

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"COMO LA PUBLICACIÓN DE ALERTAS SOBRE DESAPARECIDOS, EN REDES SOCIALES,
PUEDEN AFECTAR A LA OPINIÓN PÚBLICA QUE CIRCULA ALREDEDOR DE LOS CASOS."**

TESIS DE GRADO

GABRIEL NORIEGA LABBÉ
CARNET 13262-12

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, NOVIEMBRE DE 2018
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"COMO LA PUBLICACIÓN DE ALERTAS SOBRE DESAPARECIDOS, EN REDES SOCIALES,
PUEDEN AFECTAR A LA OPINIÓN PÚBLICA QUE CIRCULA ALREDEDOR DE LOS CASOS."**

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
GABRIEL NORIEGA LABBÉ

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, NOVIEMBRE DE 2018
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANO: MGTR. HÉCTOR ANTONIO ESTRELLA LÓPEZ, S. J.
VICEDECANO: DR. JUAN PABLO ESCOBAR GALO
SECRETARIA: LIC. ANA ISABEL LUCAS CORADO DE MARTÍNEZ
DIRECTORA DE CARRERA: LIC. MIRIAM AMARILIS MADRID ESTRADA DE VALDEZ

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. LUIS ARTURO ASSARDO

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. NORMA MARCELA HERNANDEZ HASBUN

Guatemala, 5 de noviembre de 2018

Señores

Miembros del Consejo

Facultad de Humanidades

Presente

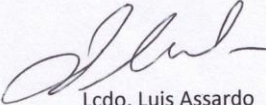
Estimados Señores,

Me dirijo a ustedes para hacer de su conocimiento que he leído la tesis del estudiante Gabriel Noriega Labbé (CARNÉ 1326212), **"COMO LA PUBLICACIÓN DE ALERTAS SOBRE DESAPARECIDOS, EN REDES SOCIALES, PUEDEN AFECTAR A LA OPINIÓN PÚBLICA QUE CIRCULA ALREDEDOR DE LOS CASOS"**.

El trabajo cumple con los lineamientos del Departamento de Ciencias de la Comunicación posterior a realizar el trabajo de campo, razón por la cual solicito asignar revisor para proseguir a optar el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Por este medio sugiero que sea considerado que el alumno reciba reconocimiento por su proyecto, debido a la calidad del mismo, el esfuerzo y el aporte que ofrece en el tema del comportamiento de la opinión pública en redes sociales con respecto a publicaciones de alerta sobre desaparecidos.

Atentamente



Lcdo. Luis Assardo

Cod. 25028



Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado del estudiante GABRIEL NORIEGA LABBÉ, Carnet 13262-12 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 052001-2018 de fecha 19 de noviembre de 2018, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"COMO LA PUBLICACIÓN DE ALERTAS SOBRE DESAPARECIDOS, EN REDES SOCIALES, PUEDEN AFECTAR A LA OPINIÓN PÚBLICA QUE CIRCULA ALREDEDOR DE LOS CASOS."

Previo a conferírsele el título y grado académico de LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 23 días del mes de noviembre del año 2018.



**LIC. ANA ISABEL LUCAS-CORADO DE MARTÍNEZ, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar**

“Nadie es como otro. Ni mejor ni peor. Es otro. Y si dos están
de acuerdo, es por un mal entendido”
–Jean-Paul Sartre

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	1
1.2. Antecedentes	3
1.3. Marco Teórico	18
1.3.1. Medios de comunicación	18
1.3.1.1. Comunicación masiva	19
1.3.1.2. Medios de comunicación masiva	21
1.3.1.3. Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación	23
1.3.1.4. Agenda Setting	24
1.3.1.5. Efecto Priming	26
1.3.1.6. Efecto Framing	27
1.3.1.7. La televisión “basura”	28
1.3.2. Internet y Redes Sociales	31
1.3.2.1. Internet	31
1.3.2.2. Redes Sociales	32
1.3.2.2.1. Facebook	39
1.3.2.2.2. Twitter	41
1.3.2.3. Impacto de las redes sociales en la sociedad	42
1.3.2.4. Viralidad	47
1.3.2.5. Publicaciones de alerta sobre desaparecidos	52
1.3.2.6. Rumor	54
1.3.2.7. Comportamiento humano en redes sociales	57
1.3.3. Opinión Pública	60
1.3.3.1. Orígenes de la Opinión Pública	61
1.3.3.2. Opinión Pública en el nuevo siglo	62
1.3.3.3. Teoría de la Espiral del Silencio	64
1.3.4. Víctima	67
1.3.4.1. Definición de víctima	67
1.3.4.1. Definición de desaparición	70
1.3.4.1. Ciberacoso	72
1.3.4.1. La trata de personas en Guatemala	73
1.3.5. Marco de Referencia	75
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	77
2.1. Objetivos	79
2.1.2. Objetivo general	79
2.1.2. Objetivo específicos	79
2.2. Variables	79
2.3. Definición de variables	79
2.3.1. Definición conceptual	79
2.3.2. Definición operacional	80

2.6. Alcances y limites	80
2.7. Aporte	81
III. MÉTODO	83
3.1. Tipo de investigación y Metodología	83
3.2. Unidades de análisis	83
3.3. Técnicas e instrumentos	84
3.4. Procedimiento	85
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	86
4.1. Clasificación y análisis del contenido de las publicaciones	86
4.2. Factores de viralidad en las publicaciones	93
4.3. Factores influyentes en la creación de rumores	96
4.4. Protocolos en publicaciones de alerta sobre desaparición	97
V. DISCUSIÓN	99
VI. CONCLUSIONES	100
VII. RECOMENDACIONES	101
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	102
IX. ANEXOS	106

Resumen

El presente trabajo de investigación se basó en las publicaciones de alertas difundidas en las redes sociales, Facebook y Twitter, durante los días de la desaparición de Astrid Lucía Samayoa Morales con el fin de determinar cómo estas afectan a la opinión pública que circula alrededor de los casos de desaparición.

El estudio fue propuesto a partir de la ausencia de investigaciones en Guatemala que profundicen en el fenómeno que se da en las redes sociales en el momento que se difunde una publicación de alerta sobre la desaparición de una persona. Con el fin de responder a la pregunta de investigación, se realizó un monitoreo de las publicaciones difundidas en Facebook y Twitter durante los días 6, 7, 8 y 9 de octubre del año 2016.

Se creó una tabla de cotejo que sirvió para recopilar, clasificar y analizar la información de cada publicación. En donde también se hizo posible identificar las intenciones de la publicación, los factores de viralidad y de creación de rumores.

En el análisis final se pudo concretar que las publicaciones de alerta sobre desaparición de personas son capaces de afectar a la opinión pública que circula alrededor de los casos a partir de una opinión dominante; la cual los mismos usuarios establecen a partir de las interacciones que dan a las publicaciones.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, es importante resaltar que en base a los diferentes procesos evolutivos que caracterizan a las tecnologías de la información y de la comunicación, la misma comunicación se ha visto modificada. Dichas modificaciones se pueden identificar dentro de las redes sociales. Cambiando el modelo unidireccional de comunicación por uno bidireccional, en donde los usuarios pueden retroalimentar la información que reciben.

Estas plataformas sirven como facilitadores para la interacción entre usuarios al igual que para la difusión de información. Las redes sociales han sido sujeto de estudio en la última década para comprender de manera general la forma en que estas influyen en las personas y la opinión pública. Pero no se le ha prestado atención a acontecimientos específicos que circulan en las redes sociales y que tienen la capacidad de afectar en la vida de las personas.

Las redes sociales son utilizadas por hombres y por mujeres de todas las edades, y se debe agregar que también son utilizadas por instituciones y organizaciones para difundir información. Al ver a las plataformas como herramientas de difusión, los usuarios adoptan diferentes comportamientos para abordar los temas que encuentran en redes sociales. Tal es el caso de las publicaciones de alertas sobre la desaparición de una persona.

La difusión de estas publicaciones en las redes sociales, usualmente generan discusión pero cuando se trata sobre la desaparición de una mujer la situación es diferente y esto se debe en gran medida por su condición de género. Este fenómeno no que se da en las redes es lo que impulso a desarrollar este trabajo de investigación. Por lo que el objetivo primario del presente trabajo era identificar la manera en que la publicación de alertas sobre personas desaparecidas, en redes sociales, es capaz de afectar a la opinión pública que circula alrededor de los casos.

Para alcanzar ese objetivo, y los demás de este trabajo de investigación, se creó una tabla de cotejo en el que se recopilaron todas las publicaciones compartidas durante el día 6, 7, 8 y 9

de octubre del año 2016 por parte de páginas de fans, organizaciones e instituciones en Facebook y Twitter.

