **Posorja**. La gente asegura que eran secuestradores, la Policía que era delincuencia común. Hace poco en un **caso** de secuestro involucrados 3 policías activos. ¿No será que hay altos mandos en el negocio y por eso la confusión?

1 respuesta3 retweets4 Me gusta



2. **Teresa Arzube** @teresaarzube 17 oct. 2018

Más

Qué bueno la fiscalía, policia y jueces así como la ministra Romo en **caso Posorja** han actuado con rapidez, cómo fuera que lo hicieran de la misma manera en otros casos!

0 respuestas2 retweets3 Me gusta



3. **Hernán Ulloa Ordóñez** @HernanUlloa 17 oct. 2018

Más

**#CasoPosorja** Esto no es locura colectiva. Tampoco la población se volvió mala. Una de las razones del ajusticiamiento es la desconfianza en el Sistema Judicial. Para llegar al objetivo es necesaria una



Función Judicial independiente de verdad, no que cambie de dueño!



51 respuestas242 retweets385 Me gusta

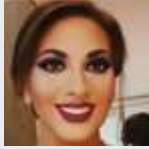


**Lenín Moreno** Cuenta verificada @Lenin 17 oct. 2018

Más

El país lamenta los hechos ocurridos en **#Posorja**. Son acciones que atentan contra los derechos humanos. Todo delito debe ser sancionado mediante proceso judicial. ¡Nada, absolutamente nada, justifica la violencia! Ya se investigan los responsables del **caso**.

2.



**Zoraida Merlo**

📧 @zoraida\_merlo 17 oct. 2018

Más

Cuando Silvia Buendia postea más sentido común que sus detractores en relación a **caso Posorja**.

Ya tu sabes.... has fallado como opositor.

1 respuesta2 retweets5 Me gusta



4.

**Silvia Buendía**

📧 @silvitabuendia 17 oct. 2018

Más

Parece q el **caso Posorja** no es único, ha sucedido ya en otros lugares de Ecuador. Pero ha quedado en intentos de linchamientos. Miren este **caso** en México

Esto ocurrió en México hace varios meses, mismo modus operandi.



AJ+ Español

11 sep. a las 20:06 · 🌐

Una turba iracunda asesinó a dos residentes en Acatlán de Osorio, una pequeña ciudad en el sur de Puebla, en el centro de México.

Una serie de rumores que circularon en Facebook los acusaba de ser secuestradores de niños. Esto resultó ser falso.

¿Las 'fake news' mataron a dos personas inocentes?

La historia es un poco más complicada. #AJPlusVerifica



Tapamos este vídeo para que puedas decidir si quieres verlo.

6 respuestas13 retweets19 Me gusta



5.

**Noticias Falsas Ecuador** @noticiasfalsasE 17 oct. 2018

Más

Las Fake news no solo matan gente como el **caso de Posorja**, también pueden destruir reputaciones y los periodistas se lavan las manos.

2 respuestas29 retweets27 Me gusta



6. **Cristina Bazán** @CrisBazanS 17 oct. 2018

Más

El **caso** de **Posorja** hay que analizarlo desde varios puntos. Si bien es cierto que el lamentable hecho nació de un rumor, este rumor también fue reproducido por autoridades. Hubo partes policiales, del Ecu y de la CTE con información sobre el supuesto secuestro.

0 respuestas9 retweets9 Me gusta



7. **Min Interior Ecuador** @MinInteriorEc 17 oct. 2018

Más

Investigaciones en **caso** de **Posorja**: "Se está indagando con diferentes equipos de la @PoliciaEcuador. Ayer hubo un grupo de personas que incendiaron 5 motos, un patrullero, un taxi, destruyeron la UPC, lanzaron bombas molotov y mataron a 3 personas", @mariapaularomo

3 respuestas125 retweets73 Me gusta

8.



