



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**DESINFORMACIÓN EN LAS REDES SOCIALES DURANTE
LA SEGUNDA VUELTA ELECTORAL DE LAS ELECCIONES
PRESIDENCIALES DEL AÑO 2023**

Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de
Licenciado en Comunicación

AUTOR: RUBIO BUENAÑO MATEO PAÚL

TUTOR: MATRONE DAVIDE

Quito-Ecuador

2025

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Mateo Paul Rubio Buenaño con documento de identificación N° 1723558266 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 24 de febrero del año 2025

Atentamente,

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Mateo Paul Rubio Buenaño', is written over a horizontal line.

Mateo Paul Rubio Buenaño

1723558266

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Mateo Paul Rubio Buenaño con documento de identificación No. 1723558266, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo Académico: “DESINFORMACIÓN EN LAS REDES SOCIALES DURANTE LA SEGUNDA VUELTA ELECTORAL DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DEL AÑO 2023”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 24 de febrero del año 2025

Atentamente,



Mateo Paul Rubio Buenaño

1723558266

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Davide Matrone con documento de identificación N° 1756356505, docente de la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: “DESINFORMACIÓN EN LAS REDES SOCIALES DURANTE LA SEGUNDA VUELTA ELECTORAL DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DEL AÑO 2023”, realizado por Mateo Paul Rubio Buenaño con documento de identificación N° 1723558266, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 24 de febrero del año 2025

Atentamente,



Davide Matrone

1756356505

Índice

Introducción	1
Marco Teórico:	3
Era digital, desinformación y redes sociales	3
Teoría de la agenda Setting, procesos electorales, campaña electoral y polarización política ...	5
Discursos predominantes, estrategias de legitimización y deslegitimación.....	7
Metodología	9
Resultados	11
Figura 1. Tabla estadística de las noticias falsas publicadas para cada candidato	12
Figura 2. Tabla estadística de lo que contiene las noticias falsas difundidas.....	13
Figura 3. Tabla estadística de los tipos de desinformación encontradas en las fake news difundidas	14
Figura 4. Tabla estadística de las redes sociales en las que la desinformación fue difundida ..	14
Figura 5. Collage noticias falsas que fueron publicadas en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene rumores y afirmaciones sin argumento	16
Figura 6. Collage noticias falsas que fueron publicadas en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene promesas extremadas	17
Figura 7. Collage noticias falsas que fueron publicadas en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene teorías de conspiración	18
Figura 8. Collage noticias falsas que fueron publicadas en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene informaciones erróneas	19
Figura 9. Tabla estadística sobre los tipos de discursos predominantes encontrados en la desinformación publicada	20
Figura 10. Imagen de noticia falsa que fue publicada en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene creación de mitos y narrativas.....	21
Figura 11. Imagen de noticia falsa que fue publicada en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene manipulación de encuestas	22
Figura 12. Collage noticias falsas que fueron publicadas en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene difamación y calumnias.....	23
Figura 13. Collage noticias falsas que fueron publicadas en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene vídeos e imágenes manipuladas	24
Figura 14. Tabla estadística de las estrategias de legitimización halladas en la desinformación difundida.....	25
Figura 15. Tabla estadística de las estrategias de legitimización encontradas en la desinformación difundida.....	25

Conclusiones	26
Anexos (optativos)	29
Bibliografía	29

DEDICATORIA

Especial dedicatoria a Dios que en este proceso nunca me abandonó, a mi familia gracias por ser el pilar fundamental, a mis amigos y a las personas que han contribuido para que este trabajo investigativo sea posible.

Mateo Paul Rubio Buenaño

AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente esta oportunidad de titularme a Dios por nunca abandonarme durante mi etapa universitaria, por protegerme y tenerme siempre bajo su manto.

A mi mamá Sandy Buenaño, tu amor incondicional ha sido fundamental para cada día superar los obstáculos presentados, tu paciencia, tus consejos han sido detalles que me han permitido llegar hasta esta instancia. Las lágrimas derramadas de una madre no solo caen al suelo, sino que van al cielo y regresan en forma de milagro.

Mi papá Vinicio Rubio por enseñarme desde pequeño a ser una persona de bien, tus regaños, tus palabras han sido fundamentales para ser quien soy hoy en día. Y por inculcarme que las cosas que anhelamos se consiguen con esfuerzo.

Mi hermana Kristel Rubio por ser la persona que me ha sabido acompañarme en mis peores crisis y demostrarme tu cariño sincero y leal. Quiero demostrarte que después de tanto tiempo si se puede, espero que tú también logres tus metas.

A mis abuelitos Mami Tere, Papi Luis, Martha y Luis por demostrarme su cariño sincero y velar siempre por mi bienestar, les quiero infinitamente.

Mi tutor Davide Matrone, gracias por el apoyo, dedicación y consejos que me ha sabido dar cada día que le presentaba mi tesis e hizo posible la realización de este trabajo académico.

A mis mejores amigos William y Mikaela gracias por alegrar mis días, ser las personas que me escuchan y apoyan a pesar de todo. Les guardo mucho amor, gracias.

A mis amigos que durante mi etapa universitaria han sido fundamentales Adrián, Andrés, Sebastián, Saúl, David, Xavier y Jordán, que siempre me sacaron risas a pesar de los problemas, cada semestre que pasábamos nos acercaba más a nuestra meta y hoy muchachos lo vamos a lograr.

RESUMEN

Este artículo investigativo analiza la desinformación en redes sociales durante la segunda vuelta electoral de las elecciones presidenciales de Ecuador en 2023. Los hallazgos predominantes de ataques personales, difamación, exageración de promesas y teorías de conspiración. Se identificaron estrategias de legitimización, como la construcción de narrativas positivas y manipulación de encuestas. Por otro lado, las estrategias de deslegitimación incluyeron la difamación y el uso de imágenes y videos manipulados.

Los resultados son válidos y fundamentados con estudios previos, utilizando un análisis riguroso de contenido. La metodología empleada es replicable y los hallazgos recalcan la relevancia de abordar la desinformación para proteger la integridad de los procesos democráticos. Este trabajo contribuye teóricamente al entendimiento de la desinformación en contextos electorales y ofrece implicaciones prácticas para la formulación de políticas y estrategias de comunicación.

En conclusión, la investigación resalta la necesidad de enfoques integrados que combinen regulación, educación y tecnología para mitigar los efectos de la desinformación, protegiendo así la democracia y asegurando elecciones justas y transparentes en Ecuador y otros contextos similares.

Palabras clave: Desinformación, redes sociales, Ecuador 2023, elecciones presidenciales, segunda vuelta electoral.

ABSTRACT

This investigative article analyzes disinformation on social media during the second round of Ecuador's presidential elections in 2023. The predominant findings of personal attacks, defamation, exaggeration of promises and conspiracy theories. Legitimization strategies were identified, such as the construction of positive narratives and manipulation of surveys. On the other hand, delegitimization strategies included defamation and the use of manipulated images and videos.

The results are valid and based on previous studies, using a rigorous content analysis. The methodology used is replicable and the findings emphasize the relevance of addressing disinformation to protect the integrity of democratic processes. This work contributes theoretically to the understanding of disinformation in electoral contexts and offers practical implications for the formulation of policies and communication strategies.

In conclusion, the research highlights the need for integrated approaches that combine regulation, education and technology to mitigate the effects of disinformation, thus protecting democracy and ensuring fair and transparent elections in Ecuador and other similar contexts.

Keywords: Disinformation, social networks, Ecuador 2023, presidential elections, second electoral round.

Introducción

Este artículo investiga la producción de fake news generadas por los simpatizantes de los candidatos Luisa González y Daniel Noboa durante el balotaje “también conocido como segunda vuelta electoral, es un método de elección que se utiliza cuando ningún candidato alcanza un umbral específico de votos en la primera ronda de votación”. (Martínez, 2019) desarrollado entre septiembre y octubre de las elecciones presidenciales del 2023 a través de redes sociales como: Facebook y TikTok. En este marco temporal, la desinformación se produjo mediante diversas formas generando rumores mal intencionados sobre los candidatos hasta crear teorías conspirativas con el fin de sembrar dudas sobre la legitimidad del proceso electoral.