Al no existir otras investigaciones en Guatemala que aborden directamente el tema de publicaciones de alertas sobre personas desaparecidas en redes sociales, este trabajo presenta hallazgos interesantes y que permitirán moldear un nuevo rumbo para el uso que se da a las redes. Entre los principales está haber determinado el peso que da a una publicación la presencia de un protocolo para alertas sobre personas desaparecidas; en otras palabras los datos sensibles con los que se formaliza la alerta.

Estos hallazgos y conclusiones fueron desarrollados y profundizados a lo largo del presente trabajo de investigación y se espera que éste pueda ser un valioso aporte para futuras investigaciones.

1.2 Antecedentes

Las redes sociales hoy en día forman parte fundamental en el desenvolvimiento del ser humano, estando presentes en los ámbitos personales, familiares, laborales y sociales. Debido a que las redes sociales representan espacios en donde los usuarios pueden formar opiniones, hacer llamados a la organización y a la movilización, así como también emitir libremente sus pensamientos; es necesario analizar las redes sociales desde el ámbito del comportamiento humano y de las ciencias sociales.

El presente estudio busca recopilar datos para poder analizar las consecuencias negativas de las publicaciones de alerta sobre secuestro en redes sociales y cómo estas afectan a la opinión pública, considerando como un factor importante el fenómeno que produce el rumor dentro de las comunidades virtuales.

Es importante resaltar que las redes sociales funcionan bajo un esquema que es determinante, pero no absoluto, para el desempeño de las publicaciones. Es la calidad de usuarios que se encuentran en las comunidades virtuales la que influye en la difusión de la información, ya que son ellos los que interactúan con las publicaciones al comentar, reaccionar y compartir.

Para comprender de mejor manera las redes sociales y su influencia en el hombre, se tomaron diferentes estudios que profundizan en procesos de comunicación mediado por las nuevas tecnologías de la información y comunicación, la rumorología, psicología de masas, la sociedad guatemalteca en redes sociales y la victimología.

En el artículo “El proceso de comunicación mediado por las tecnologías de la información; Ventajas y desventajas en diferentes esferas de la vida social” de Molina, A., et al(2015), investigan cómo las tecnologías han introducido cambios en los modos de comunicación entre los seres humanos. Según Gómez, la comunicación constituye un mecanismo por medio del cual hoy en día existen y se desarrollan las relaciones humanas. La creación, búsqueda y obtención de información representan acciones esenciales a la naturaleza

humana. Al punto en que se considera a la comunicación como un instrumento fundamental para los procesos evolutivos de la humanidad. La tecnología se ha visto involucrada directamente en cada paso que ha permitido el desarrollo y modernización de la comunicación, contribuyendo en inventar, innovar y perfeccionar diversos medios para progresar en el ambiente de la comunicación. Las transformaciones producidas por los avances de la tecnología han contribuido con la construcción de la opinión pública individual y colectiva de las sociedades. Es así como la revolución tecnológica, específicamente en las tecnologías de la información y de la comunicación, ha influido en el comportamiento humano, ya que al estar expuestos a grandes cantidades de información se pueden alterar las opiniones, creencias y sentimientos.

La autora Sanghee Oh en colaboración de Sue Yeon Syn, realizan un estudio que propone analizar cuáles son las motivaciones que los usuarios de redes sociales tienen a la hora de compartir cierta información. El objetivo de la investigación fue examinar los factores que influyen en que una persona tenga una participación dinámica y activa. Al igual que, examinar los motivos de los usuarios de redes sociales para compartir experiencias personales, información y apoyo social con gente anónima o desconocida. Oh y Syn (2015) examinaron la autoeficacia, disfrute, aprendizaje, ganancia personal, altruismo, empatía, compromiso social, interés comunitario, reciprocidad y reputación para identificar las motivaciones partiendo desde dichos factores. Las autoras concluyen en que estas motivaciones se diferencian por los tipos de redes sociales que utilizan. Cada red social produce información y contenido diferente la cual busca cumplir con diferentes propósitos. Poder comprender las diferencias entre las motivaciones podría beneficiar el desarrollo de nuevas redes sociales. Como también contribuir con las organizaciones e institutos que utilizan las plataformas sociales para facilitar la comunicación entre los miembros de la comunidad.

Requena (1989) analiza el concepto de la Red Social en su publicación en la Revista Española de Investigaciones Sociológicas. El autor plantea que las redes sociales gozan de una estructura y una morfología propia, cuyas cualidades, evidencian importantes aplicaciones para el análisis e interpretación de las conductas sociales. El objetivo de la

investigación es establecer una definición clara del concepto de red social. Concibiendo el término desde un punto de vista analítico y no metafórico. Dicho estudio permitió cuantificar y valorar determinadas relaciones entre actores sociales hasta la simulación de modelos de red por ordenador. De esta forma es cómo nos encontramos ante un aparato de análisis validó para explicar multitud de situaciones sociales, ya sea a niveles micro o macro. Con el análisis de redes se identificó que nos encontramos ante una vía abierta a nuevas explicaciones e interpretaciones de la realidad social que nos circunda, concluye Requena (1989).

Cohn (2011), en su investigación “Ciberantropología en Guatemala: Socialización y organización de los jóvenes a través de la red social virtual Facebook”, encontró datos de suma relevancia que le permitieron comprender cómo las redes sociales pueden modificar a las personas. La autora plantea que la sociedad guatemalteca se desenvuelve dentro de un contexto socio-histórico, por lo que las particularidades de varios de sus sectores están siendo afectadas y redefinidas por el uso y apropiación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Teniendo como objetivo identificar los principales procesos de transformación en las prácticas sociales y culturales a partir de la formación de nuevos tipos de comportamientos, hábitos, identidades, necesidades y/o relaciones interpersonales; busca responder a la pregunta ¿cómo la juventud guatemalteca se organiza y modifica por medio del uso de la plataforma social Facebook?. Dentro de los resultados, Cohn señala que la plataforma Facebook se ha convertido en una especie de “comunidad” con sus propios discursos y prácticas que influyen significativamente en las identidades de los usuarios tanto en su desempeño en el “mundo físico” como en el ciberespacio, pues ambas esferas espacio-temporales se encuentran entrelazadas y mutuamente retroalimentadas. Puesto que lo que acontece en el “mundo físico” alimenta la información que se encuentra en la plataforma, así como esta información que se encuentra “online” proporciona que hablar durante los encuentros fuera del ciberespacio. Cohn (2011) concluye con que muchos de los jóvenes se acercaron al sitio porque se percataron de la facilidad con la que pueden contactarse con personas con las que han perdido la comunicación, así como para mantener el vínculo con amigos o para informar periódicamente sobre lo que acontece en sus vidas.

Para tener una mejor aproximación a cómo los medios de comunicación afectan en la conducta de las personas, es importante abordar el trabajo realizado por Fernández (2009) “Psicología de masas, identidad social, epidemias y rumores: la influenza en México”. En dicho estudio la autora aborda el mundo de los rumores, desde su definición hasta la funcionalidad social como narrativa cultural tomando como caso de estudio la epidemia de la influenza en México del año 2009. Durante la primavera del año 2009, la Organización Mundial de la Salud declaró que existía una pandemia de influenza. En México se presentaron más de 72 mil casos confirmados y más de mil fallecimientos, junto con la sorpresa, neurosis, psicosis e incredulidad que provocó a nivel nacional; dejando sin escuela a los niños, dejando sin trabajo a muchos mexicanos y cancelando las actividades públicas. Hay quienes señalan que se trata de una mentira o un invento, pero se ha podido determinar que la verdadera epidemia fueron los rumores. Tomando en cuenta que los rumores son considerados como una acción colectiva de expresión y comunicación, básicamente tienen funciones cognitivas y emocionales en coyuntura de crisis, especialmente problemáticas, dando sentido, descargando tensión, creando pertenencia, ofreciendo contención, proyectando estados de ánimo, introyectando creencias; formas de expresión que no hacen a un lado la acción principal de comunicar. Para llevar a cabo la investigación fue necesario acudir a la observación, búsquedas en internet y encuestas para obtener las diferentes percepciones y opiniones en torno a lo acontecido con la influenza AH1N1 y la contingencia sanitaria. De esta forma es como Fernández (2009) concluye, “La comunicación es vinculación, el rumor es comunicación y vinculación, y más allá de los contenidos semánticos que representa lo que expresa, es la vinculación y el lazo afectivo que se crea en un momento de incertidumbre existencial o concreta”.