**Min Interior Ecuador** @MinInteriorEc 17 oct. 2018

Más

Hechos en **Posorja**: La Ministra @mariapaularomo los calificó como reprochables. “Llamamos a la ciudadanía a mantener la calma y no hacer **caso** a rumores de supuestos secuestros de menores. En lo que va del año se ha registrado un **caso**: el de la niña de Sucumbíos recuperada”.

10 respuestas148 retweets102 Me gusta



1. **Consejo Judicatura** @CJudicaturaEc 17 oct. 2018

Más

Es lamentable lo sucedido en #Posorja, quitar la vida a una persona no está autorizado ni siquiera al Estado en Ecuador. Es inaceptable este comportamiento social y se debe investigar todos los aspectos relacionados a este **caso**, expresa #AngélicaPorrás en @radiosucesosec [pic.twitter.com/1EfcGVM482](https://pic.twitter.com/1EfcGVM482)

1 respuesta15 retweets3 Me gusta



**Juan Fco. Beltrán** @jfbeltranr 17 oct. 2018

Más

Varios medios llaman supuestos secuestradores de niños a unos detenidos en **#Posorja**. Una turba los asesina. [@PoliciaEcuador](#) y [@MinInteriorEc](#) niegan el rumor; [@FiscaliaEcuador](#) tiene un solo **caso** de secuestro de niña este año. El rumor no es noticia. El rumor mata. ¿**#Periodismo?**





← Tweet

 **El Universo**   
@eluniversocom

Continúan los desmanes en Posorja; populacho quiere linchar a supuestos secuestradores de niños. VIDEOS ► [ow.ly/zoBa30mga5s](https://ow.ly/zoBa30mga5s)



Twittea tu respuesta

← Tweet

 **El Comercio**   
@elcomerciocom

**#ATENCIÓN** | Violentos incidentes en Posorja. Tres personas detenidas por supuesto secuestro de niños fueron golpeadas hasta la muerte por una turba que irrumpió en la UPC y agredió a policías. La zona fue militarizada



Turba irrumpió en UPC para golpear hasta la muerte a tres detenidos por supuesto...

Twittea tu respuesta



1 respuesta 4 retweets 4 Me gusta



1. **Guay@coNóm@da** @Mario\_Flores\_H 18 oct. 2018

Más

Sobre el **caso #Posorja...** Delincuente capturado contradice la versión de la General de la Policía...



[pic.twitter.com/llmnkUp5bD](https://pic.twitter.com/llmnkUp5bD)

Este contenido multimedia puede incluir material que puede herir la sensibilidad de algunas personas. Tu [configuración multimedia](#) está definida para alertarte acerca de este tipo de contenido. Ver

43 respuestas79 retweets37 Me gusta



**David Carpio** @sebascarpioc 18 oct. 2018

Más

[#CasoPosorja](#) se quejan de como la comunidad tomó la ley por su mano... pero van a ver como baja el índice de delincuencia ahí... no sean sufridores...

1 respuesta1 retweet10 Me gusta



9. **Fabián Burbano** @FabianBurban 18 oct. 2018

Más

[#CasoPosorja](#) Cambiarías tu libertad por la vida de un delincuente? Vale la pena ir a prisión por eliminar a un ladrón? Podemos llamar a eso justicia? Lo más curioso es que esos "pro vida", esos que tanto se oponen al aborto, son los primeros en justificar un crimen así de atroz.

respuestas39 retweets39 Me gusta



10. **CesarCisnerosPalma** @CesarCisnerosP 18 oct. 2018

Más

CesarCisnerosPalma Retwitteó El Telégrafo Ecuador

El **#CasoPosorja** deja en evidencia lo q sucede en Ecuador, gente q ya no cree en las instituciones, las públicas son corruptas las privadas corruptoras, medios de comunicación que venden y fomentan odio violencia y amarillismo, y para colmo un gobierno servil al poder y pusilánime

CesarCisnerosPalma agregado,

1:15

**El Telégrafo Ecuador** @el\_telegrafo



¿Qué piensas del #CasoPosorja?

