

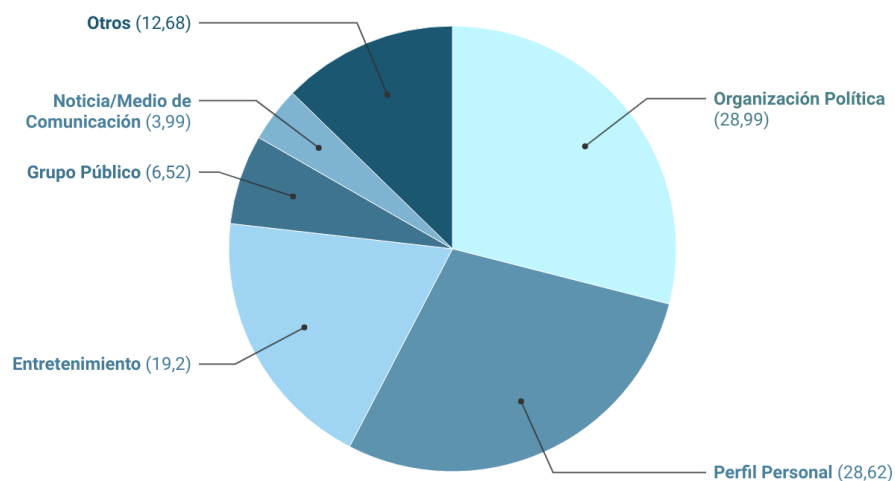
Alrededor del 70% de la desinformación electoral en Pichincha se centra en mensajes de odio y mofa

La investigación “Desinformación en Ecuador: elecciones seccionales 2023” revela que un 67,54% de la desinformación en la red social de Facebook en torno a candidatos políticos de la provincia de Pichincha se basa en mensajes de odio y mofa.

El monitoreo de ocho semanas, desde del 1 de diciembre de 2022 hasta el 20 de enero de 2023, realizado por Honduras Verifica en alianza con la Universidad de las Américas (UDLA), en Ecuador, destaca que 7 de cada 10 publicaciones con información dudosa proviene de perfiles cuya categoría indica entretenimiento, organización política y perfil personal.

Grupos públicos, páginas de noticias o medios de comunicación, figuras públicas, personajes ficticios, perfiles de interés, comunidad, comedia, educación y derecho también fueron [fuente distribuidora](#) de desinformación entre las 308 publicaciones identificadas.

Tipos de perfiles de páginas de desinformación

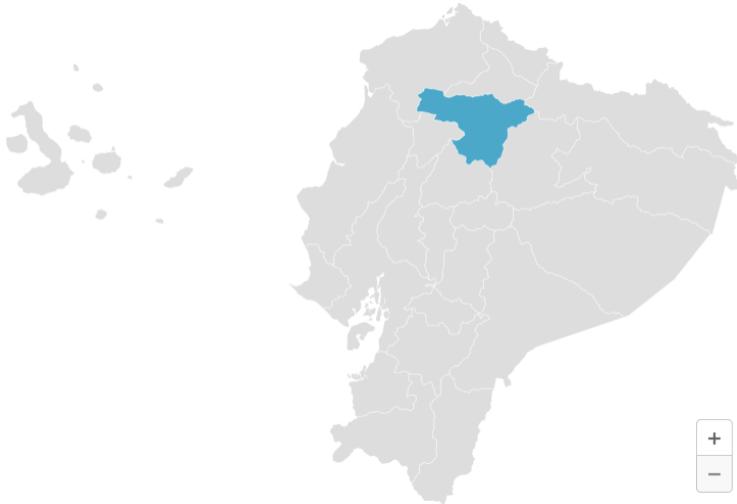


Otros: político, figura pública, comunidad, comedia, educación, derecho
Gráfico: Carolina Bazante • Fuente: propia • Creado con Datawrapper

Metodología

Ecuador

Ubicación geográfica de la provincia de Pichincha



[Descargar los datos](#) · Creado con [Datawrapper](#)

El trabajo de investigación tiene su foco segmentado en la documentación de publicaciones de desinformación sobre candidatos de la provincia de Pichincha. Esta provincia es una de las 24 que conforman la República del Ecuador, y está situada en el centro norte del país, y su capital administrativa es Quito.