Este trabajo de investigación plantea el siguiente objetivo general: Detectar las fake news en las redes sociales Facebook y TikTok, por parte de la plataforma Ecuador Chequea durante la segunda vuelta electoral en el periodo septiembre – octubre del 2023. Para cumplir con el siguiente objetivo central se plantean los siguientes objetivos específicos: identificar los discursos argumentales que fueron predominantes en las redes sociales de Facebook y TikTok y comprender las disputas electorales a partir de las estrategias de legitimización o deslegitimación que se juegan en la desinformación.

En la era digital, las redes sociales son un espacio en donde se generan contiendas políticas para condicionar a la opinión pública, dicho fenómeno se produce con mayor intensidad cuando hay campañas electorales de las elecciones seccionales, presidenciales o también en las campañas de las Consultas Populares. En nuestro caso, analizamos este fenómeno, en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2023 en Ecuador.

Para analizar la difusión de fake news en las redes sociales durante la campaña electoral antes mencionada, es de vital importancia conocer antes el contexto político en el que se desarrollaron dichas elecciones. Estas votaciones se dieron después que el ex presidente Guillermo Lasso decretara la muerte cruzada

“Es una estrategia jurídico- política. Más política que jurídica, según la apreciación a posteriori de muchos teóricos del derecho, con la idea de impedir la lucha de poderes y así remediar o sortear la cantidad de problemas de la vida política nacional”. (Vargas, 2023)

mediante el Decreto Ejecutivo 741 que generó la disolución de la Asamblea General, acontecimiento que se registra por primera en la historia democrática del Ecuador. Sin embargo, el juicio político en la historia del siglo XX en Ecuador se aplicó al presidente Juan de Dios Martínez en el 1933 por fraude electoral.

Después de una primera vuelta electoral altamente disputada, dos binomios presidenciales llegaron a disputarse la presidencia de la República del Ecuador: Luisa Gonzales y Andrés Arauz del movimiento UNES (Ex Alianza País y Revolución Ciudadana del economista Rafael Correa), y Daniel Noboa y Verónica Abad del movimiento ADN¹. Durante la fase del balotaje se incrementaron los fenómenos de polarización política “Es el proceso en el que las diferencias ideológicas y políticas de una sociedad se alinean con otras divisiones sociales, como la religión o preferencias por políticas públicas, creando bloques ideológicos homogéneos y enfrentados” (Miller, 2023) intensificando los enfrentamientos de carácter político entre los dos bandos. En dichos escenarios las redes sociales desempeñaron un papel fundamental para el posicionamiento de ambos candidatos hacia a la conquista del poder.

La fuerte polarización política ha sido uno de los procesos que ha generado un ambiente favorable para manipular la información y crear noticias maliciosas con la participación de seguidores de cada candidato que estaban dispuestos a creer y difundir noticias que favoreciera a su simpatizante, sin verificar si era real o no.

Se espera que el estudio arroje resultados sobre el papel de las noticias falsas en las elecciones presidenciales de Ecuador de 2023, identifique tácticas de deslegitimación utilizadas por los actores políticos y sugiera medidas para mitigar el impacto de la desinformación en futuros procesos electorales.

¹ Conformado por el movimiento Pueblo Igualdad y Democracia PID de Arturo Moreno Encalada (primo hermano del ex presidente de la República del Ecuador, Lenin Moreno) y del movimiento Mover (ex Alianza País).

Marco Teórico:

Era digital, desinformación y redes sociales

La era moderna del siglo XXI es el período en el que "un conjunto de tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio espectro de posibilidades a la comunicación humana" (Sevilla H., 2017) las cuales han crecido exponencialmente. Ya sean redes sociales y aplicaciones de mensajería, o incluso tecnologías emergentes como la realidad aumentada y la inteligencia artificial (I.A), todas estas tecnologías han mejorado la forma en que nos comunicamos y compartimos información.

Además, hacen posible superar las fronteras geográficas y culturales para formar un mundo interconectado que está determinando la forma en que nos relacionamos, trabajamos y aprendemos. Fijando los límites y redefiniendo constantemente las posibilidades de la comunicación humana.

Uno de los mayores desafíos de la era de la información es la "difusión intencionada de información no rigurosa que busca minar la confianza pública, distorsionar los hechos, transmitir una determinada forma de percibir la realidad y explotar vulnerabilidades con el objetivo de desestabilizar" (Romero, 2019). Este fenómeno, conocido como desinformación, ha sido más dominante con la creciente popularidad de plataformas digitales y redes sociales, a través de las cuales incluso una pequeña fracción de información falsa puede ser difundida exponencialmente en solo unos pocos segundos. La desinformación no solo manipula la percepción de la realidad de las personas, sino que también busca la credibilidad de las instituciones y medios tradicionales; el público en general se vuelve escéptico y polarizado.

Con la manipulación de la información y la opinión pública, los agentes de la desinformación (cuentas fantasmas, campañas troll) buscan explotar las debilidades de una sociedad, ya sean políticas, sociales o económicas, para lograr sus objetivos de desestabilización, con efectos graves en las elecciones, desestabilizar la sociedad y debilitar la cohesión social "Se refiere al grado de integración de los ciudadanos en su comunidad. Implica que una sociedad

unida, solidaria y cohesionada tendrá una convivencia más armónica y una democracia más efectiva” (Democrático, S.F)

En cuanto al estado de las plataformas digitales en la rutina, "La visión de las redes sociales es el de integrar al mayor número de miembros posibles, esto gracias al ofrecimiento de diversas herramientas que garantizan la fidelidad de los usuarios" (Flores Cueto, 2009). Los medios sociales han revolucionado la forma en que nos comunicamos, permitiendo niveles sin precedentes de conectividad y comunidades virtuales que trascienden las barreras geográficas. Para personalizar contenidos, interacciones en tiempo real y recomendaciones, entre otras cosas, se espera que las plataformas mantengan comprometidos a los usuarios.

El estudio de esta dinámica también muestra oportunidades y desafíos. En primer lugar, la capacidad de las redes sociales para unir a las personas de diferentes culturas y contextos da como resultado el intercambio de ideas y la creación de interacciones sociales.

El uso de las redes sociales ha transformado la manera de acceder a la información política de los individuos. Como señalan Flores Cueto, Morán Corzo y Rodríguez Vila, "el uso de las redes sociales anima a los individuos a acceder a la información política de manera directa, ya sea a través de los perfiles personales de los líderes políticos, sus partidos o los institucionales". (Flores Cueto, 2009). Esta tendencia refleja un cambio significativo en la dinámica de comunicación política, donde las plataformas digitales se convierten en canales primarios para la difusión de mensajes y la participación ciudadana.

La realidad actual es que el uso de las redes sociales ha cambiado mucho la forma de acceder a la información política de las personas. Serrano Oceja, Gonzálvez Valles y Viñarás Abad, determinan lo siguiente: “El uso de las redes sociales anima a los individuos a acceder a la información política de una manera directa; a través del acceso a perfiles personales de los líderes políticos, de sus partidos o a los institucionales”. (Serrano Oceja, 2019). Surgiendo la situación de corriente cuando las plataformas digitales se han convertido en un canal primario no solo para la divulgación de mensajes sino también para la participación de los ciudadanos. La desinformación en la era digital es una preocupación para la mayoría de las personas, impulsada en gran medida por el uso generalizado de las redes sociales. Si bien las plataformas

animan a los individuos a acceder a la información política de manera directa, también tienen oportunidades y desafíos latentes.

En el libro “Fake News: La nueva arma de destrucción masiva cómo se utilizan las noticias falsas y los hechos alternativos para desestabilizar la democracia” el autor David Alandete menciona que existen varios tipos de desinformación

“**Noticias falsas** es la información fabricada con la intención de engañar y desestabilizar la democracia, **Hechos alternativos** son declaraciones que distorsionan la realidad para manipular la opinión pública, **Propaganda** utilizan los medios de comunicación para difundir mensajes que favorecen ciertos intereses políticos” (Alandete, 2019)

Es una locura la rapidez con la que se puede difundir información falsa en estas redes, lo que dificulta que las personas sepan qué es real y qué no. Cuando se trata de política, es muy importante gestionar adecuadamente las redes sociales para que podamos detener las noticias falsas y tener conversaciones honestas y abiertas, las redes sociales son una fuerza poderosa para la información, ayudando a las personas a unirse y realizar cambios positivos en sus comunidades, en lugar de usarse para difundir mentiras y causar caos.