Los agentes de policía identificaron varias de las



personas que atacaron la UPC el pasado 16 de octubre. ...

1 respuesta23 retweets24 Me gusta



11. **NARANJA MECÁNICA** @Alexnc10 18 oct. 2018

Más

Lo del **#CasoPosorja** se resuelve fácil, sino quieren que vuelva a pasar, reformen el COIP para que a la 1ra detención le den 1 año de cárcel, 2da detención 5 años y 3ra detención 25 años, estoy seguro que nunca más vuelve a suceder algo así.

3 respuestas 8 retweets 19 Me gusta



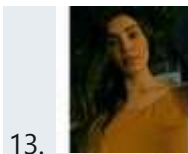
12. **Diario La Hora** @lahoraecuador 18 oct. 2018

Más

20 sospechosos por la matanza de **Posorja**. Ante este **caso** seis voces rechazan la naturalización de la violencia en **#CasoPosorja**. ► [bit.ly/2EvLHka](https://bit.ly/2EvLHka) #Ecuador



3 respuestas13 retweets17 Me gusta



13.

□ @KaritoSoBsc 18 oct. 2018

Más

El enlace sabatino que va a hacer el Mashí acerca del **Caso Balda** debería de hacerlo desde **Posorja**.

1 respuesta11 retweets44 Me gusta



14. **Vicky Mena** @VickyMenaV 18 oct. 2016

Más

A decir verdad quisiera corroborar lo dicho por @fevillavicencio respecto al **caso** Puerto de **Posorja**.

Ya que los tentáculos del Señor Mera...



0 respuestas16 retweets8 Me gusta



2. **Ecuadorinmediato** @ecuainm 18 oct. 2018

Más

**#URGENTE** Prisión preventiva para 8 involucrados en linchamiento en **#Posorja**. Autoridades precisaron que número de detenidos podría incrementar; además, señalaron que 15 personas, aproximadamente, ya han sido identificadas en este **caso**. -> [.bit.ly/2PFML6j](https://bit.ly/2PFML6j)



0 respuestas5 retweets3 Me gusta

3.



4. **Nilabais** @nilabais 18 oct. 2018

Más

El mayor argumento que esgrimen en el [#CasoPosorja](#) es: "Claro loco, tu harías lo mismo si fueran tus hijos" No pana. ¡Hace muchas generaciones mis antepasados ya habían bajado de los árboles!

3 respuestas5 retweets13 Me gusta



5. **Ivan F. Juez** @IVANFJUEZ 18 oct. 2018



Más

En el actual estado de cosas... cómo que en Ecuador la HONESTIDAD es un regalo muy caro para tanta gente barata que toma "decisiones importantes" y que resultan ser delincuentes y asaltantes como los del ya famoso **caso de Posorja**. Muchos están bravos por esto, pero son cómplices!

0 respuestas4 retweets5 Me gusta



6. **Francisco Estrella** @paco\_estrellaa 19 oct. 2018

Más

En respuesta a [@luisevivanco](#) [@AsambleaEcuador](#) [@LaPosta\\_Ecu](#)

Esto parece el **caso POSORJA** llaman y acusan a los ciudadanos cansados de la impunidad, y pobrecitos los delincuentes. Sin darse cuenta que lo que hace la gente, es el resultado de la porqueriza que se ve y se siente

1 respuesta2 retweets7 Me gusta



**Rafael Correa** [Cuenta verificada](#) @MashiRafael 19 oct. 2018

Más

Violencia en **Posorja**: Hace poco ocurrió **caso** similar en México, y me decía que, felizmente, eso ya no era posible en mi país... ¡Cuán equivocado estuve! Todo es fruto de siembra de odio, noticias falsas, destrucción de instituciones, y falta de liderazgo.