La información se registró en un archivo de Excel documentando cada dato para las categorías de interés de la investigación. Las categorías se dividían en tipo de desinformación (contenido malicioso, usurpación, mofa y mensajes de odio), inclinación política (a favor o en contra de partidos políticos), tipos de perfil, fecha de creación y administradores de las páginas.

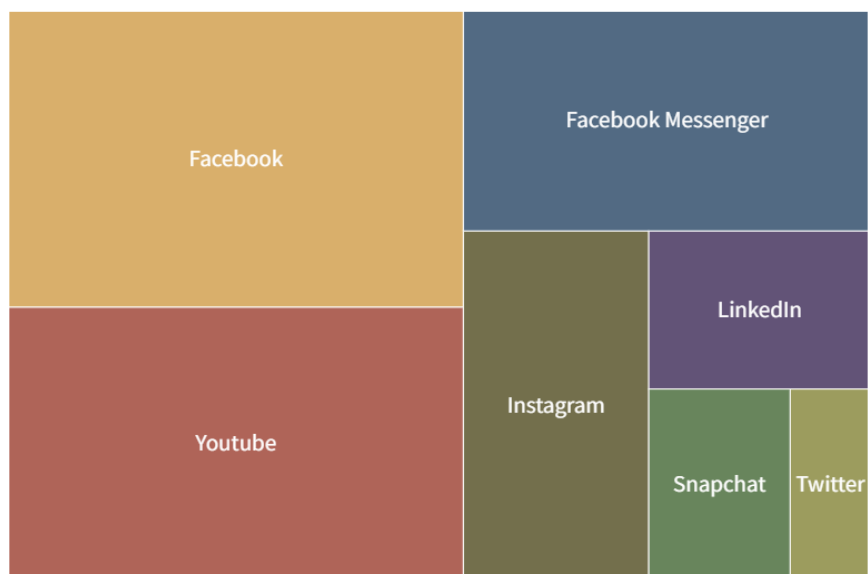
La base de datos fue alimentada por 20 estudiantes de quinto semestre de la carrera de Periodismo de la UDLA, con un análisis semanal acerca de las cuentas y del contenido publicado. Las publicaciones fueron registradas con enlaces permanentes junto con su enlace de Facebook original.

La participación de los alumnos surge gracias a la alianza colaborativa académica entre la UDLA y Honduras Verifica, con el objetivo de combatir la desinformación y potenciar capacidades de los estudiantes de la carrera de periodismo de ese centro educativo.

La investigación servirá de panorama para las elecciones que se celebrarán el 5 de febrero próximo. En este proceso se elegirán 5,667 autoridades. Específicamente para este trabajo de campo, se consideró las candidaturas a las dignidades de: Prefecto de Pichincha, Alcalde de los 8 cantones que conforman la provincia (Cayambe, Quito DM, Mejía, Pedro Moncayo, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Rumiñahui y San Miguel de los Bancos), Concejales y la Consulta Popular.

Así mismo, se centró el interés en la plataforma de Facebook debido a que es la red social que registra la mayor cantidad de usuarios en Ecuador. Los datos oficiales de ese país reportan una población de 18 millones de habitantes, el estudio [Data Reportal 2022](#) señaló que Facebook registra 12.7 millones de cuentas activas en el país, es decir el equivalente al 70,56% de la población total.

Usuarios de redes sociales en Ecuador 2022



Fuente: Data Reportal

Contexto político de Ecuador

Las elecciones seccionales de 2023 serán uno de los comicios más grandes llevados a cabo en Ecuador debido a la gran cantidad de candidatos para los cargos a elegir y la inclusión de una Consulta Popular impulsada por el Gobierno Nacional. En la provincia de Pichincha, en donde se centra esta investigación, 2,3 millones de personas deberán elegir, entre otras autoridades, al prefecto de la provincia y los alcaldes de los ocho cantones que la conforman, incluido Quito.