Teoría de la agenda Setting, procesos electorales, campaña electoral y polarización política

En su obra "Opinión pública y medios de comunicación: Teoría de la agenda Setting" (Gómez, 2009) introduce la teoría de la agenda Setting, que destaca la influencia fundamental de los medios en la formación de la opinión pública, según esta teoría, los medios no solo proporcionan información al público, sino que también tienen el poder de determinar qué temas son considerados importantes y dignos de atención por parte de la audiencia. Este proceso, conocido como "agenda setting", implica que los medios seleccionan y destacan ciertos asuntos, estableciendo así la agenda pública y moldeando las percepciones y opiniones del público.

La teoría del establecimiento de agenda nos ayuda a ver cómo se organizan las elecciones y las campañas políticas y cómo dan forma a los temas que son importantes para nosotros. Esta teoría sugiere que los medios desempeñan un papel importante a la hora de decidir qué temas son importantes para el público. Durante las elecciones, los candidatos y los partidos políticos no sólo aspiran a ganar votos, sino que también intentan captar la atención de los medios y dirigir la

atención del público hacia sus temas preferidos. El marketing sensorial muestra cómo los candidatos utilizan diferentes formas de hacer que las personas piensen y actúen, como utilizar sonidos para cambiar lo que sienten por ellos.

En el análisis del uso de las plataformas Facebook, Twitter y WhatsApp como medio de participación política en los procesos electorales de Ecuador en 2021, Espinosa, Balseca y Valenzuela señalan: "El uso de las plataformas Facebook, Twitter y WhatsApp como medio de participación política online en los procesos electorales Ecuador 2021" (Espinoza, 2021)

Las campañas electorales son como un torbellino de emociones y acciones que sacuden la vida política de un país, momentos en los que los corazones y las mentes de la gente están en juego, donde los candidatos y los partidos políticos se lanzan al escenario con la esperanza de conquistar los sueños y aspiraciones de la ciudadanía. Es un momento en el que las calles se llenan de carteles coloridos, los debates en la televisión se vuelven acalorados y las redes sociales se llenan de discusiones y mensajes de apoyo.

En el análisis del comportamiento de los candidatos durante la campaña electoral en Ecuador en 2017, se destaca que

"El objetivo principal de los candidatos es persuadir e influir en las personas para así ganar votos y alcanzar su meta de ser el presidente/ta del Ecuador. Cada uno de los sentidos fue impulsado por las diversas acciones y actividades que cada binomio presidencial aplicó, sin embargo, el sentido al cual más se enfocaron los candidatos durante la campaña en el 2017 fue el del oído, al manejar un ataque constante a las políticas y decisiones del gobierno saliente con mensajes en contra y muchas veces desafiantes" (Hallo-Alvear, 2017).

Este enfoque en la crítica y la confrontación con el gobierno saliente revela la estrategia adoptada por los candidatos para ganar la confianza y el apoyo de los votantes durante el proceso electoral.

En el libro llamado "Reflexiones sobre el populismo y la polarización en América Latina y sus consecuencias para la democracia" de la autora Jennifer Mccoy define la polarización política como

“La división de la sociedad en campos políticos binarios y mutuamente antagónicos. Este fenómeno puede tener consecuencias negativas para la democracia, como la desconfianza en las instituciones públicas y la disminución del apoyo normativo a la democracia. La polarización puede ser ideológica, basada en clivajes económicos, culturales o de identidad, y puede ser utilizada instrumentalmente por las élites políticas para obtener y conservar el poder” (Mccoy, 2022)

Un aspecto relevante es cómo la polarización es utilizada por las élites políticas como una herramienta para reafirmar su poder. Este uso de la polarización puede llevar a un ciclo repetitivo donde la política se convierte en una batalla constante entre dos bandos opuestos, dificultando la gobernabilidad y la implementación de políticas públicas efectivas.

Además, la polarización ideológica puede intensificarse cuando se mezcla divisiones económicas, culturales y de identidad, lo que puede profundizar aún más las brechas sociales y políticas. En América Latina, estas divisiones a menudo reflejan desigualdades históricas, lo que hace que la polarización sea aún más perjudicial.

Discursos predominantes, estrategias de legitimización y deslegitimación

En las redes sociales, el discurso predominante juega un papel crucial en la forma en que nos comunicamos, interactuamos y consumimos información. Crean un espacio donde las ideas se difunden rápidamente, las opiniones se comparten fácilmente y los debates ocurren en tiempo real.

El libro “Democracia 2.0: La política se introduce a las redes sociales” del autor “David Caldevilla” enfatiza más en este tema

Discursos en red, se refiere a los comentarios y opiniones de individuos o grupos pequeños que expresan su realidad con creatividad e ingenio en las redes sociales. Estos discursos no imponen una jerarquía de valores rígida, sino que proponen formas de ver la sociedad y estilos de vida que se convierten en el aglutinante de la red, facilitando la comunicación entre desconocidos sin necesidad de un centro, asegurando así la robustez de la red (Domínguez, 2010)

Para complementar el concepto de discurso predominante en el artículo académico “The spread of true and false news online” de los autores “Soroush Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral” mencionan que existen varios tipos de discursos argumentales y los más evidentes son

Ataques personales son mensajes que buscan desacreditar a los candidatos mediante rumores y afirmaciones sin fundamento, promesas exageradas contienen publicaciones que exageran las promesas de campaña para crear falsas expectativas entre los ciudadanos, teorías de conspiración son afirmaciones sobre conspiraciones gubernamentales o intervenciones extranjeras y por ultimo informaciones erróneas sobre políticas públicas que contiene datos inexectos o distorsionados sobre las propuestas y políticas de los candidatos. (Soroush Vosoughi, 2018)

El discurso predominante en las redes sociales son herramientas poderosas para la comunicación, la movilización y el cambio social. También es importante ser usuarios exigentes de la información en línea y evaluar cuidadosamente el discurso al que estamos expuestos. La legitimización en el contexto de la desinformación se refiere “Al proceso por el cual cierta información falsa o engañosa es presentada de tal manera que parece creíble y aceptable para el público. Esto puede lograrse a través de la manipulación de hechos y la omisión de información relevante” (Campos, 2021). La legitimización se puede utilizarse para ganar la confianza y el apoyo de la audiencia, persuadir a las personas para que adopten un determinado punto de vista, construir una imagen pública positiva. Existen varias estrategias de legitimización como creación de mitos y narrativas positivas que es la construcción de una imagen heroica del candidato apoyado, enfatizando logros, entre otras. Manipulación de encuestas son las publicaciones de resultados de encuestas falsos o manipulados para mostrar una ventaja competitiva.

Por otro lado, la deslegitimación en la desinformación ocurre cuando “Se expone la falsedad o el engaño detrás de una información, desacreditándola y reduciendo su influencia o aceptación entre el público” (Campos, 2021) Estas estrategias se pueden utilizar para, desacreditar a las personas o grupos opuestos, crear dudas sobre la veracidad de la información, debilitar el apoyo a una causa o idea. También existen estrategias de deslegitimización como difamación y calumnias que es la propagación de rumores dañinos y acusaciones infundadas contra el oponente.

Ambos procesos son cruciales en la lucha contra la desinformación, ya que la legitimización puede conducir a la difusión de información dañina, mientras que la deslegitimación ayuda a proteger al público de ser engañado y preserva la integridad de la información verdadera.

Metodología

Las noticias falsas expuestas en este trabajo provienen de un levantamiento de información realizado en la página oficial de Instagram de Ecuador Chequea, la cual fue una de las encargadas de corroborar dicha veracidad de noticias durante el periodo septiembre – octubre, tiempo en el cual se desarrolló la segunda vuelta electoral de las elecciones presidenciales del año 2023 en Ecuador. Queremos analizar las noticias falsas generadas durante la misma campaña electoral. Se escogió el portal Ecuador Chequea ya que según su definición e ideología extraída de su página web oficial se alinean a las ideas presentadas en este artículo investigativo:

Es el primer medio ecuatoriano dedicado enteramente a la verificación del discurso público y contenidos engañosos que circulan en Internet. Los pronunciamientos analizados deben haberse expresado públicamente o estar recogidos en documentos. También deben ser relevantes ante la coyuntura nacional o local. Por lo influyente de su actividad, se prioriza la verificación al discurso de autoridades del Gobierno Central, de gobiernos autónomos descentralizados, asambleístas y exfuncionarios que inciden en la agenda pública (Chequea, 2024)

Para abordar el tema de la desinformación en las redes sociales durante la segunda vuelta electoral de las elecciones presidenciales en Ecuador en 2023, se empleará un enfoque metodológico cualitativo. Este enfoque permitirá una comprensión profunda del fenómeno, en cuanto nos permite explorar y analizar el contenido y la narrativa de la desinformación difundida. En el libro “Metodología de la investigación” de los autores Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio se define el método cualitativo como:

Un enfoque de investigación que se centra en comprender fenómenos según las perspectivas de los participantes y en el contexto en que se presentan. A diferencia del método cuantitativo, que busca cuantificar y analizar numéricamente los datos, el cualitativo se enfoca en aspectos más profundos y descriptivos de un problema o situación. Los puntos a resaltar son **Datos No Numéricos** que se basa en la interpretación de datos no numéricos como textos, entrevistas y observaciones. **Comprensión Profunda** busca entender las experiencias, actitudes y comportamientos humanos. **Contexto Natural** se realiza en el entorno natural donde ocurre el fenómeno de estudio, sin manipularlo. **Análisis Detallado** involucra un análisis detallado y minucioso de los datos recopilados para extraer significados y patrones. Este método es ampliamente utilizado en las ciencias sociales para explorar complejidades que no pueden ser capturadas a través de métodos cuantitativos (Roberto Hernández Sampieri, 1991)

La metodología también debe considerar algunas limitaciones y desafíos. El acceso a datos completos y representativos de las redes sociales puede verse limitado por restricciones de

privacidad de las plataformas. Además, la naturaleza de las redes sociales implica que el contenido puede cambiar rápidamente, lo que dificulta la captura y el análisis en tiempo real.

La metodología propuesta permitió una comprensión profunda y multifacética de la desinformación en las redes sociales durante la segunda vuelta electoral de las elecciones presidenciales en Ecuador en 2023. El análisis narrativo de redes sociales espera obtener una visión amplia del fenómeno, identificando los tipos y canales de desinformación. Este enfoque es esencial para desarrollar intervenciones efectivas y proteger la integridad del proceso democrático en futuras elecciones.

También se consideró el análisis de contenido como” una técnica de investigación utilizada para interpretar textos de manera sistemática y objetiva. También se detalla algunos puntos clave del concepto” (Abela)

Conceptualización, técnica de interpretación de textos de diversas formas, para entender fenómenos sociales. Metodología combina la observación y producción de datos con su análisis, utilizando la lectura sistemática y objetiva. **Contenido Manifiesto y Latente** distingue entre el contenido explícito y el significado oculto que el autor puede transmitir (Abela)

Existen componentes para analizar la información como:

Objeto de Análisis se refiere a la selección del tema o problema a investigar, incluyendo la revisión bibliográfica y el marco teórico. **Reglas de Codificación** son las pautas para la interpretación y clasificación del contenido textual o visual. **Sistema de Categorías** implica la creación de categorías para organizar y sintetizar la información del contenido. **Fiabilidad del Sistema** se verifica la consistencia y precisión del sistema de codificación y categorización.

Una vez explicado este punto se consideró para el análisis de contenido, publicaciones de redes sociales que hayan tenido contenido información falsa.

Para cumplir con los objetivos planteados, se realizó una fase preparatoria en la que se seleccionó el portal Ecuador Chequea ya que fue la primera plataforma en dedicarse a la verificación del discurso público y contenidos que circulan en internet y porque cuenta con 5.000 seguidores en su red social de Instagram. Las noticias falsas que el portal verificó se realizaron a diario en el periodo de nuestra investigación y se pudo corroborar que las que las noticias falsas

publicadas en el periodo investigado fueron en total 30 para ser más específicos en el mes de septiembre se desmintieron 20 noticias falsas, 14 para el candidato Noboa y 6 para la candidata González. En el mes de octubre se detectaron 10 noticias falsas, 7 para el candidato Noboa y 3 para la candidata González.

Se realizó una tabla matriz en Excel que contiene el título de la noticia desmentida, las capturas de la portada de las respectivas fakes news, el link de la publicación. También contiene el contenido multimedia que se usó en la noticia falsa difundida en este caso (texto, imagen, vídeo y audio), los tipos de desinformación (noticias falsas, hechos alternativos y propaganda), la red social en que fue publicada (Facebook y TikTok).

También en la tabla matriz se identificaron las estrategias de legitimización en las noticias falsas publicadas durante el periodo que duro la segunda vuelta electoral y en las redes sociales antes mencionadas, creación de mitos y narrativas positivas son algunas de las estrategias o relacionadas que se detectaron en este primer bloque. Por otro lado, también se detectaron estrategias de deslegitimización tales como difamación y calumnias y videos e imágenes manipuladas.

La matriz así elaborada nos permitió cumplir con el objetivo general y con el objetivo específico en cuanto se identificaron los discursos argumentales que fueron predominantes en las redes sociales analizadas.

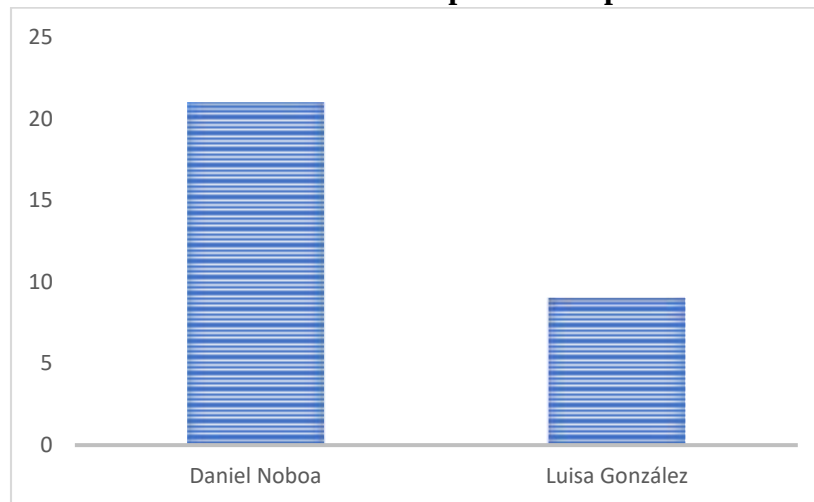
Resultados

Tras haber analizado las 30 noticias falsas desmentidas por el portal Ecuador Chequea se evidencia una clara polarización política entre la ciudadanía debido a que las “Fake news” generadas por las personas y simpatizantes fueron de todo tipo.

En total se recopilaron 30 noticias desmentidas por el portal Ecuador Chequea en el periodo que se anunció la segunda vuelta electoral, dando como resultado 21 noticias desmentidas para el

candidato por el partido ADN Daniel Noboa y 9 noticias desmentidas para la candidata por el partido UNES Luisa González. Las noticias desmentidas fueron publicadas en las redes sociales de Facebook y TikTok.

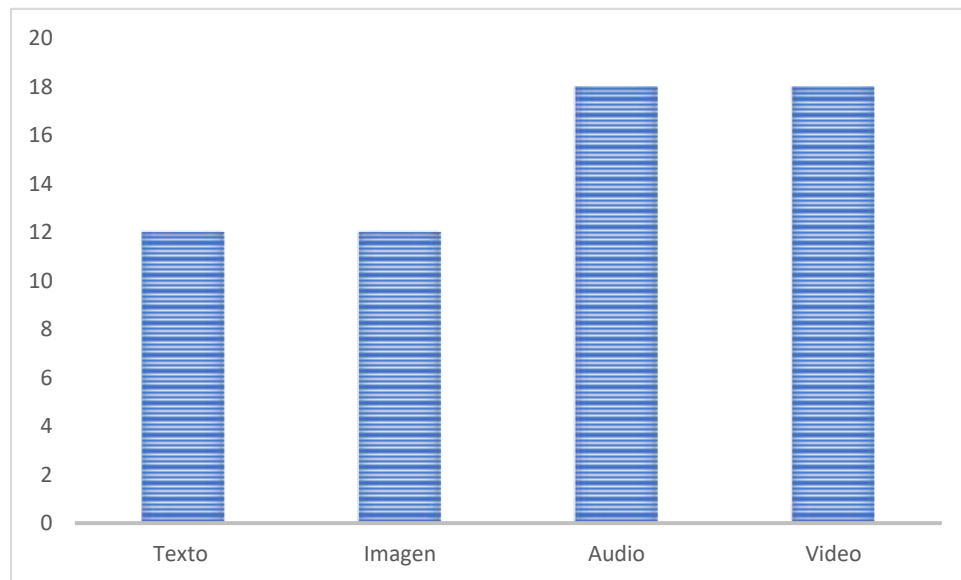
Figura 1. Tabla estadística de las noticias falsas publicadas para cada candidato



Fuente: Elaboración propia

Se identificó la manera en que las fake news fueron difundidas como, por ejemplo: Texto, imagen, audio y video esto con el fin de dividir hechos noticiosos falsos que pueden tener más credibilidad. En el caso de texto e imagen es información menos creíble ya que cualquier persona o simpatizante puede crear una imagen y adjuntar un texto con la fake news que quiere ser difundida. Por el otro lado, tenemos audio y video este es un caso más severo ya que, con el avance de la tecnología y la popularización de la inteligencia artificial, se pueden modificar fragmentos de videos y audios para que las declaraciones o diálogos mencionados por los dos candidatos puedan modificarlos según su conveniencia para desfavorecer o favorecer a cualquiera de los dos candidatos. Es así como se evidenció que la mayoría de las noticias falsas difundidas han sido 18 noticias entre ambos simpatizantes los cuales contienen audio y video.