Álvarez Tabares y Rodríguez Guerra plantean que el internet ha permitido la creación de varios espacios virtuales que estimulan y promueven la acción comunicativa de las personas, bajo los parámetros de libertad de expresión y la sociabilidad. La interacción que tiene la comunicación hoy en día no tiene precedentes, su impacto en la historia de la humanidad no se alcanza a dimensionar. Las TIC rompen el modelo lineal de comunicación en el momento que un usuario no solo consume el contenido de los medios, sino que lo comparte con otros, lo reproduce, lo redistribuye y lo comenta. Debido a la influencia que

tienen los medios de comunicación masiva en la sociedad, es de suma importancia consolidar políticas democráticas nacionales en el sector de la información y de la comunicación para lograr la preservación de los valores culturales de los pueblos.

Al hablar de redes sociales y cómo estas influyen en la sociedad es importante resaltar el trabajo de Castells (2012), “Redes de Indignación y Esperanza” en donde plantea el papel que las redes sociales han tenido en los diferentes levantamientos y revoluciones sociales. El autor resalta que por medio de las plataformas virtuales las personas pudieron difundir imágenes y videos de forma masiva, volviendo viral la información. Un aspecto que tienen en común los diferentes movimientos sociales que se llevaron a cabo en las redes sociales fue el hecho de que las personas compartían uno o varios sentimientos, como lo son los sentimientos de ira e indignación. Las redes sociales también han servido como medio para transmitir esperanza para las sociedades y usuarios, ya que la mayoría de publicaciones en redes sociales han sido formuladas para apelar a los sentimientos y lograr el sentido de identificación. Manuel Castells encontró que dicha autonomía se puede desarrollar únicamente mediante la capacidad de organización de las redes de comunicación, de la misma manera que solo se convierte en fuerza transformadora desafiando el orden institucional y recuperando el espacio público para los ciudadanos. Castells (2012) concluye con que el área en donde los movimientos se constituyen a través de las interacciones entre el espacio de los flujos y el espacio de los ocupados, es generado en un tercer espacio al que denomina espacios de autonomía.

Castillo (2013) en la investigación “Usos y abusos del Facebook en estudiantes de periodismo de la escuela de ciencias de la comunicación”, analiza cómo ciertos jóvenes padecen de adicciones a las redes sociales, video juegos en línea y todo tipo de actividades que tengan que ver con la red. La autora busca comprender los usos y abusos más comunes de Facebook entre la población estudiantil de la carrera de periodismo, del quinto semestre, de la Escuela de Ciencias de la Universidad San Carlos de Guatemala. La investigación tiene como objetivo identificar las principales gratificaciones del Facebook entre la población objeto de estudio y descubrir las principales consecuencias negativas para la población estudiantil. Castillo (2013) encontró que los entrevistados señalan como consecuencias negativas del uso de Facebook los siguientes aspectos: “Se ofrecen los datos

personales y profesionales al escrutinio público, lo que facilita su uso por parte de cualquier tercero”. De esta forma es como Castillo (2013) concluye, “la mayoría de las personas que se conectan a la web desconocen que pueden estar siendo observados por terceras personas o *curiosos*, que podrían estudiarlas, analizarlas o seguir sus pasos, o emplear esa información para diversos fines e intereses”. La mayoría de las personas no se sentirían a gusto sabiendo que en su vida real alguien desconocido las observa constantemente. Esta suspicacia no está presente en el mundo virtual, porque se considera más impersonal e inofensivo.

Considerando los aportes por parte de profesionales nacionales e internacionales, podemos analizar de mejor manera el estudio que realiza Aarvik (2013) “Relación entre redes sociales y trata de personas”. Partiendo de la premisa de que a medida que el internet fue evolucionando, se dejó de generar contenidos unilaterales por una intervención activa en la información, de esta forma los usuarios se vuelven más exigentes y demandantes por herramientas y sitios donde plasmar sus ideas para dejar de ser únicamente receptores para ser generadores de contenidos. Es así como se empieza a moldear una nueva versión a partir de la web 1.0 y la revolución que produce en las redes sociales y blogs; ahora todos participamos de la información en tiempo real siempre que tenemos un dispositivo con acceso a la red de redes. La investigación busca responder a la pregunta, ¿Qué relación existe entre redes sociales y trata de personas? Teniendo como objetivo principal de investigación, exponer los aspectos más relevantes de la actuación de las redes de trata y su relación con el internet. Para poder proponer algunos aspectos que nos puedan llevar a la detección de víctimas o tratantes en la web. Para poder analizar a profundidad la relación entre redes sociales y trata de personas, se estudiaron los casos de desaparición y secuestro en México y el caso de las Kinerifas en Perú. El resultado que rescata la autora es que sustituyó el contacto humano y la comunicación real por un mundo virtual, que si bien tiene la ventaja de la inmediatez, también es parco y plano. Convirtiendo a los usuarios en una burbuja frágil que se puede romper en cualquier momento por la trampa de la ingeniería social. Aarvik (2013) concluye con que la violencia estructural, la violencia de género, las carencias económicas, y el bajo nivel educativo también participan como factores de vulnerabilidad.

Sivera-Bello (2008) en su estudio “Marketing viral: claves creativas de la viralidad publicitaria” tiene como objetivo responder la pregunta, ¿Existen claves creativas comunes en los vídeos publicitarios virales que constituyan un detonante para su difusión entre los usuarios de las redes sociales digitales?. Para poder responder a la pregunta la autora propuso un constructo analítico que triangula los siguientes indicadores: *drivers* creativos, cepas virales y ambigüedad de los contenidos. Utilizando un análisis bivariante y multivariante de 651 videos publicitarios virales, pudo detectar la prevalencia de contenidos basados en el *driver* de la emoción, con bases en una cepa retórica o conceptual. Sivera determinó que la ambigüedad se revela como una condición suficiente, pero no necesaria, para activar la viralidad. El marketing viral se introdujo metafóricamente en el panorama profesional publicitario como la panacea contra la inmunidad de las audiencias a los mensajes comerciales, en otras palabras en el ámbito académico se entendía como una evolución de la publicidad boca a oreja. De esta manera, el concepto empezó a nutrirse de la corriente positiva sobre el Word-of-mouth, hasta que se re-enfocó a que el boca a oreja social mediatizado de los mensajes virales podía constituir un nuevo paradigma en comunicación: el de la comunicación viral (Welker, 2002). Para poder comprender la publicidad viral es necesario recurrir a la sociología, la economía, la psicología, teorías del lenguaje, teorías de marketing, teorías de comunicación y de las redes sociales; para enfocar el tema desde una perspectiva transversal y multidisciplinaria.

Lee-Won, J., et al (2016) analizan los efectos de la viralidad en el trabajo “Más que números: Efectos de las redes sociales en mediciones de viralidad en la intención de ayudar a desconocidos en el contexto de donación de médula ósea”. Partiendo que un trasplante de médula ósea frecuentemente es la única opción de recuperación y sobrevivencia para el paciente que sufre de algún tipo de cáncer en la sangre. Por lo que encontrar una forma para amplificar el alcance de un mensaje puede significar en salvar la vida del paciente. La investigación por parte de las autoras busca responder a la pregunta, ¿Qué efectos tiene la viralidad en redes sociales cuando se intenta ayudar a una persona desconocida en el contexto de donación de médula ósea?. Teniendo como objetivo de la investigación identificar la cantidad de veces que cierto contenido es compartido en redes sociales, logran rescatar datos que contribuyen a comprender de mejor forma la viralidad con respecto a un

trasplante de médula ósea. Las plataformas sociales han permitido que organizaciones sin fines de lucro, al igual que miembros de familia y amigos del paciente, puedan buscar un donante compatible haciendo del mensaje de solicitud algo viral. Para que el mensaje salga a una audiencia más amplia e incremente las posibilidades de encontrar un donante compatible. De esta manera concluyen en que los resultados demuestran que la alta viralidad motiva a las personas a querer contribuir a la causa viral.

Scholz, C., et al (2017) realizaron un estudio con el objetivo de identificar la existencia de un modelo neuronal que se encargue de valorar la información y así volverla en contenido viral. Dicho estudio parte de la premisa en donde compartir información forma parte vital de las interacciones humanas, que sirven para construir relaciones sociales y que al mismo tiempo es capaz de modificar las actitudes y comportamientos de una persona o grupo de personas. Dicha premisa da lugar a la formulación de la pregunta de la investigación, ¿Por qué los humanos comparten información con otros?; la cual responden utilizando un procedimiento clínico y de investigación llamado Imagen por Resonancia Magnética Funcional (IRMF). El procedimiento de resonancia magnética funcional permite mostrar por medio de imágenes las regiones cerebrales que se encargan de ejecutar una tarea determinada. Las autoras reconocen que cada persona tiene formas distintas de pensar y percibir la información. Estas diferencias se identifican en el momento que una persona considera que determinada información podría ser tomada por las demás personas como algo gracioso o bien, si la persona reconoce que la información podría contribuir a que otras personas resuelvan un determinado problema.