Ambos cargos son de vital relevancia en el país andino, que llega a este proceso electoral en medio de un creciente descontento social provocado principalmente por los altos índices de inseguridad y violencia que enfrenta. A inicios de 2023, Ecuador lideraba el incremento de violencia criminal en Latinoamérica; entre 2021 y 2022, las muertes violentas crecieron 82%, ubicando a este país en el sexto más violento de la región, por encima de México. En este contexto, de acuerdo a datos de la encuestadora Perfiles de Opinión, alrededor del 80% de la población califica de manera negativa la gestión del presidente Guillermo Lasso.

La seguridad ha sido uno de los retos más grandes del actual presidente Lasso, identificado con una ideología política de derecha, quien asumió el poder después de 14 años de gobiernos asociados a tendencias ideológicas de izquierda y de centro izquierda. Las elecciones seccionales, que se disputan en este país en mitad del periodo presidencial, se presentan como un termómetro del régimen vigente y allanan el camino hacia los comicios generales que se disputarán en 2025.

Durante la campaña electoral, el régimen de Lasso sufrió un duro golpe por las acusaciones de corrupción que señalan a personas cercanas y funcionarios de su gobierno. Esto, mientras se cierne la duda del narcotráfico como principal causante del incremento de la violencia en Ecuador. Según el gobierno, la lucha que ha emprendido al tráfico de drogas ha generado una respuesta sangrienta de los cárteles. En agosto de 2022, un informe de Naciones Unidas señaló a este país andino como el tercer país que más droga ha incautado.

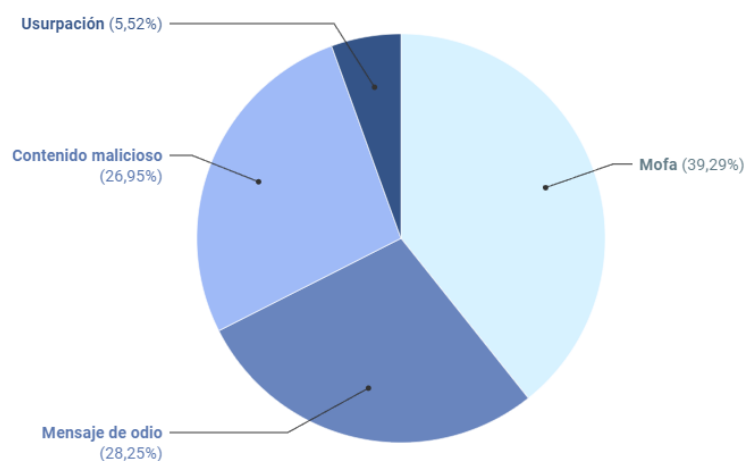
Por otro lado, la oposición liderada por el expresidente, Rafael Correa, en el exilio y con una orden de captura en Ecuador, responsabiliza al actual régimen de la situación de inseguridad y presunta corrupción. Esta misma línea, aunque sin alinearse al correísmo, tiene el movimiento indígena, que ha cobrado fuerza luego de liderar una [paralización de 18 días](#) en junio de 2022 que obligó al gobierno a establecer mesas de diálogo para dar respuesta a las demandas sociales y ambientales de este sector.

Otra particularidad de estos comicios es la presencia de candidatos que han sido [procesados o señalados](#) por la justicia por diferentes delitos. De llegar a ser elegidos, obtendrían inmunidad y las investigaciones en su contra se paralizarán. Un hecho que genera controversia y ha abierto el debate de posibles reformas legales a futuro.

Mensajes de odio y mofa con carácter político

Durante el monitoreo [identificamos](#) que la mayoría de la desinformación fue mensajes de odio (28,25%) y mofa (39,25%).