15. **El Telégrafo Ecuador** @el\_telegrafo 19 oct. 2018

Más

**#CasoPosorja** | Ocho personas quedaron con prisión por asesinato. Sin embargo, se investigan otros delitos como instigación, incendio, robo, entre otros. Más información en► [.bit.ly/posorja-policia](https://bit.ly/posorja-policia)

4 respuestas17 retweets8 Me gusta



7. **Leeeeeiiiiiaaa** @saytravelnow 20 oct. 2018

Más

En respuesta a [@mariapaularomo](#) [@PoliciaEcuador](#)

Ineptitud! se muestran de héroes encarcelando a la gente de **Posorja** sin embargo a Fernando Alvarado que ya debe estar muy lejos del país y ni hablar de Ramiro González que no mencionan nada de ese **caso**, no los pueden encarcelar habiendo robado tanto dinero. [#asínohaycomo](#)

0 respuestas10 retweets24 Me gusta



1.

Más





2. **Lenin Reyes**      @Ecualeenin 20 oct. 2018

Más

Lenin Reyes      Retwitteó Marco Navas

No se porque la palabra CRIMEN DE ESTADO no se pronuncia en este **caso**, esas tres personas estaban en guardia y custodia de la policía nacional y era su responsabilidad salvaguardar su integridad física. Afortunadamente **Posorja** no es tan grande y los culpables tienen que caer.

Lenin Reyes     agregado,

**Marco Navas** @MarcoAnibal

34 años de cárcel les esperarían a detenidos por linchamiento en Posorja. Correcto. Totalmente de acuerdo. Asesinos.

2 respuestas37 retweets45 Me gusta

Un forastero!! #CasoPosorja



8. **Mauricio** @dmnm1978 21 oct. 2018

Más

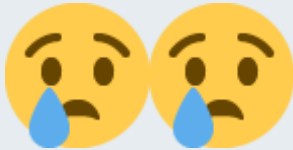
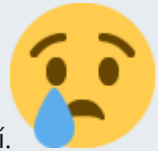
En respuesta a @fabovillamar

Fatal si es así, aunque pensándolo bien mmmmmm q pasaría con el **caso** guacho q fue o no fue disparado, **caso** gabela, etc., ahora es de moda **caso** grillete de Alvarado, xq ya paso su moda **caso**

**posorja** o no todavía



ya me perdí.



1 respuesta 3 retweets 5 Me gusta



9. **Juan Pablo Jaramillo** @jjjaramillo25 22 oct. 2018

Más

Es lamentable pero no existe mucha diferencia entre la justicia a mano propia del **caso** #Posorja y la justicia que quiere imponer el CAN del morenismo/socialcristianismo al querer actuar como juez, sin competencia alguna. Paren la #PersecuciónPolítica

3 respuestas168 retweets174 Me gusta

—



10. **PERIODISMO DEL SUR** @oro\_negro26 22 oct. 2018

Más

PERIODISMO DEL SUR Retwitteó Patricio Mery Bell

Lenin está transformando a [#glaspresopolítico](#) en su víctima inocente como el **caso #Posorja** , busca matarlo

PERIODISMO DEL SUR agregado,

**Patricio Mery Bell** @PatricioMery

Necesitamos el máximo esfuerzo de todos. Jorge Glas no puede morir en la cárcel. Su vida está en peligro. A reaccionar pueblo ecuatoriano. Vicepresidente constitucional del Ecuador está en huelga de hambre indefinida. Si muere en la cárcel las consecuencias serán catastróficas.