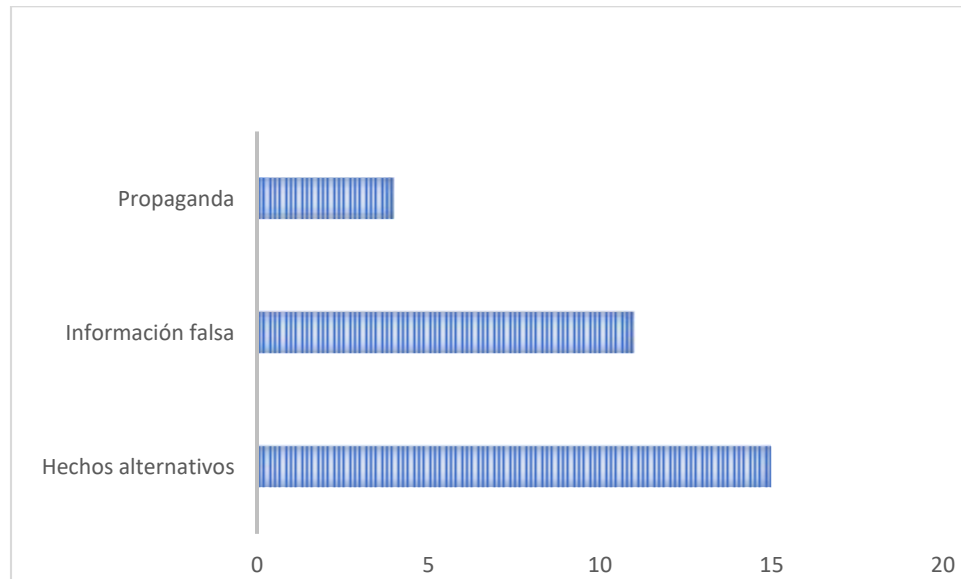
Figura 2. Tabla estadística de lo que contiene las noticias falsas difundidas



Fuente: Realización propia

Se analizó el tipo de desinformación que contienen las noticias falsas difundidas, se categorizaron en 3 tipos: noticias falsas, hechos alternativos y propaganda, mencionadas por el autor “David Alandete” en su libro “Fake News: La nueva arma de destrucción masiva cómo se utilizan las noticias falsas y los hechos alternativos para desestabilizar la democracia”, se evidenció que la mayoría de noticias son hechos alternativos ya que las declaraciones y opiniones brindadas por los dos candidatos fueron manipuladas para distorsionar la opinión pública. Para ser exactos se identificaron 15 noticias falsas que contienen dicho tipo, le sigue información falsa con 11 noticias falsas difundidas y por último propaganda con 4 noticias falsas.

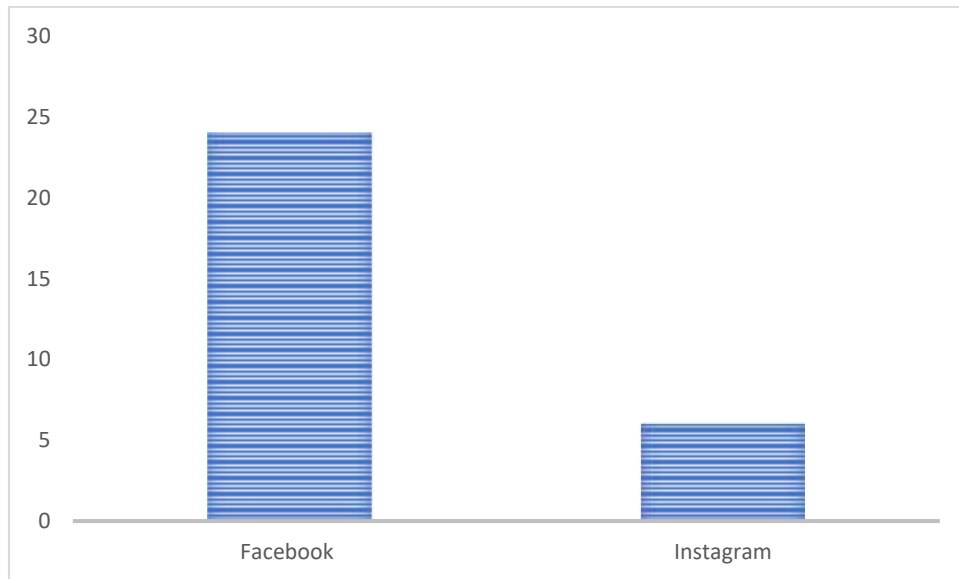
Figura 3. Tabla estadística de los tipos de desinformación encontradas en las fake news difundidas



Fuente: Realización propia

Y por último se analizó la red social en la que las noticias falsas fueron publicadas, se segmentó únicamente en la página oficial de Instagram de Ecuador Chequea los cuales identificaban la red social en la que fue difundida la fake new, dando como resultado, 24 noticias falsas publicadas en la red social de Facebook y 6 noticias falsas publicadas en la red social de TikTok.

Figura 4. Tabla estadística de las redes sociales en las que la desinformación fue difundida



Fuente: Realización propia

La desinformación en las redes sociales durante la segunda vuelta electoral en Ecuador tuvo un gran impacto en el proceso democrático y en la manera que los votantes percibieron la legitimidad de las elecciones. En primer lugar, la difusión de noticias falsas, como rumores debilitó la confianza en los candidatos y en el sistema político en general. Los votantes se vieron acorralados por tanta información contradictoria y confusa, lo que impidió tomar decisiones de forma informada. También cabe mencionar que la desinformación provocó la polarización y la división dentro de los ecuatorianos, dando paso a tensiones políticas y sociales.

Se identificaron varios discursos predominantes en la segunda vuelta electoral de elecciones presidenciales 2023 en Ecuador como, por ejemplo, los ataques personales que buscaron desacreditar a los candidatos mediante rumores y afirmaciones sin argumento. Esto se evidencia en las siguientes noticias falsas, “Noboa propone bajar los sueldos a los ecuatorianos” existe registro de una entrevista en donde Daniel Noboa menciona que el principal problema de la baja competitividad en Ecuador son los altos sueldos en el país. Esto, insinuando que el político propone reducir los salarios, en caso de llegar a la Presidencia. Cabe recalcar que las declaraciones de Daniel Noboa que se muestran en el video publicado en la red social Facebook son reales, sin embargo, son correspondientes al año 2021 y se encuentran descontextualizadas. Tampoco se

encontraron registros de que la reducción de sueldos a los ciudadanos sea una propuesta del partido ADN. Por otro lado, tenemos la noticia falsa “Líder de los Lobos asegura ser miembro de la RC y que apoya a Luisa González” el video difundido a través de la plataforma TikTok es un montaje, no se encontraron registros que el hombre que aparece en el video sea el líder de los Lobos, el desmintió el contenido. Este vídeo fue compartido a través de varias redes sociales y tuvo un gran impacto por el número de vistas que alcanzó, dando como resultado que la noticia falsa generada sea percibida como verdadera.