Tipo de desinformación



De acuerdo a la metodología establecida por Honduras Verifica

Gráfico: Carolina Bazante • Fuente: Monitoreo • [Descargar los datos](#) • Creado con [Datawrapper](#)



Esta conclusión se evidencia en el lenguaje, uso de memes, comentarios e insultos que se divulgan en cada una de las publicaciones evaluadas. Los mensajes de odio con carácter

político, por ejemplo, tenían relación con acusaciones de corrupción y racismo; así como mensajes amenazantes a simpatizantes de ciertas tendencias políticas y candidatos usando un lenguaje soez y ofensivo.

Otra tendencia digital en Facebook identificada tenía que ver con las presuntas vinculaciones del actual régimen y del gobierno del expresidente Rafael Correa con el narcotráfico. Estos mensajes, diseñados para desinformar y generar violencia, usaban una forma específica de escritura para intentar no ser identificado, por ejemplo, escribían “N4RCOPOLITICA” en lugar de “NARCOPOLÍTICA”.

Contenido malicioso y usurpación: otra forma de desinformación

La evaluación identificó que alrededor de 3 de cada 10 publicaciones eran de contenido malicioso, correspondiente a un 27% de información falsa y creada deliberadamente para dañar a una persona, grupo social, organización o partido político.

Aunque en un menor grado (5,52%) identificamos que para intentar posicionar más el contenido desinformativo fueron usados los nombres de medios de comunicación reconocidos en Ecuador. Las publicaciones intentaban emular la tipografía y los logos de medios como El Comercio y Ecuavisa, y creaban desde cero publicaciones con contenido falso o fuera de contexto. En otras ocasiones, manipularon contenido real publicado por los medios, como fotografías, pero cambiaban los titulares a conveniencia, por lo general, para atacar a alguno de los candidatos.



Cabe mencionar que un 45% de las publicaciones registradas con contenido desinformativo (139 publicaciones), proviene de perfiles o páginas que no coinciden su categorización con el contenido publicado, es decir, las páginas se encuentran registradas bajo una categoría errónea.

Desinformación en torno a partidos políticos

La desinformación [recogida](#) en este informe se centró, sobre todo, en tres partidos políticos con presencia en la provincia de Pichincha: el Movimiento CREO (24,15%), actualmente el partido oficialista, la Revolución Ciudadana (37,36%), del expresidente Rafael Correa, y el Movimiento Plurinacional Pachakutik (27,92%), una coalición que agrupa al sector indígena.

En menor medida se registraron publicaciones desinformativas en contra de otros partidos como el Partido Social Cristiano (4,53%), Partido Sociedad Patriótica (2,64%), Partido Socialista (1,89%), Centro Democrático (1,13%), e Izquierda Democrática (0,38%).