0 respuestas14 retweets10 Me gusta

—



11. **Juan Pablo Jaramillo** @jjjaramillo25 22 oct. 2018

Más

Juan Pablo Jaramillo Retwitteó Participa Ecuador

Cuál proceso de reinstitucionalización? Ahora en el país de los transitorios, un ministro dicta prohibiciones de salida del país a sus ex compañeros de gabinete. Es decir hace "justicia" como en el **caso #Posorja**

Juan Pablo Jaramillo agregado,



**Participa Ecuador** Cuenta verificada @CPCCS

.@PabloDavilaJ: "El proceso de reinstitucionalización que atraviesa el Ecuador requiere del mayor esfuerzo de quienes estamos involucrados". #CPCCSTransitorio @radioquitoec @radioplatinumec

1 respuesta 22 retweets 14 Me gusta



¡Unión Ecuador! @UnionEcuador 22 oct. 2018

Más

La policía,"En 48 horas detuvo a 8 personas en el **caso posorja.**" **Caso #FernandoAlvarado** se sacó



el grillete,se fue y ni siquiera se han enterado.El poder del \$\$ sobre el poder punitivo del estado, a ese sinvergüenza no le pasará nada. [#RatasProtegidas](#) [#corrupción](#) [#Correísmo](#)



2 respuestas22 retweets18 Me gusta



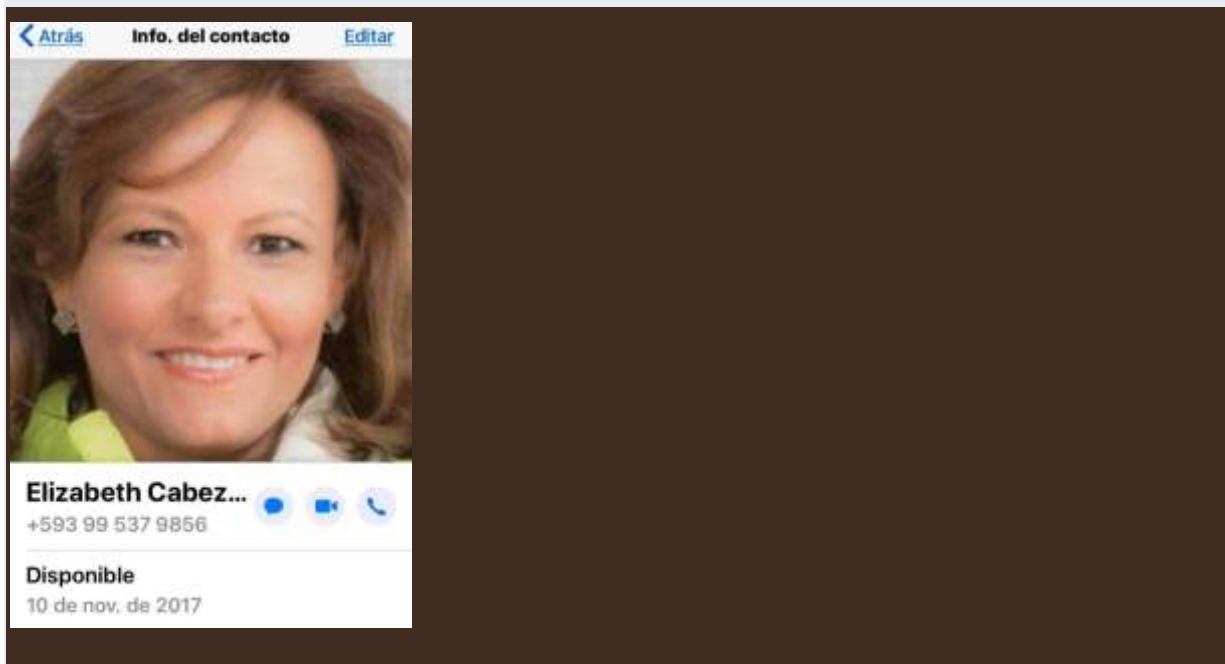
12. **Bienvenido Rafael** @RafaelVuelve 23 oct. 2018

Más

Bienvenido Rafael Retwitteó Dato Duro Ecuador

Lenin, cómo va esa cirugía mayor? Para cuando le mete el bisturí a #GEA, Cabezas, Jurado, ministra Romo, #CasoPosorja, #Guacho y las armas de nuestras FFAA, #Casolbarra, #FeriadoBancario2 @Lenin, el quirófano está vacío!