En el artículo “Medios de Comunicación y Ciudadanía”, Montesinos (2011) realizó un estudio en donde busca analizar las funciones y los niveles de participación de los ciudadanos en los medios de comunicación. Para realizar este estudio, utilizó el método de investigación descriptiva. Y para la recopilación de datos, utilizó las técnicas de encuesta y entrevista. En base a la información recopilada, el autor resalta como uno de los resultados más importantes es la existencia de una relación directa entre los medios de comunicación y una tipología de ciudadanía. Dicha tipología obedece a un sistema económico y social, cuya característica es el individualismo, consumismo y egocentrismo. Dejando a un lado los

valores sociales de participación y responsabilidad social de las personas, denominados ciudadanos. Concluye con que los medios de comunicación, en la difusión de mensajes, no responden a las necesidades de orientación, conocimiento y praxis de los deberes, derechos y obligaciones de los ciudadanos. Agregando que la cobertura y el tratamiento a los temas de interés ciudadano no es el adecuado. Los segmentos que difunden información están saturados de banalidades, mensajes “gaseosos” y en algunos casos se hiperboliza el corpus comunicacional. Finalmente, Montesinos (2011) afirma que los medios de comunicación están sujetos a los grupos de poder económico y social que interactúan con intereses transnacionales. Dejando de lado la necesidad social y el principio de objetividad como entidad comunicativa.

Berganza (2002) en su investigación “Los medios de comunicación y la sociedad guatemalteca: Un retrato a través de sus discursos”, analiza de qué manera los medios de comunicación de masas influyen en la toma de decisiones de la sociedad guatemalteca. El autor propone que los medios de comunicación recogen, procesan y devuelven, opiniones y hechos los cuales son utilizados por las personas durante el proceso de construcción de sus modelos de interpretación de la realidad. El propósito de la investigación fue evaluar el interés que despierta en los medios los temas relativos a la institucionalidad, democracia, paz, reconciliación y diálogo, ruralidad, género, interculturalidad y ruralidad. Los resultados obtenidos resaltan el interés de la sociedad por temas de libertad, seguridad y derecho a una vida mejor. Se especula que algunos medios de información confeccionan su agenda informativa de acuerdo con sectores del poder político y económico, lo cual tiene como consecuencia sesgar la información a favor o en contra de determinados partidos o figuras políticas.

De esta forma es como Berganza (2002) concluye: En el tema de democracia, los medios construyen su discurso primordialmente sobre los aspectos operativos de este sistema político: inscripción de nuevos partidos, asambleas, competencias por nominaciones. En el discurso de los sujetos de estudio, grupos focales, se identificó cierta desconfianza a la forma como los medios informan sobre actividades político-partidistas. En el tema de paz, la reconciliación y el diálogo se relaciona con los procesos post conflicto. En el tema de

género, escasas veces se manifiesta el apoyo a la equidad entre hombres y mujeres. En el tema de multiculturalidad e interculturalidad, se pone de manifiesto las grandes contradicciones en las que se desenvuelve el discurso mediático y el de las personas. Los medios dicen apoyar la construcción de relaciones interétnicas horizontales y afirman estar de acuerdo con la idea de que las diversas culturas que existen en el país tienen que ser respetadas. Sin embargo, se registró la publicación de informaciones en las que predomina un discurso en el que el indígena es tratado con tono paternalista o visto como un objeto.

Campos (2008), autor de “Las redes sociales alteran los modelos de comunicación tradicional”, busca analizar la rapidez y crecimiento de las redes sociales como una alerta para los medios tradicionales de comunicación. El autor busca responder la pregunta, ¿son las redes sociales una nueva oferta de mediación, relación, negocio y contenidos post-mediáticos que se asemejan más a los medios audiovisuales que a la prensa? El objetivo de la investigación es analizar la estructura de redes sociales que distribuye contenidos en español y otros idiomas, frente a las ediciones electrónicas de los principales periódicos de España. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: El fenómeno de las redes sociales suma audiencias millonarias, incrementa su publicidad, logra la personalización de los usuarios y rompe con algunas de las barreras de las viejas organizaciones mediáticas. La mediación es interpersonal y grupal, menos profesionalizada y, por lo tanto, con inferiores posibilidades de incrementar su responsabilidad y calidad; esta puede ser la gran ventaja competitiva para los medios tradicionales. De esta manera es como Campos (2008) concluye, las redes sociales se configuran con un nuevo sistema de entretenimiento y también de información. La evolución de las redes sociales apunta hacia el medio audiovisual y virtual en vez de a las características de la prensa escrita.

Alauzis (2002), autor de “El pensamiento científico frente al rumor” analiza cómo a veces los mitos, leyendas y rumores pueden involucrar a la ciencia. Partiendo de la premisa de que al conocer los mecanismos que hacen mover la maquinaria del rumor, es posible plantear estrategias para combatirlo. Los rumores son fenómenos de la comunicación humana pero se subestiman los efectos que estos pueden llegar a tener, hoy en día la red electrónica es presa fácil del rumor. El sociólogo Shibutani (1966) explica en el estudio “Improvised News: A sociological study of rumor”, cuál es el mecanismo del rumor.

Afirmando que en el proceso de interpretación, comentario y difusión de la información, los cambios que adquiere el rumor tienen que ver con el enriquecimiento de una opinión colectiva simbólica; que con fallas en la memoria al transmitirse. Los rumores son noticias improvisadas, que surgen como resultado de un proceso de discusión colectiva. Si bien existen individuos que hacen correr rumores, en la mayoría de los casos estos nacen espontáneamente, sin planificación. El rumor surge ante la falta de noticia oficial; en ocasiones ante la falta de datos sobre un hecho inquietante, se interpreta una serie de elementos para tejer la historia del rumor. Así como cada idea tiene arraigo en un grupo determinado, cada rumor tiene su público. De esta manera encontrar un refutador que corte la cadena no hace nada a la difusión, pues siempre encuentra el canal de aquellos usuarios que están dispuestos a creerlo.

Chen (2015), autora de “Porque los estudiantes comparten información no verídica en redes sociales: motivación, género y diferencias de nivel educativo”, plantea que el uso de las redes sociales para compartir información ha incrementado la necesidad de conocimiento de la información. De esta forma es cómo surge la pregunta, ¿Por qué se comparte información no verídica en redes sociales? Teniendo como objetivo principal, preparar a los estudiantes de pregrado y posgrado de Singapur para que sean creadores y comunicadores efectivos de información. La autora rescata que los sistemas de redes sociales permiten que los usuarios notifiquen y sugieran correcciones para la información que no sea verídica con la intención de incrementar la credibilidad de la información. Concluye en que una de las primeras razones por las cuales se comparte información no verídica es porque la forma en que se percibe la información hace creer al usuario que es la verdad absoluta, a diferencia del usuario activo que cuestiona la información que consume. En los estudiantes de pregrado y posgrado, difirieron en sus razones para compartir la desinformación. Teniendo como resultado final, que las mujeres tuvieron una mayor prevalencia de compartir información que no es verídica.

En el estudio realizado por Márquez (2011), “La victimología como estudio; Redescubrimiento de la víctima para el proceso penal”, busca establecer cómo ha sido el proceso histórico del redescubrimiento de la víctima y los perjudicados con el delito, para

poder constituir sus derechos durante el proceso penal. Dicho estudio busca responder la interrogante acerca de la importancia de la victimología como ciencia y como esta se separa de la criminología para ocuparse en la víctima. Por medio de un método de investigación comparativo busca explicar el desarrollo de la victimología, revisando legislaciones extranjeras para poder conocer cómo operan en dichos países y así poder sugerir nuevas reglas en el tema para Colombia. En la investigación el autor afirma que la expresión “víctima” tuvo sus inicios dentro de un contexto puramente religioso a la hora de que a un ser vivo fuera sacrificado a alguna deidad o bien tras el cumplimiento de un rito religioso. Según el diccionario de la lengua española, existen dos significados para víctima los cuales son: “persona o animal sacrificado o destinado al sacrificio”, “persona que se expone u ofrece a un grave riesgo en obsequio de otra y, a la persona que padece daño por culpa ajena o por causa fortuita”. (Víctima: 1972: 1349). En el ámbito del Derecho Penal, la víctima es uno de los elementos del delito; se trata de la persona que sufre la acción destructora o las consecuencias nocivas de la infracción. En términos generales se entiende por víctima a la persona que padece un daño, ya sea una víctima totalmente inocente o que haya tenido participación directa o indirectamente en la producción del acto del perjuicio, impulsada por inclinaciones de forma subconsciente o inconsciente.