Figura 5. Collage noticias falsas que fueron publicadas en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene rumores y afirmaciones sin argumento



Fuente: (ECUADORCHEQUEA [@ecuador_chequea], 2023)

Promesas exageradas, son promesas extremadas ofrecidas en la campaña para crear falsas expectativas en los votantes, esto con el fin de captar más votos, esto lo podemos evidenciar o se asemejan en las siguientes fake news: “Daniel Noboa ofrece bono de 4 dólares para los pobres” esta noticia falsa contiene audio y video, pero está manipulada, el clip fue extraído de una rueda de prensa, los movimientos de los labios del candidato Noboa no concuerdan con el audio presentado. Fue difundida a través de la plataforma de Facebook, causando gran revuelo a pocos días de que se realice las votaciones de la segunda vuelta electoral. En el caso de la candidata Luisa

González la noticia falsa que se publicó fue “Luisa González ofrece condenar deudas de luz” se difundió una imagen la que aseguraba que la candidata realizó un post en su cuenta oficial X (antes conocida como twitter) explicando que hay miles de familias que se les hace imposible pagar sus deudas con la Corporación Nacional de Electricidad (CNEL). Para contrastar esta información se utilizó una búsqueda avanzada en X y no se encontró dicho post realizado por la candidata.

Figura 6. Collage noticias falsas que fueron publicadas en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene promesas extremadas

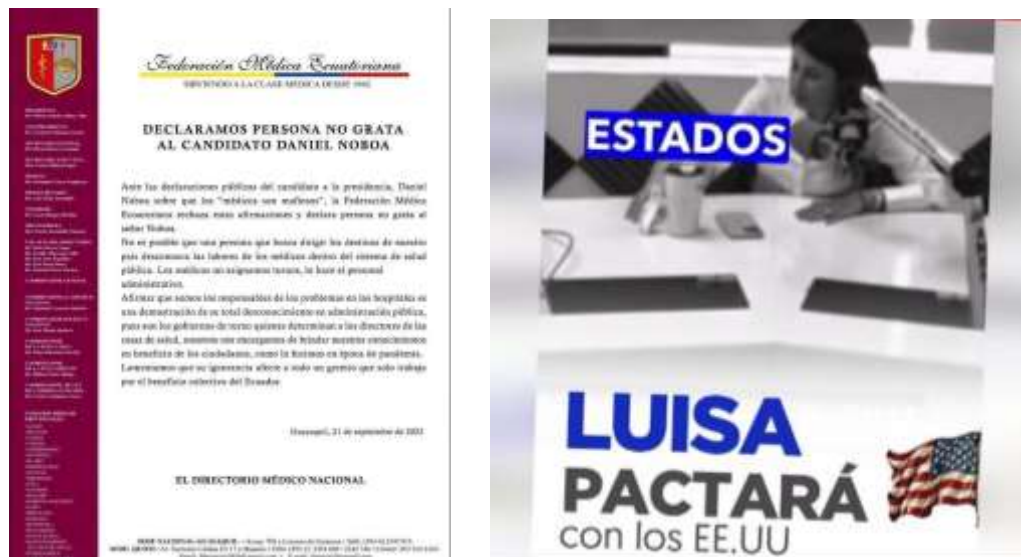


Fuente: (ECUADORCHEQUEA [@ecuador_chequea], 2023)

Teorías de conspiración son afirmaciones sobre conspiraciones gubernamentales o intervenciones extranjeras o nacionales sin pruebas, esto se evidencia o se relaciona en las siguientes noticias falsas divulgadas, “Médicos declaran persona no grata a Daniel Noboa” La Federación Médica Ecuatoriana desmintió el supuesto comunicado, sin embargo, las declaraciones brindadas por Noboa fueron descontextualizadas, se refirió al papel de los médicos en las tardanzas para la entrega de turnos en el sistema de salud y provocó una gran ola de desinformación, la publicación fue difundida en la red social TikTok. Por otro lado, tenemos la noticia falsa difundida en la red social Facebook “Luisa Gonzáles dijo que va a pactar con Estados Unidos” la candidata

hablo sobre combatir el narcotráfico en el Ecuador para esto el país tiene que coordinar con la Unión Europea, con Estados Unidos, con Colombia para poder desarticular las bandas delictivas, a ningún momento se habló de realizar un pacto con EEUU, además el post carece de información y el video fue manipulado.

Figura 7. Collage noticias falsas que fueron publicadas en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene teorías de conspiración



Fuente: (ECUADORCHEQUEA [@ecuador_chequea], 2023)

Y por último tenemos informaciones erróneas sobre políticas públicas que son datos inexactos o distorsionados sobre las propuestas y políticas de los candidatos. Las noticias falsas difundidas con este discurso predominante son las siguientes: “González quiere incluir el fentanilo en la tabla de consumo” un post realizado en TikTok aseguró que la candidata quiere incluir al fentanilo en la “tabla de consumo permitido de drogas”. Sin embargo, esto fue falso ya que no se encontraron registros de que en el video real publicado González hable de lo antes mencionado. Por otra, parte consta una noticia falsa “Daniel Noboa propone desdolarizar al país” lo cual fue contrastado, las opiniones vertidas por el candidato están descontextualizadas y fue publicado en Facebook. Además, en las propuestas planteadas por el binomio por la alianza “ADN” se proponen estrategias para proteger la dolarización.

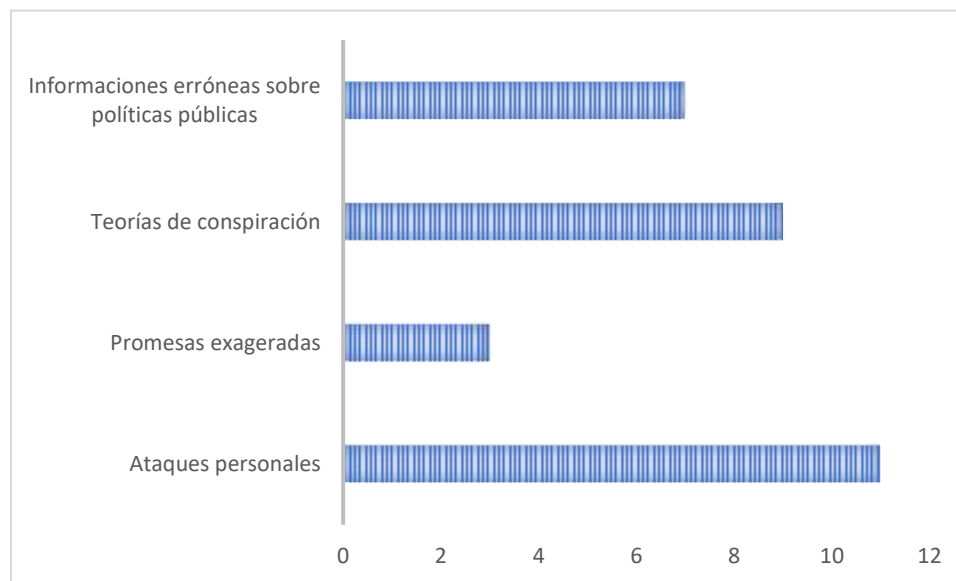
Figura 8. Collage noticias falsas que fueron publicadas en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene informaciones erróneas



Fuente: (ECUADORCHEQUEA [@ecuador_chequea], 2023)

Una vez explicado los discursos predominantes analizados las noticias falsas se evidenció que predominan los ataques personales (10 noticias falsas para Noboa) y (1 noticia falsa para González), le sigue teorías de la conspiración con (4 noticias falsas para Noboa) y (5 noticias falsas para González), informaciones erróneas de políticas públicas con (5 noticias falsas para Noboa) y (2 noticias falsas para González), y por ultimo esta promesas exageradas (2 noticias falsas para Noboa) y (1 noticia falsa para González). Entonces podríamos decir que los ataques personales son las fake news que más se comparten en las redes sociales, esto con el único fin de perjudicar la imagen del candidato y restarle posibles votos.

Figura 9. Tabla estadística sobre los tipos de discursos predominantes encontrados en la desinformación publicada



Fuente: Realización propia

Se identificó que existen varias estrategias de legitimización en las noticias falsas publicadas en las redes sociales. Entre ellas están: Creación de mitos y narrativas que es la construcción de una imagen heroica del candidato apoyado, enfatizando logros y promesas innovadoras. En el caso del candidato Daniel Noboa no se identificaron noticias falsas dentro de las 30 noticias analizadas que hayan sido publicadas con esta estrategia, esto quiere decir que nunca se le atribuyó una imagen heroica, en donde se diga los respectivos logros que ha hecho el candidato. Por otro lado, en el caso de la candidata Luis González se identificó esta noticia falsa “ILE donó cajas de hierba luisa en Loja como apoyo al correísmo” si bien esta acción no la realizó la candidata se relaciona debido a la connotación de él te hierba luisa con el de la candidata. En la red social TikTok se publicó un video asegurando que la empresa ILE donó cajas de hierba luisa como apoyo al correísmo, sin embargo, la empresa aclaró que no han realizado ninguna donación y que no apoyan a ningún partido político. En el video publicado aparece Alicia Jaramillo, una de las principales dirigentes del correísmo en la provincia de Loja, junto a una gran cantidad de cajas de hierba luisa afirmando que fueron donadas por su empresa fabricante. Cabe aclarar que este video no es manipulado las declaraciones vertidas por Alicia

Jaramillo son reales y son las siguientes: “Queremos agradecer a la Industria Lojana de Especerías, ILE, una empresa lojana, que nos ha donado mil cajas de hierba luisa, aquí en Loja”.