Bienvenido Rafael agregado,



13. **Bienvenido Rafael** @RafaelVuelve 23 oct. 2018

Más



Guacho Nebot sigue cambiando ministros, hoy le toca renunciar a Paul Granda. Felicitaciones



@Lenin entras al Récord Guinness Guacho #CasoPosorja #Alvarado #ECU911 #Ibarra



#Mascarilla #CasoBalda #GEA #Lenincuencia #CasoSillaDeRuedas

0 respuestas 11 retweets 12 Me gusta



14. **Políticamente Correcto** @politikcorrecta 28 oct. 2018

Más

Tú también puedes ser parte del debate por medio de nuestras redes sociales. ¿La fuga de #FernandoAlvarado, lo ocurrido en #Posorja, el caso #Caterva, entre otros, son responsabilidad de @Lenin Moreno? ¡Cuéntanos en los comentarios tu respuesta!





**LaHistoria** @lahistoriaec 5 nov. 2018

Más

Antes del linchamiento en [#Posorja](#) por falso rumor, ocurrió un **caso** parecido en Alluriquín [#SantoDomingo](#) contra 2 hombres acusados de intentar secuestrar a una niña. Pasó el 29 de septiembre y los hombres se salvaron de ser linchados por la intervención de la policía antimotines.



0 respuestas6 retweets3 Me gusta



15. **El Universo** [Cuenta verificada](#) @eluniversocom 9 nov. 2018

Más

Se suspendió reconstrucción de los hechos en **caso** del linchamiento de tres personas en **#Posorja**.

► [ow.ly/5JiS30myVSX](https://ow.ly/5JiS30myVSX)



16. **C.Rodriguez M.** @crodriguez17 10 nov 2018

Más

No veo mucha diferencia entre el **caso** de **Posorja** con las ventas de armas de los militares a Guacho.

El objetivo es el mismo: ASESINATO DE ECUATORIANOS POR ECUATORIANOS

0 respuestas 4 retweets 5 Me gusta



17. **Mariu** @mariuArtsfan 12 nov. 2018

Más

Lo que pasó en **Posorja** bien puede pasar con cualquier otra situación cuando empiezan a circular esos mensajes falsos por whatsapp creando histeria colectiva, que han hasta movilizad a personas en las calles pero a mí nadie me hace **caso**, hasta exagerada me dicen.

1 respuesta 3 retweets 8 Me gusta



18. **Joshua** @Joshua65804111 16 nov. 2018

Más



**URGENTE** Escucha [#LeninMoreno](#) [@Lenin](#) Que se cuiden estos delincuentes de la presidencia ..banqueros ..Asambleistas ..policías ..militares ..Curas ..politiqueros Que el PUEBLO YA SE CABRIO para nuestra **CASO #POSORJA**



2 respuestas7 retweets5 Me gusta



19. **CRUDA REALIDAD** @crudarealidadec 16 nov. 2018

Más

#ÚLTIMAHORA: La @PoliciaEcuador trata de controlar los desmanes en el UPC de #Posorja por parte de la población, el **caso** esta siendo investigado cc. @AntiradarGYE @dani\_solorzano @carolaartieda @VLandetta @XavierCastroF @periodista8 @bessygranjaOK @morasamanta @Dianita\_DiazP