En el texto de Núñez (2010), “Victimología y violencia criminal: Un enfoque criminológico y psicológico”, aborda el tema de la víctima y como no se limita únicamente a la persona que ha sufrido la agresión o daño; el término se extiende hasta sus parientes tanto de consanguinidad como de afinidad y también a quienes al intervenir para asistir a la víctima en peligro o para prevenir la victimización, sufren algún daño. El autor hace referencia a que cuando ocurre un acto delictivo, los organismos encargados de la administración de justicia y la sociedad en sí, fija la atención en el imputado, la magnitud del delito y la condena que se aplicará; haciendo a un lado a la víctima. Comprender a la víctima debería de ser el centro de atención, ya que enfrenta un trauma de dolor y sufrimiento. Generalmente estos traumas pueden provocar daños colaterales físicos, psicológicos y en el comportamiento psicosocial que afecta a su entorno. Dicho trabajo de investigación busca profundizar no sólo en los daños que sufre la víctima, sino que también

en lo que representa su futuro conviviendo internamente con el cruel fantasma de los recuerdos y traumas.

Agudelo (2000), autora de “El horror de lo incierto, Intervención psicológica con víctimas de secuestro”, plantea que las implicaciones psicológicas y los efectos colaterales generados por la experiencia del secuestro en la víctima y sus familiares son generadores de disfuncionalidad y cambios drásticos en el estilo de vida. Dicho estudio analiza la situación desde el “estrés postraumático”, con sus respectivos síntomas y las necesarias restituciones a todo nivel. La autora busca responder a la urgente necesidad de crear métodos de intervención alrededor del complejo mundo del secuestro. En base al estudio de Meluk (1998), “El secuestro: una muerte suspendida y su impacto psicológico” afirma el secuestro al ser una muerte suspendida, se agrieta e incluso se puede perderse el sentido de la vida, porque tanto la víctima como sus seres queridos son colocados en una posición de impotencia, con las manos y la conciencia casi literalmente atadas. Según Agudelo (2000), las estrategias de los secuestradores han alcanzado un refinamiento sorprendente y sus actos cada vez se tornan más perversos. También resalta que los mecanismos y estrategias para combatir el secuestro permiten que el delito se fortalezca para no ser erradicado. Un secuestro no siempre inicia con la captura de una persona, sino también con la posibilidad de ser plagiado o de que alguien cercano lo sea. El acto delictivo del secuestro es capaz de cambiar el estilo de vida, las rutinas, las relaciones, los planes, la calidad de vida.

En el estudio de Molina, B., et al. (2003), “El secuestro: su repercusión en las creencias y la estructura de relaciones en un grupo de familias antioqueñas”, describe las interacciones y las creencias de familias afectadas por un secuestro y su asociación con la alteración del equilibrio y la necesidad terapéutica individual y familiar. La pregunta de investigación que busca responder es ¿Cuál es el vínculo entre el paradigma de creencias y la estructura de relaciones de un grupo de familias víctima de un secuestro extorsivo económico y la alteración del equilibrio, que llevó a la necesidad de tratamiento individual y familiar? Para llevar a cabo el estudio, los instrumentos que utiliza fueron entrevistas colaborativas-reflexivas, escala de visión del mundo y genograma; de esa manera recopilar información pertinente. Los resultados obtenidos en la investigación indican que las familias definieron

la unión como esencial a su identidad y como creencia proyectada a dos pilares culturales, el dinero y la religiosidad. Modificando la relación entre padre e hijos y también una jerarquización más democrática, fortaleciendo todos los ámbitos de la familia.

Valle (2006), investiga “El tratamiento de la víctima del delito” partiendo de la premisa que el Estado no tiene una política criminal en la cual se le dé la importancia y atención que merece el sujeto pasivo del delito o la persona perjudicada por un hecho ilícito, a quien también recaen los efectos y consecuencias del mismo ya sea en su persona, sus bienes o los de su familia, dejándola en un estado de desprotección y en posición de desigualdad respecto al delincuente. La autora busca responder la pregunta, ¿Quiénes son consideradas víctimas, entendiéndose como tal desde la persona en quien recae el delito directamente hasta la persona que se ve perjudicada indirectamente? De esta forma obtener el objetivo principal de la investigación, qué tipos de víctima existen y cómo con eso se puede comprender a la victimología. Los resultados que se obtuvieron de la investigación resaltan la importancia de la victimología. Esta radica en su capacidad de explicar una parte significativa de la experiencia humana, en contribuir a la eliminación del sufrimiento y en ayuda a mejorar la calidad de vida de los miembros de la sociedad. Valle (2006), concluye con que la víctima es la persona sobre la cual recaen directamente e indirectamente los efectos del delito y que de una u otra manera resulta perjudicada por la acción delictiva del delincuente.

De las investigaciones descritas anteriormente se puede establecer que las redes sociales digitales se han introducido de tal manera que son capaces de influir en el desarrollo de la sociedad. Pero no solamente son capaces de influir en la sociedad sino que han evolucionado al punto de lograr impactar de forma individual a sus usuarios. Las redes sociales al ser espacios de diálogo e interacción permiten a los usuarios crear contenido en diferentes formatos y también consumir información de todo tipo dentro de las plataformas digitales. Dos de las redes sociales más importantes, Facebook y Twitter, se han convertido en los medios principales de difusión de información personal y noticiosa. Cabe resaltar que el mayor problema que afrontan los usuarios es el de la información sin verificar o falsa que consumen dentro de las redes sociales. De esta manera es necesario estudiar los

fenómenos que producen las redes sociales en la sociedad, ya que en la actualidad hacer uso despreocupado de las plataformas virtuales puede afectar la integridad de los usuarios en el ciberespacio.

Es por eso que esta investigación permitirá comprender de mejor manera la influencia que tienen las redes sociales en la opinión pública que circula alrededor de las publicaciones sobre secuestro o desaparición, abordando el tema de rumor y viralidad en redes sociales, específicamente en el caso de Astrid Lucía Samayoa para determinar los aspectos que condicionan a publicaciones de este tipo en las redes sociales.

1.3. Marco Teórico

Para poder realizar este estudio sobre como la publicación de alertas sobre desaparecidos, en redes sociales, puede afectar a la opinión pública que circula alrededor de los casos, se deben tomar en cuenta todos los factores teóricos que participen en el proceso que engloba el presente estudio. Es decir, es importante retomar la teoría elemental que permitirá estructurar un nuevo conocimiento al comportamiento humano en las redes sociales cuando interactúa con publicaciones de desaparecidos, relacionado a las redes sociales con su influencia sobre la opinión pública. De esta manera, dicho estudio se basa en estos dos esquemas teóricos que al mismo tiempo se encuentran en un contexto determinado.

1.3.1. Medios de Comunicación

Los medios que informan también son responsables, en un gran porcentaje, de distraer al ser humano en sus actividades diarias. Las personas están tan acostumbradas a recibir grandes cantidades de información a través de los medios, que se olvidan de las demás fuentes de información y las opiniones que están circulando dentro de su entorno. Los medios de comunicación informan y entretienen al público a través de un proceso de seleccionan temas, para condicionar que las personas piensen sobre determinado tema, y de selección del canal para difundir el mensaje; de esta manera tener un mayor impacto sobre los usuarios. Si bien los medios de comunicación cumplen la función de informar, se debe resaltar que lo hacen a partir de una perspectiva en particular y esta tiene la única intención de beneficiar al medio.

Está claro que una de las necesidades vitales del ser humano es la de estar informado y los medios de comunicación han sabido aprovechar esa oportunidad para satisfacer esta necesidad con información que refleja la postura del medio. Según Kapuscinski, la información es una mercancía que al venderse y difundirse, es capaz de proporcionar beneficios a una determinada persona. El aporte que hace este autor permite identificar que

los medios de comunicación ven la información como un elemento de dominación, dejando de ser uno que favorece a la democratización de la información.

Como todo proceso, la comunicación está sujeta a evolucionar y trae consigo nuevos conocimientos. Con la globalización y la introducción de la tecnología en la comunicación se crea un nuevo canal para la comunicación haciendo posible que un mensaje sea capaz de alcanzar a millones de usuarios. Fue hasta la llegada del internet que el modelo de comunicación unidireccional se vería afectado, dejando de ser unidireccional por bidireccional; una nueva era en donde el público sería capaz de transmitir y recibir información, teniendo una participación activa en el proceso de difusión de la información.