Desinformación en torno a partidos políticos

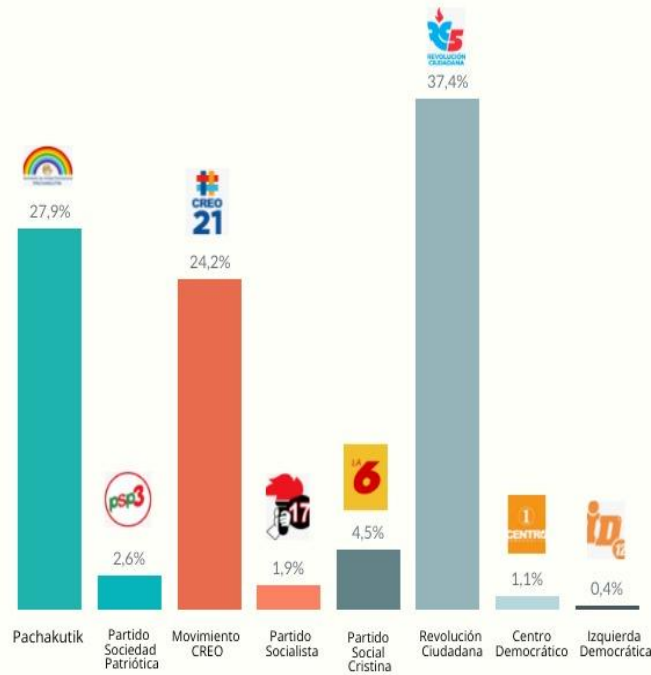
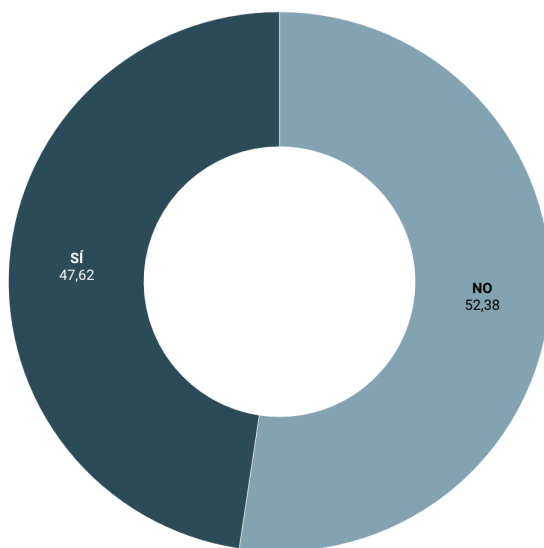


Gráfico: Ana Paola Avila. Datos recopilados en la plataforma Facebook sobre contenido relacionado a las candidaturas de la provincia de Pichincha, entre diciembre 2022 y enero 2023.

Desinformación sobre la Consulta Popular

■ NO ■ Sí



Datos recogidos en la publicaciones de Facebook entre diciembre de 2022 y enero de 2023
Gráfico: Carolina Bazante • Creado con Datawrapper

En las elecciones seccionales, los ecuatorianos, además de elegir a sus autoridades locales, deberán votar Sí o No a ocho preguntas que plantea el Gobierno en una Consulta Popular. Las temáticas que se abordarán tienen que ver con seguridad, política y medioambiente. Las publicaciones con desinformación en torno a este referendo ha sido en

proporciones similares entre las [publicaciones](#) en apoyo del “sí” y del “no”, superando por un 4,76% la inclinación del “no”.

La desinformación en este sentido se enfocó en tergiversar las propuestas. Por ejemplo, una [publicación](#) a favor del “no” en la Consulta aseguraba que la pregunta tres pretende reducir el número de representantes de la comunidad amazónica y migrante en la Asamblea de Ecuador únicamente, excluyendo que, de aprobarse la pregunta, la reducción de asambleístas se hará en igualdad de proporciones en todas las provincias.

En otra ocasión, una [publicación](#) a favor del “sí” acerca de la pregunta número uno, sugiere que la propuesta del régimen permitiría que el exmandatario Rafael Correa, sentenciado por corrupción en Ecuador y asilado en Bélgica, sea extraditado a Estados Unidos. Sin embargo, la pregunta de la Consulta se enfoca en la extradición de ecuatorianos que hayan cometido delitos relacionados con el crimen organizado transnacional. Actualmente la ley ecuatoriana prohíbe la extradición de sus connacionales en todos los delitos.

Páginas creadas a vísperas del inicio de la campaña electoral

Según datos consultados en la [Biblioteca de Anuncios de Facebook](#), portal que establece datos de los perfiles para fomentar la transparencia en esta red social, existen altas probabilidades de que ciertas páginas que publicaron la desinformación registrada en esta investigación fueron creadas para atacar o apoyar a ciertos candidatos, específicamente para este proceso electoral.

El 71,5% del contenido malicioso, mofa, usurpación y mensajes de odio identificados fueron publicados en páginas creadas entre octubre y noviembre de 2022, exceptuando dentro del dato a los perfiles personales.