0 respuestas9 retweets3 Me gusta

# Informe

de

# métricas

CASO POSORJA

20 de ene. de 2019 03:55:20 - 31 de ene. de 2019 13:37:44

# 500

TUITS TOTALES

Valor Económico **\$1.178,74**



**981.820**  
Impactos potenciales

**981.820**  
Alcance potencial

**500**  
Usuarios

**1,00**  
Tuits por usuario

**1.963,64**  
Seguidores por usuario

**1**  
Tuits originales

**1**  
Usuarios originales

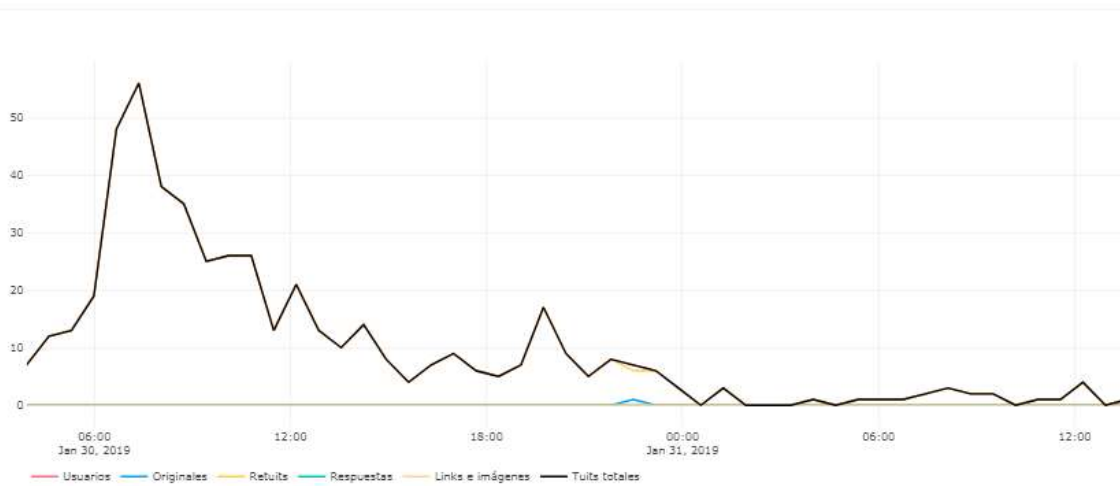
**1,00**  
Tuits originales/usuarios originales

## Actividad de los tuits

30 de ene. de 2019 03:55:20 - 31 de ene. de 2019 13:37:43






















## Actividad de los tuits





















30 de ene. de 2019 03:55:20 - 31 de ene. de 2019 13:37:43



## RANKINGS DE USUARIOS

Mostrar top 5 Compartir

MÁS ACTIVOS ?	Tuits	RETUITEADORES ?	Retuits	MÁS ORIGINALES ?	Tuits originales
 @15b140e68b02486 G@BRyEL HERRER@	1	 @15b140e68b02486 G@BRyEL HERRER@	1	 @henryrrs Henry	
 @1ceci1011 Martha Cecilia	1	 @1ceci1011 Martha Cecilia	1		
 @222atomic Luis Andrade	1	 @222atomic Luis Andrade	1		
 @41985angel Mg. Angélica	1	 @41985angel Mg. Angélica	1		
 @aavv83 UIO-593	1	 @aavv83 UIO-593	1		
 @acuriostalin Stalin Acurio	1	 @acuriostalin Stalin Acurio	1		
 @adreamer4ever Max Palomeque M.	1	 @adreamer4ever Max Palomeque M.	1		
 @ague1990 andrés guerrero	1	 @ague1990 andrés guerrero	1		
 @agurtolionel Lionel Agurto	1	 @agurtolionel Lionel Agurto	1		
 @albertocumbe1 Betto el terrible	1	 @albertocumbe1 Betto el terrible	1		