1.3.1.1. Comunicación Masiva

Los inicios del conocimiento de la comunicación masiva se originan en la Primera Guerra Mundial, y es en el libro de *Propaganda Technique in the World War* de Harold Lasswell; en donde por primera vez se menciona el término *mass communication*. Los medios de difusión han aparecido como instrumentos indispensables para la “gestión gubernamental de las opiniones”, tanto las de las poblaciones aliadas como las del enemigo (Mattelart y Mattelart, 1997).

Para Dominick (2005), la comunicación masiva se refiere al envío de mensajes públicos con el apoyo de uno o más instrumentos, los cuales van dirigidos a una colectividad heterogénea y dispersa. La comunicación masiva consta de aspectos característicos, uno de ellos es que requiere de una máquina para llevar a cabo el proceso de envío de la información que se desea comunicar; transfiriendo el mensaje de un canal a otro. Otro aspecto es que cuenta con un público heterogéneo, que se compone por grupos desiguales que varían en edad, género, cultura, clases políticas, entre otras. Se debe resaltar que el público es quien toma la decisión de participar o no con la comunicación masiva.

Los medios de comunicación de masas se definen como procesos por los cuales se generan significados que se entrelazan en medios de comunicación y públicos. Los medios son

canales o vehículos por los cuales se transmite un mensaje deseado a un público amplio. Para Baran e Hidalgo (2005), deben cumplir con los esquemas establecidos de comunicación, los cuales debe incluir los siguientes elementos:

- Emisor: Elemento en el proceso comunicativo que emite o genera un mensaje. El emisor es quien crea el mensaje.
- Mensaje: Generado por la información que se quiere transmitir. Conjunto de ideas básicas que estructuran lo que se quiere dar a entender ante un público.
- Código: Sistema establecido de reglas y signos que aprueban la creación, captación y entendimiento del mensaje.
- Perceptor: Elemento del proceso que personifica a quien quieren enviar o transmitir el mensaje, este tiene la opción de concretar el mensaje o retroalimentarlo.

Los medios de comunicación masiva son: la televisión, los periódicos, la radio y actualmente se les ha incluido internet y las redes en las computadoras. Según Baran e Hidalgo (2005), cada medio es la base de una construcción de una industria cultural que con el tiempo se amplía y busca nuevas formas de introducirse ante los usuarios, para generar contenido y dotarlos de conocimiento.

En la actualidad los procesos de comunicación han cambiado, pasando a ser de doble vía. La era tecnológica ha hecho posible el *feedback* o la retroalimentación por parte de los receptores, de esta manera se modifica el proceso de comunicación de una sola vía.

Es necesario resaltar que los medios tradicionales (periódicos, libros, revistas, etc.) han tenido que evolucionar al internet y adoptarlo como un medio alternativo de difusión; ya que permite la inmediatez a la hora de transmitir un mensaje, enviando la información a cientos de personas por menor costo.

Según Domínguez (2012), los medios de comunicación masiva son utilizados para la publicidad, mercadotecnia, propaganda, entre otras formas de comunicación. Además agrega que la principal finalidad de los medios masivos es informar, formar y entretener.

Para Domínguez (2012), los medios de comunicación masiva tienen el objetivo de reducir el tiempo invertido en la comunicación, enviando un solo mensaje a toda la sociedad. Si bien los mensajes tienen un público deseado, esto no quiere decir que ese público será el único en recibirlo, sino que cualquier persona puede acceder al mensaje.

1.3.1.2. Medios de comunicación masiva

Desde el punto de vista conceptual, los medios de comunicación masiva son parte de la superestructura político-ideológica de la sociedad. Actualmente existen cientos de medios masivos de comunicación y esto se debe a la revolución tecnológica e informática, haciendo posible que a cada minuto se publique información nueva en un blog y que a cada hora se suba al internet miles de horas de video.

El siglo XV se caracterizó por la invención de la imprenta, la cual impulsó la normalización de la lengua escrita. En el siglo XX surge la radio y la televisión, los medios que facilitaron la estandarización de la lengua hablada.

A finales del siglo pasado surge la red de cobertura mundial dentro de Internet, www (World Wide Web), que reúne lo visual, lo oral y lo escrito de las lenguas.

Con respecto a la imprenta, Ávila (2009) menciona que dicho medio ayudó a la estabilización de las lenguas europeas en su forma escrita, lo cual tuvo trascendencia en lo cultural, político y económico. Por medio de la imprenta es que se logra la divulgación a gran escala de información, el cual también promueve un modelo escrito estandarizado que actúa como factor de identidad nacional.

Es a finales del siglo pasado que surge un nuevo medio de comunicación masiva, Internet. Una red de cobertura que se considera como medio masivo debido a que hace posible el intercambio de información, volviéndolo en el medio de mayor crecimiento en la actualidad.

Con el paso del tiempo y con los avances tecnológicos, se ha podido mejorar los medios existentes así como también crear nuevos medios de comunicación. Este aspecto resulta de interés para el profesor Harry Poss, quien se encarga de clasificar los medios masivos debido al rápido crecimiento de los medios de comunicación.

Según Harry Poss, los medios se clasifican en:

- Medios Primarios

Son aquellos medios que están ligados al cuerpo. Los cuales no necesitan de ninguna tecnología para su funcionamiento. Se considera medio de comunicación masiva ya que si en determinado grupo la cantidad de miembros supera a los 7 integrantes, se le considera una masa. Un ejemplo podría ser una obra de teatro, un pastor u orador.

- Medios Secundarios

Estos medios requieren de la tecnología para emitir determinado mensaje. El emisor en este caso requiere de técnicas para poder producir un mensaje y replicarlo de forma masiva. El receptor, quien recibe el mensaje, no requiere de la tecnología para decodificar determinado mensaje. En este caso el emisor no requiere de técnicas para recibir un mensaje plasmado en periódicos, revistas, anuncios publicitarios como vallas o “mupis”.

- Medios Terciarios

Los medios terciarios son los medios electrónicos, que requieren de la tecnología ambas partes, el emisor y el receptor. Un ejemplo podría ser un teléfono, el teléfono reconoce el audio generado por el emisor y lo transforma en códigos eléctricos. De esta manera el mensaje puede viajar y decodificar el mensaje para que el emisor pueda escuchar la llamada. Dentro de este modelo también se encuentra la televisión, las computadoras, los reproductores de música.

Florence Toussaint en su texto “Crítica de la Información de masas” plantea que en este modelo existe un campo en común entre el emisor y el receptor. Los presentan como dos

grandes polos, que en un principio no tenían aspectos en común. Son las experiencias personales y los conocimientos adquiridos lo que posibilita un campo en común. (Toussaint, 1983).

- Medios Cuaternarios

Los medios cuaternarios se caracterizan por ser digitales. Producto de los avances de la tecnología, éste medio permite que la comunicación entre los individuos sea de manera bilateral e incluso viral. Ejemplos de este modelo son celulares, tabletas, televisores inteligentes, televisión satelital y el Internet.

Para comprender como los medios de comunicación masiva pueden llegar a afectar a la sociedad, es necesario abordar el tema de la agenda setting. A lo largo del tiempo han surgido diferentes teorías sobre como los medios influyen en la sociedad, sin embargo es por la propuesta hecha por Lippman que se logra profundizar en el tema. Lippman plantea que la agenda setting ayuda a filtrar la información para que la sociedad pueda tener fácil acceso a la información en el contexto que los rodea.

1.3.1.3. Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación

Tras la llegada del internet, las tecnologías de la información y de la comunicación se vieron transformadas. Haciendo de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación una parte fundamental en las sociedades. De esta manera las nuevas tecnologías contribuyen a mejorar la calidad de vida logrando satisfacer las diferentes necesidades de los humanos a la hora de comunicarse con otros.

Las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) se desarrollan a partir de los avances producidos en los ámbitos de la informática y las telecomunicaciones. Estas nuevas tecnologías permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada de diferentes maneras desde texto, imagen y sonido. En la actualidad el internet supone una modificación a gran escala, que a la vez redefine las formas de conocer y de relacionarse del hombre.

“En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas”. (Cabero, 1998, pg.198)

La creación de nuevos ordenadores permite una amplia variedad de programas y recursos que quedan a disposición de las personas. Estos se dividen en dos categorías: los recursos informáticos, que permiten procesar y tratar la información; y los recursos telemáticos, los cuales son proporcionados por el internet y que favorecen al acceso a la información. De forma resumida, la telemática se define como la disciplina que trata la comunicación entre equipos de cómputo a distancia.