76 publicaciones vienen de cuentas que sí hacen público sus países administradores. La mayoría del contenido (71,05%) proviene de páginas administradas desde Ecuador. Un pequeño porcentaje registró administraciones desde otros países como Estados Unidos, Nicaragua, Argentina, México, España y Perú.

Es importante mencionar que 79 publicaciones de 308 provienen de perfiles personales, a quienes no aplican las políticas de transparencia de informar año de creación, administrador o inversión en publicidad.

Los cambios de Facebook en su política de transparencia publicitaria nacen para poder controlar y prevenir el abuso de mensajes políticos, sobre todo durante períodos de campañas electorales. En 2021, durante la campaña electoral por los comicios presidenciales en Ecuador, Facebook comunicó el cierre de 390 cuentas por violar las “políticas contra interferencia extranjera”.

Gasto de publicidad en Facebook

La Biblioteca de anuncios de Facebook reveló que entre el 26 de diciembre y el 24 de enero, en la provincia de Pichincha fueron pautados USD 143.166 (3,536,200 Lempiras) en publicidad. El Consejo Nacional Electoral es el anunciante con mayor gasto con una inversión de USD 63.860 (1,577,342 Lempiras), seguido por Consulta Ciudadana EC con USD 13.536 (334,339 Lempiras), una página que hace campaña a favor del “sí” en el referendo.

En tercer lugar se encuentra la candidata del partido de gobierno a la alcaldía de Quito, Luz Elena Coloma, con un gasto publicitario de USD 9.261 (228,746 Lempiras), y le sigue su compañero de fórmula, el candidato a la prefectura de Pichincha, Eduardo del Pozo, como una pauta publicitaria de USD 6.942 (171,467 Lempiras).

Candidatos con más gasto publicitario en FB



Fuente: [Biblioteca de anuncios de Facebook](#) • Datos del 25/12/2022 al 23/01/2023

Las redes sociales han jugado un rol fundamental en este proceso electoral y han servido como plataforma política para que los candidatos se agencien simpatías. En Ecuador existen [13.6 millones de usuarios de internet](#), el equivalente al 75,56% de la población total del país.

Como Honduras Verifica lo ha reiterado, el internet y las plataformas digitales que se encuentran en la red son espacios que han propiciado la promoción de la violencia que, en ocasiones, trasciende del ámbito digital y se convierte en hechos de agresiones físicas y verbales fuera del ciberespacio, lo que debe llamar a la reflexión.

A la población en general: Los desórdenes informativos en la era de la posverdad en la que nos desarrollamos urgen la educación mediática en todo ámbito de la sociedad, sobre todo, en un momento tan crucial y determinante como un proceso electoral. La información verificada es una herramienta para que los ciudadanos podamos ejercer nuestro derecho al sufragio de manera consciente y responsable. Esta investigación busca contribuir en ese sentido a través de una metodología confiable que ponga de relieve aspectos relevantes para el debate público y la búsqueda de soluciones frente a los retos que enfrenta el

Ecuador en términos de fortalecimiento de la democracia, seguridad y reducción de la violencia electoral. Además, consideramos importante fomentar el uso adecuado de las redes sociales y las herramientas digitales.

Nuestro Equipo: En este proceso de *investigación colaborativa académica* de dos meses, participaron 20 estudiantes del quinto semestre de la Carrera de Periodismo de la Universidad de las Américas (UDLA), con la asesoría de dos periodistas investigadoras: Carolina Bazante y Ana Paola Ávila.

Equipo investigador:

- Joaquín Alvarado
- Giuliana Andrade
- Doménica Arias
- José Antonio Bravo
- Anahi Caguana
- Leylani Carrera
- Nicole Chávez
- Doménica Garcés
- Doménica Jarrín
- Valentina Lara
- Alex Ledesma
- Lucía Monzón
- Tamara Moreno
- Doménica Núñez
- David Pazmiño
- Nycolle Proaño
- Santiago Rocha
- Leslee Solis
- Shaden Vaca
- Nicolás Zúñiga