MÁS POPULARES ?	Seguidores	MAYOR IMPACTO ?	Impactos
 @jorgeglas Jorge Glas	411.054	 @jorgeglas Jorge Glas	411.054
 @egbesrciudadana E.G.™ R.Ciudadana	104.852	 @egbesrciudadana E.G.™ R.Ciudadana	104.852
 @freddysuqui freddy suqui	53.194	 @freddysuqui freddy suqui	53.194
 @c3sarhernand3z César Ache Paredes	48.598	 @c3sarhernand3z César Ache Paredes	48.598
 @somosmasec Somos Más	33.998	 @somosmasec Somos Más	33.998
 @sofiaespinc Sofía Espín Reyes	18.568	 @sofiaespinc Sofía Espín Reyes	18.568
 @cviterigualinga Carlos Viteri Gualinga	15.255	 @cviterigualinga Carlos Viteri Gualinga	15.255
 @resistenciacec Resistencia Ciudadana	11.898	 @resistenciacec Resistencia Ciudadana	11.898
 @ecuadorrc_5 REVOLUCIÓN CIUDADANA ...	11.534	 @ecuadorrc_5 REVOLUCIÓN CIUDADANA ...	11.534
 @sandinin Fausto Jarrin Teran	11.495	 @sandinin Fausto Jarrin Teran	11.495

Valor económico del informe

**\$1.178,74**



**\$4,72**

VALOR MEDIO DE CADA USUARIO ⓘ

Valor económico del usuario ⓘ

El valor económico de un hashtag o término muestra qué valor tiene este hashtag en el mercado, teniendo como referencia el coste de la publicidad online. Se calcula analizando cada uno de los usuarios del informe (seguidores, seguidos, listas, etc.) y sus tuits. Esto nos muestra qué valor tiene el hashtag en el mercado. Para saber más [entre aquí](#).



**\$2,36**

VALOR MEDIO DE UN TUIT ⓘ

Valor económico de los tuits ⓘ





## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **León Tandazo, Marcel Moisés** con C.C: #**1104783319** autor del trabajo de titulación:  
**Estudio de la difusión de noticias mediante la red social twitter y su impacto en la sociedad.**  
**Caso Posorja**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación y Periodismo**  
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 titulación 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 titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 18 de marzo del 2019

f. \_\_\_\_\_

**León Tandazo, Marcel Moisés**

**C.C: 1104783319**

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Estudio de la difusión de noticias mediante la red social twitter y su impacto en la sociedad. Caso Posorja.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Marcel Moisés León Tandazo		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Rafael Oliva Castaño		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Filosofía, Letras y Ciencia de la Educación		
<b>CARRERA:</b>	Comunicación Social		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciado en Comunicación y Periodismo		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	18 de marzo del 2019	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	110
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Comunicación digital, métricas, publicaciones.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	<i>Redes sociales, twitter, periodismo, periodismo digital, Audiencias, difusión</i>		

#### RESUMEN/ABSTRACT

Este estudio de titulación analiza el impacto de la difusión de una noticia o contenido publicado mediante la red social (twitter) y que fueron publicados durante el período del 10 de octubre al 10 de noviembre del 2018, cuyo contenido fue enfocado en la noticia mediática del caso Posorja y el linchamiento de tres presuntos delincuentes vinculados con el secuestro de niños de la localidad de Posorja. El análisis se basó en el estudio de la interacción de las publicaciones basadas en la noticia del caso Posorja y las impresiones de aquellos post y métricas de twitter, con contenido referente al mismo tema durante el período antes mencionado. Se realizó un monitoreo de las estadísticas en cuanto al alcance, difusión e interacción y luego se procedió a mostrar los datos mediante tablas comparativas de Excel.

Concluyendo que la difusión de una noticia en la red social específicamente twitter tiene un impacto negativo en la sociedad de Posorja objeto de este estudio, y las publicaciones cuentan con una gran credibilidad en la mayoría de sus casos, no se realiza un análisis de la fuente de la noticia solo se comparte, no existe una cultura de responsabilidad en cuanto a manejo de publicaciones de contenidos.

<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0939109265	E-mail: king.leon@live.com
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre:</b> Yánez Blum, Sonia Margarita	
	<b>Teléfono:</b> +593-991923729	
	E-mail: <a href="mailto:sonia.yanez01@cu.ucsg.edu.ec">sonia.yanez01@cu.ucsg.edu.ec</a>	

#### SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>	
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	