La televisión, el teléfono, el video, los ordenadores, son instrumentos electrónicos que forman parte del concepto de tecnologías de la información y de la comunicación. En la actualidad el medio más representativo de la sociedad son las redes de comunicación dentro del internet.

1.3.1.4. Agenda mediática

Para Wolf (1987), todos los medios de comunicación tradicionales se caracterizan por manipular, guiar y hacer entender todo lo que sucede en el tema noticioso a las masas. Los medios tienen el poder de manipular con respecto a la conducta y razonamiento de la audiencia, además pueden generar una agenda de temas de interés social para las masas. Los medios al descubrir la realidad que afecta a su público, pueden presentar una lista de los temas que puedan tener una opinión y ser discutidos.

Según Rodríguez (2004), la función de la agenda setting es generar un listado de contenidos que ocuparan el centro de atención del medio durante determinado periodo. La agenda se

encarga de estudiar como los medios ejercen influencia en las audiencias mediante los temas considerados de mayor relevancia, organizando las noticias de forma jerárquica.

Si bien es verdad que la prensa puede no conseguir la mayor parte del tiempo decir a la gente lo que debe pensar, es sorprendentemente capaz de decir a los propios lectores en torno a que temas deben pensar algo, Cohen (1963, p.13) citado en Wolf (1987, p.163).

La agenda setting busca introducir temas de interés a la sociedad, pero se reserva información que pueda ser perjudicial para los intereses de estabilidad. Según Roberts, citado en Wolf (1987), el destinatario o perceptor no está en condiciones de controlar con exactitud la representación y generación de la realidad social, sobre la base de ningún estándar al margen de los medios, la imagen que se forma mediante esta representación acaba siendo distorsionada.

Se han realizado muchos estudios sobre la teoría de la agenda setting, pero es hasta finales del siglo XX que se le concede a los medios el poder y una gran importancia. Según Rodríguez (2004), en ese periodo existía el imaginario de que los medios trabajaban bajo el modelo de estímulo-respuesta. Luego, los estudios se caracterizaron por considerar la influencia de los medios, con una capacidad de influjo menor que otros agentes sociales.

A partir de los años sesenta hasta el día de hoy, surge de nuevo la idea del poder que tienen los medios de comunicación en la sociedad. En dicha etapa se reevalúa el poder de influencia de los medios (Wolf, 1987). Los nuevos estudios se realizan a largo plazo, enfocados en la sociedad de masas más que en grupos individuales.

Schulz (1982) citado en Wolf (1987), denomina *transfermodell der Kommunikation*; lo cual implica cuatro premisas importantes:

- Los procesos comunicativos son asimétricos: Hay un sujeto activo que emite un estímulo y un sujeto pasivo que es afectado por este estímulo y reacciona.

- La comunicación es individual: Es un proceso que concierne fundamentalmente a individuos en particular y que hay que estudiar cada uno de ellos.
- La comunicación es intencional: La introducción del proceso por parte del comunicador se produce intencionalmente y esta, en general, destinada a un fin; el comunicador apunta a un determinado efecto.
- Los procesos comunicativos son episódicos: El comienzo y fin de la comunicación son temporalmente limitados y cada episodio comunicativo tiene un efecto aislable e independiente.

Los efectos pasan a ser entendidos como cambios a largo plazo. Se ha determinado que los mensajes influyen en la forma con la que el destinatario organiza y replantea su propia idea de lo que sucede.

La función principal de la agenda se encuentra en que los medios escogen sobre que hablar y razonar, considerando el orden jerárquico y de qué forma llegan al receptor. Los medios ordenan y centran su atención en base a la importancia que tenga un hecho noticioso del país o del mundo, buscando generar impacto.

1.3.1.5. Efecto Priming

Existe la creencia de que los medios de comunicación hacen más que establecer la agenda pública, esto es comprobado a través de muchos estudios en donde según D'Adamo, García y Freidenberg (2007, p.131) establecen:

“Los medios también proporcionan los estándares que las personas adoptan para evaluar las cuestiones sociales y políticas a la hora de tomar decisiones. En ese sentido, los efectos de establecimiento de la agenda implican dar a la opinión pública una dirección respecto a un tema, pero también alterar las normas según las cuales se valora.”

El efecto priming sirve para especificar la forma en que la amplificación de los efectos de los medios inicia la creación de parámetros, y a partir de los cuales la población reflexiona sobre hechos sociales y políticos. Dicho efecto es producido, según el autor Jo y Berkowitz (1995), citado en D'Adamo, García y Freidenberg (2007, p.132) por:

“Un sujeto presencia, lee u oye un suceso a través de los medios, en su mente se activan una serie de ideas de significado parecido durante un corto periodo que podrán activar otras ideas semánticas relacionadas que influirán en las evaluaciones que realizan.”

El efecto priming menciona los cambios en los patrones que utiliza el público para generar sus evaluaciones políticas. Sosteniendo que las noticias con mayor incidencia se convertirán en las guías que las personas utilizaran para emitir sus opiniones. Muchas de las noticias de mayor incidencia están relacionadas con temas sociales que generan preocupación. Dicho efecto es el que determina sobre qué temas debería la audiencia generar pensamiento crítico y opiniones, según D'Adamo, García y Freidenberg (2007).

1.3.1.6. Efecto framing

El efecto framing es el que influye en la sociedad, estableciendo los temas que se deben considerar. Aunque en ocasiones, también da mayor relevancia a algunos temas sobre otros. El framing está vinculado con identificar los aspectos percibidos por la sociedad y hacerlos destacar dentro de los medios informativos.

No solo aquellos elementos sobresalientes en los medios se vuelven prominentes en las mentes de los individuos sino que, además existe un alto nivel de correspondencia en los detalles (D'Adamo, García y Freidenberg, 2007; p.135).

Confrontando la necesidad de las personas al agrupar esquemas que permiten comprender

lo que la información quiere explicar del contenido. De la misma forma, busca explicar los hechos sucedidos que se mantienen presentes en la agenda por la opinión pública.

Con relación a la comunicación de masas, se ha encontrado que el efecto framing se produce mediante la correspondencia que se establece entre el encuadre que los medios realizan de las historias que presentan y el encuadre que las audiencias efectúan de esos mismos acontecimientos, comenta D'Adamo, García y Freidenberg (2007, p.136).

Dicho efecto se vincula con la relación que tienen los seres humanos de buscar y concretar esquemas para jerarquizar y entender lo que la información explica del contexto. Lo que en realidad importa es la manera en que se delimitan las posibles causas que generaron el hecho y los resultados que puedan llegar a desatarse.

Estas herramientas están presentes en durante el trabajo de los medios, ya que generan y filtran la información a la sociedad, para que puedan opinar y formar decisiones que afecten o no a su sociedad.

1.3.1.7. La televisión basura

“Vivimos en la cultura de la incultura”

-Giovanni Sartori

En la actualidad se observa a muchos niños y jóvenes absorbidos por *un mundo de plásticos* y tecnologías. Esto se debe en un gran porcentaje por la televisión y su impacto en la psique humana, teniendo repercusión en la mente de los jóvenes. Afectando el rendimiento escolar, el juicio lógico, el manejo de la palabra, la convivencia armoniosa, la inteligencia y las actitudes.

El periodista argentino Roberto Pettitano se refiere a la televisión basura como la forma cretina que tiene el medio de crear programas, de forma mediocre, que miden la incultura y la desgracia de las personas. Con la única intención de igualarla y no potenciar lo bueno de la vida.

La televisión basura es una forma de televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo con la intención de atraer a la audiencia. Es un término muy amplio pero puede ser definido por los asuntos que aborda, por los personajes que presenta y por el enfoque que utiliza para tratar determinados temas.

Según el Consejo del Audiovisual de Cataluña en España, se define la televisión basura como el conjunto de programas en los que confluyen “la vulneración de derechos fundamentales, la falta de consideración hacia los valores democráticos o cívicos, el desprecio que toda persona merece, el poco o ningún respeto a la vida privada o a la intimidad de las personas o el uso de lenguaje grosero o descalificador.

Talavera y Bermejo (2005) señalan que algunos de los argumentos para identificar un programa como telebasura son la existencia de manipulación informativa, opiniones parciales o tendenciosas, difusión de rumores e informaciones no contrastadas, nulo respeto a la imagen, la intimidad y el honor. Haciendo del sufrimiento y miseria del ser humano, un espectáculo enfatizando en los aspectos más morbosos y sensacionalistas.

La televisión basura fomenta el escándalo y la violencia, convirtiendo el cuerpo humano en un objeto; específicamente el femenino. Restando importancia a temas de relevancia social, haciéndolos parecer un chiste.