Figura 10. Imagen de noticia falsa que fue publicada en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene creación de mitos y narrativas



Fuente: (ECUADORCHEQUEA [@ecuador_chequea], 2023)

Tenemos manipulación de encuestas que son publicaciones de resultados de encuestas falsos o manipulados para mostrar una ventaja competitiva. Otra vez para el candidato Noboa no se identificó este tipo de estrategia de legitimización es decir que no se publicaron fake news demostrando encuestas que beneficiaban al candidato. Por otro lado, la noticia falsa en la que más se evidencia esta estrategia para la candidata Luis González es “El Comercio publica que González sube en las encuestas tras el debate” en el debate se respondieron 4 ejes temáticos economía, seguridad, social y político, sin embargo, el diario El Comercio nunca habría realizado una nota periodística diciendo que la candidata del correísmo, Luisa González, subió en las encuestas luego del debate presidencial. Esta información fue difundida en la red social Facebook, teniendo gran relevancia por el número de likes, comentarios y compartidos.

Figura 11. Imagen de noticia falsa que fue publicada en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene manipulación de encuestas



Fuente: (ECUADORCHEQUEA [@ecuador_chequea], 2023)

También se identificaron varias estrategias de deslegitimización en las noticias falsas analizadas, una de ella es difamación y calumnias es la propagación de rumores dañinos y acusaciones infundadas contra el oponente. Por parte del candidato Daniel Noboa se identificó la noticia falsa “Daniel Noboa usó un uniforme de preso” una fotografía difundida en la red social TikTok en la que aparece el candidato Noboa es falsa, el post sugiere que éste es su mayor secreto. Por otro lado, tenemos la fake new “González y Correa despenalizaron el consumo de drogas” una publicación realizada en la red social Facebook, asegura que la candidata González y el ex presidente de la Republica Rafael Correa despenalizaron el consumo de drogas en Ecuador. La noticia tuvo gran relevancia por los likes, comentarios y compartidas recibidas.

Figura 12. Collage noticias falsas que fueron publicadas en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene difamación y calumnias



Fuente: (ECUADORCHEQUEA [@ecuador_chequea], 2023)

Por ultimo tenemos la técnica de videos e imágenes manipuladas en el caso del candidato Daniel Noboa se identificó la noticia falsa “Madre de Rafael Correa fue vista en la campaña de Daniel Noboa” la fotografía fue publicada en la red social de TikTok, en donde asegura que la madre del ex presidente de Rafael Correa, Norma Delgado fue vista en la campaña de Daniel Noboa, la publicación fue relevante ya que contó con una gran numero de reacciones, comentarios y compartidos. Por parte de la candidata González se identificó la noticia falsa “Líder de los Lobos asegura ser miembro de la RC y apoya a Luisa González” un video manipulado en donde el supuesto líder de la banda criminal aseguraba ser miembro de la RC, el supuesto video fue desmentido ya que la persona que aparecía en el video no es el líder y no tiene nada que ver.

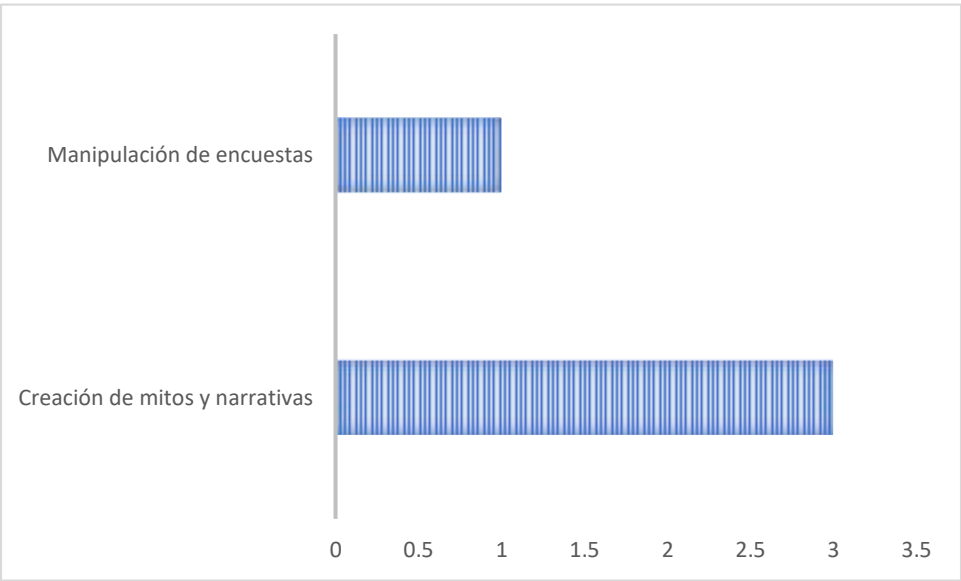
Figura 13. Collage noticias falsas que fueron publicadas en el periodo de la segunda vuelta electoral presidencial del año 2023 que contiene vídeos e imágenes manipuladas



Fuente: (ECUADORCHEQUEA [@ecuador_chequea], 2023)

Una vez identificados las estrategias de legitimización y deslegitimización cabe recalcar que en el corpus empleado en este trabajo de investigación es decir 30 noticias falsas no se identificaron estrategias de legitimización para el candidato Daniel Noboa, creación de mitos y narrativas y manipulación de encuestas, son las estrategias que se evidenciaron nulas para Noboa esto quiere decir que en las noticias falsas publicadas nunca se construyó una imagen positiva o nunca se quiso dar a entender que es un político correcto. Las estrategias de legitimización identificadas (creación de mitos y narrativas y manipulación de encuestas) se evidenciaron en la candidata Luisa González dando así: 3 noticias falsas que contienen estrategias de creación de mitos y narrativas y 1 noticia falsa que contiene manipulación de encuestas.

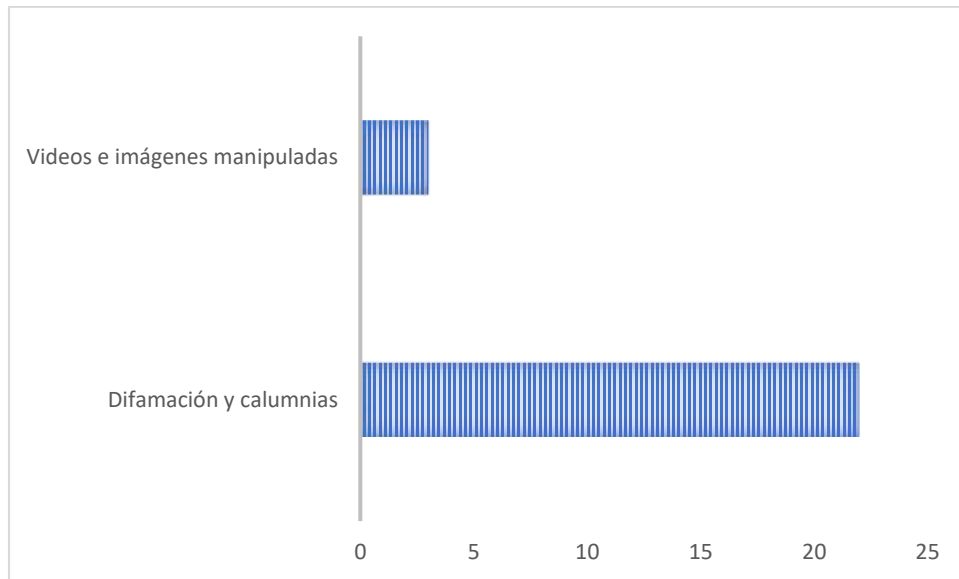
Figura 14. Tabla estadística de las estrategias de legitimización halladas en la desinformación difundida



Fuente: Realización propia

Y para finalizar se identificaron estrategias de deslegitimización tales como, difamación y calumnias, dando como resultado 19 noticias falsas identificadas para el candidato Noboa y 3 para la candidata Gonzáles, esto quiere decir que ambos candidatos fueron víctimas de rumores dañinos y acusaciones sin fundamentos, esto con la finalidad de dañar la imagen de los candidatos. Por otra parte, tenemos la estrategia infundada de videos e imágenes manipuladas que se detectaron en 2 noticias falsas para el candidato Noboa en las cuales se evidencia que las declaraciones están manipuladas y las fotografías contienen fotomontajes. Para la candidata González se evidenció 1 noticia falsa que contiene videos e imágenes manipuladas.

Figura 15. Tabla estadística de las estrategias de legitimización encontradas en la desinformación difundida



Fuente: Realización propia

Conclusiones

Este artículo investigativo se centró en analizar los diferentes mensajes generados por la desinformación en las redes sociales durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de Ecuador en 2023.

El análisis de los mensajes en redes sociales (Facebook y TikTok) reveló varios tipos de discursos que circularon durante el período electoral. Algunos de ellos, los ataques personales y difamación fueron predominantes. Se difundieron muchas acusaciones sin fundamento y rumores que buscaban desacreditar a los candidatos. Estas tácticas no solo afectaron a la imagen de los involucrados, sino que también crearon dudas entre la ciudadanía sobre la integridad de los candidatos.

Otra línea argumental fue la exageración de promesas y la creación de falsas expectativas, muy pocas publicaciones distorsionaron las promesas de la campaña de ambos candidatos, presentándolas de manera exagerada para atraer a los votantes. Cabe mencionar que

esta estrategia no solo desinforma, sino que también genera desilusión y desconfianza cuando las expectativas generadas entre los simpatizantes no se cumplen.

Las teorías de conspiración jugaron un papel en la narrativa de desinformación, se propagaron múltiples teorías sin evidencia sobre conspiraciones gubernamentales, intervenciones extranjeras y nacionales o casos relacionados, creadas para socavar la confianza en el proceso electoral y en la legitimidad de los candidatos.

Las estrategias de legitimización identificadas en este artículo investigativo incluyeron la creación de mitos y narrativas sobre los candidatos, estos mensajes destacaron cualidades personales, logros alcanzados y promesas innovadoras, a menudo de manera exagerada o sin fundamentos. Este tipo de mensajes buscaban infundir una imagen heroica y confiable de los candidatos, llamando a las emociones positivas de los votantes.

Otra estrategia fue la manipulación de encuestas, donde se difundieron resultados de encuestas falsas o manipuladas para mostrar una ventaja de ambos candidatos. Esta estrategia busca influir en la percepción pública y crear una sensación de inevitabilidad respecto a la victoria del candidato favorecido.

Las estrategias de deslegitimización se centraron en difamación y calumnias, utilizando rumores y acusaciones sin fundamento para desfavorecer a los oponentes, estos mensajes buscaban debilitar la confianza en los candidatos rivales, enfocándose en supuestos escándalos y errores del pasado.

Finalmente se identificó el uso de imágenes y videos manipulados. La edición de videos, audio e imágenes se utilizaron para crear material engañoso y perjudicial, estos mensajes

visuales tienen un fuerte impacto emocional y pueden ser particularmente efectivos para influir en la percepción pública de los candidatos.

Los resultados del artículo investigativo son válidos y extensos, fundamentados en un análisis de los mensajes en redes sociales utilizando metodologías de análisis de contenido. La validez de estos hallazgos se ve fortalecida por su firmeza con estudios previos sobre la difusión de desinformación en contextos electorales.

El enfoque metodológico utilizado que incluye el análisis de contenido y la verificación de hechos, es viable y replicable para futuros estudios sobre desinformación en contextos electorales similares. La utilización de técnicas de análisis de mensajes y verificación de datos proporciona una base sólida para el estudio de la desinformación y su impacto.

Los resultados del artículo investigativo son relevantes en el contexto actual, donde la desinformación representa una gran amenaza para la integridad de los procesos democráticos. El reconocimiento de estrategias de legitimización y deslegitimización utilizadas proporciona información valiosa para la enunciación de políticas y estrategias de comunicación que pueden contrarrestar los efectos negativos de la desinformación. Estos hallazgos resaltan la necesidad de implementar medidas más efectivas para combatir la desinformación entre los ciudadanos.

Este artículo investigativo contribuye a la literatura existente sobre la desinformación y comunicación política, dando evidencia positiva sobre las dinámicas de la desinformación en un contexto electoral en América Latina. Los resultados dan un campo más extenso para la comprensión teórico de cómo se utilizan las redes sociales para difundir desinformación y cómo estas prácticas impactan en la conducta electoral y percepción pública.

Los hallazgos del artículo investigativo tienen implicaciones de prácticas significativas, se puede informar a las personas responsables de políticas, organizaciones de la sociedad y las plataformas de redes sociales sobre la urgente necesidad de implementar medidas más estrictas y efectivas para combatir la desinformación. Cabe recalcar la importancia de identificar noticias falsas para que los ciudadanos puedan discernir entre información veraz y falsa.

El artículo académico de la desinformación en las elecciones de Ecuador 2023 no solo proporciona una visión detallada de las estrategias empleadas, sino que también plantea la urgente necesidad de continuar investigando este fenómeno en futuros contextos electorales. Es recomendable analizar detalladamente las redes sociales emergentes y sus impactos en la difusión de las fake news, así mismo como en la efectividad de las políticas implementadas para contrarrestar este problema.

Anexos (optativos)

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1jdcih7OsRAr0SG5EEbAtljRBToeO2D0quwXyeKbKhs/edit?usp=sharing>

Bibliografía

- Abela, D. J. (s.f.). *Las técnicas de Análisis de Contenido: una revisión actualizada*.
- Alandete, D. (2019). *FAKE NEWS: LA NUEVA ARMA DE DESTRUCCIÓN MASIVA*. Barcelona: Editorial Planeta S.A.
- Campos, E. M. (2021). *Información, desinformación, bibliotecas y usuarios del siglo XXI*. México: Universidad nacional autónoma de México.
- Chequea, E. (15 de Junio de 2024). *Ecuador Chequea*. Obtenido de Ecuador Chequea: <https://ecuadorchequea.com/metodologia/>
- Democrático, F. (s.f.). *Cohesión social*. Faro Democrático.
- Domínguez, D. C. (2010). *Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales*. España: Revista Internacional de Investigaciones publicitarias.
- Espinoza, M. Z. (2021). *El uso de las plataformas Facebook, Twitter y WhatsApp como medio de participación política online en los procesos electorales Ecuador 2021*. Ecuador: Sociología y Política HOY.

- Flores Cueto, J. J. (2009). *Las redes sociales*. Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Gómez, P. (2009). *Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting*.
- Hallo-Alvear, F. &.-G. (2017). *La campaña Electoral del 2017 en el Ecuador. Un Análisis desde la Perspectiva del Marketing Sensorial. Economía Y Negocios* .
- Martínez, I. C. (2019). *EL BALLOTAGE EN AMÉRICA LATINA*. México.
- Mccoy, J. (2022). *Reflexiones sobre el populismo y la polarización en América Latina y sus consecuencias para la democracia*.
- Miller, L. (2023). *Polarizados La política que nos divide*. España: Centro de Libros PAPF, SLU.
- Roberto Hernández Sampieri, C. F. (1991). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. México: Panamericana Formas e Impresos S.A.
- Romero, J. (2019). *Desinformación: concepto y perspectivas* . Análisis del Real Instituto Elcano .
- Serrano Oceja, F. G. (2019). *La gestión de las redes sociales en la comunicación política y su influencia en la prensa*.
- Sevilla H., T. F. (2017). *Educación en la era digital*. Guadalajara: Pandora.
- Soroush Vosoughi, D. R. (2018). The spread of true and false. *Science*, 6.
- Toolty. (19 de Diciembre de 2022). *Toolty*. Obtenido de Toolty: <https://www.tooltyp.com/camaras-de-eco-que-son-y-por-que-las-redes-sociales-son-su-mejor-entorno/>
- Vargas, N. X. (2023). La muerte cruzada, y su problemática en la constitución. Quito, Ecuador: Universidad Mestropolitana del Ecuador, Facultad de ciencias sociales, humanidades y educación. Obtenido de <https://repositorio.umet.edu.ec/handle/67000/215>
- Wardle, C. y. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.