La televisión es una fuente efectiva para fomentar actitudes en los niños, ya que desde una temprana edad son sometidos a su influencia. Es un hecho que los niños eligen los programas que divierten sobre los que educan y este aspecto se refleja en el adulto (Sartori, 2004). De esta manera los medios educan en una identificación con imágenes enfocadas en la violencia, la ruptura de normas sociales y la predisposición de conductas basadas en el delito.

Giovanni Sartori se ha dedicado al estudio de la televisión y el fenómeno que produce,

concluyendo que las personas creen en la información que se transmite por medio de la televisión.

León (1998) en la investigación ¿Por qué los niños ven televisión? concluye que, los niños recurren a la televisión para satisfacer la necesidad de distracción, reducir las tensiones y como medio para obtener información.

Klapper (1996) luego de investigar los efectos de la comunicación masiva afirma que los niños con tendencias agresivas tienden a imitar la conducta violenta que observan en las películas y en la televisión.

“La televisión latinoamericana representa la expresión misógina más abierta, machista y reforzadora de los tradicionales estereotipos sexuales con sus correspondientes conductas sadomasoquistas”

-Fabiana Porracín

La televisión basura ha causado fuerte impacto en la deformación de la imagen del hombre y de la mujer en la vida cotidiana así como en la vida cotidiana. Considerando a la mujer como un objeto sexual, ridiculizando a los homosexuales, estableciendo estándares de belleza, fijando los estereotipos sexistas y desfigurando los roles masculinos y femeninos. Un aspecto que se ha visto afectado en gran manera es la manipulación de la información con la intención de desinformar a las personas.

Este fenómeno no es único de la televisión ya que también sucede con la información que se comparte en las redes sociales. Tanto en la televisión como en el internet se presentan estímulos audiovisuales, los cuales son más efectivos que los visuales y auditivos.

La televisión, y ahora el Internet, se han apropiado del tiempo de las personas para distraerlos de las actividades recreativas.

1.3.2. Internet y Redes Sociales

1.3.2.1. Internet

“Internet es mucho más que una tecnología. Es un medio de comunicación, de interacción y de organización social” -Manuel Castells

Internet, está compuesto de varias redes de computadoras en donde todas se encuentran conectadas por medio de un servidor. En la actualidad, el internet es un medio en donde se lleva a cabo el intercambio de información entre personas. Gracias al internet, se ha podido superar las barreras físicas y de tiempo que limitaban a la comunicación. Hoy en día las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación han revolucionado las formas de comunicación entre las personas. De esta manera el internet es capaz de satisfacer las diferentes necesidades de las personas por medio de los siguientes servicios:

- Navegadores: Son plataformas que permiten a un usuario, por medio de una computadora ingresar a la red. Un ejemplo de estos navegadores son: Internet Explorer, Safari y Mozilla Firefox.
- Buscadores: Los buscadores son portales en donde la función principal es la búsqueda de información por medio de palabras claves. Los resultados son presentados en forma de lista, en donde el resultado más compatible se muestra dentro de los primeros puestos de la lista. Entre los buscadores más comunes están: Google, Bing y Yahoo!
- Correo electrónico: El correo electrónico es un servicio que permite enviar y recibir *cartas* a una o varias personas. Caracterizado por la inmediatez a la hora de recibir y responder los correos. Un aspecto importante es que por este medio, se hace posible el envío de imágenes y archivos de diferentes formatos. Este servicio se puede percibir como una ventaja para los usuarios pero también como una desventaja. Ya

que por este medio se logra identificar la falta de formalidad, la impersonalidad, el “spam” en correos y los virus. Las plataformas de correo electrónico más frecuentadas son: Hotmail, Gmail y Yahoo!

- Productos y servicios: Las empresas tanto públicas como las privadas pueden crear una plataforma en internet para ofrecer productos y servicios. De igual manera al crear una página con fines comerciales, la imagen de la misma se esparce por el mundo; logrando en ocasiones nuevos clientes.
- Publicidad: Los portales de internet pueden incluir anuncios publicitarios, de diferentes tamaños y colores; estos anuncios se encuentran por toda la red.
- Redes Sociales: Las redes sociales en la actualidad forman parte importante de las sociedades al ser consideradas como los nuevos espacios en donde los usuarios pueden informarse e interactuar entre sí. Lo interesante de las plataformas sociales es que convierten al usuario en consumidor activo de la información que recibe, comentado y opinando en base a su punto de vista. Dentro de las redes sociales hay una amplia diversidad de temas que se van construyendo en base a las interacciones de los usuarios. Dentro de las plataformas más populares están: Facebook y Twitter, que con el paso del tiempo han ido evolucionando en base a las necesidades, siempre cambiantes, de los humanos.
- Video y música: Con los avances tecnológicos en el internet surgen plataformas que permiten “subir” y reproducir videos. También surgen plataformas que permiten reproducir, descargar y comprar música. Entre las plataformas más populares se encuentran: YouTube, Spotify y Deezer.

En base a estos servicios, se puede afirmar que el internet se ha convertido en uno de los principales medios de comunicación masiva. El internet también ha tenido un papel importante en las formas de trabajo de las personas, ya que se hace posible el trabajo de forma remoto.

Cabero (1998) analiza las características del internet como representación de las tecnologías de la información y comunicación de la siguiente manera:

- Información multimedia: En la actualidad es posible transmitir información en forma de texto, imagen y sonido
- Interactividad: Considerada como una de las características más importantes de las tecnologías de información y comunicación, se hace posible el intercambio de información entre el usuario y el ordenador.
- Influencia: Resulta difícil identificar las dimensiones del internet, ya que la cantidad de información almacenada en el ciberespacio es inmensa. Este aspecto puede ser considerado como negativo, ya que se ve afectada la calidad de la información.
- Inmediatez: Las redes de comunicación y su integración con la informática han hecho posible la transmisión de información, entre lugares físicamente distantes, de forma instantánea.
- Digitalización: La digitalización en el ciberespacio es necesaria ya que no toda la información que se encuentra es textual. En el caso del contenido sonoro y gráfico, es necesaria la codificación digital para su transmisión en el internet.
- Influencia en el ámbito cultural, económico, educativo e industrial: El impacto de las tecnologías de la información y comunicación no influye únicamente al usuario. Ya que la información en el internet es capaz de influir a las sociedades, grupos e instituciones; siendo esta una de las características principales de la globalización.

De esta manera es de suma importancia reconocer que no toda la información que se encuentra en el internet es verídica. Por lo que una práctica recomendada a la hora de utilizar el internet, es la de corroborar la información.

El papel que desempeña el internet en la sociedad es fundamental, es por ese medio que se puede enviar al igual que recibir noticias sobre sucesos en el mundo.

1.3.2.2. Redes Sociales

Actualmente la esfera pública se sitúa en la realidad objetiva pero también en la realidad digital. Esto se debe a que en las últimas décadas del siglo XX se han desarrollado redes de comunicación, interconectadas entre sí, que han contribuido a cambiar la lógica sobre la realidad física.

Dentro de las redes sociales el comportamiento de los usuarios y el nivel de influencia que tiene uno sobre otro son los elementos principales para el funcionamiento de estas plataformas. Es allí donde el ser humano logra interactuar con otros dentro de una “realidad digital”, siempre pudiendo hacerlo de la manera que más le convenga una vez esta no le afecte en la vida real.

Ros-Martin (2009) afirma que la red social es un espacio que permite a los usuarios interactuar, informarse y comunicarse con otros, sin importar que no tengan intereses a fin. En otras palabras el usuario deja de estar limitado únicamente a recibir información para poder tener un espacio en donde generar y compartir información; reforzando el derecho humano de la libertad de expresión. Visto desde esa perspectiva las redes sociales parecieran ser espacios sanos y de convivencias agradables pero la situación es puede variar a partir del uso que quiera dar el usuario. El internet hace posible la creación de círculos sociales e identidades digitales que permiten dar un uso propagandístico o de entretenimiento, teniendo la oportunidad de tener presencia anónima.

Castells (2009) comparte que el nuevo sistema digital abre la brecha a un proceso de comunicación inclusivo en donde los individuos logran tener la posibilidad de convertirse en sujetos independientes y generadores de contenido. El surgimiento de las redes sociales fue un suceso que impacto por completo la vida de los seres humanos.

Según Rosen, Barnett y Kim (2011) las redes sociales “ofrecen una plataforma de múltiples funciones para la creación de contenido online, incluyendo fotos y compartiendo videos, mensajes de texto, comentarios sobre el contenido de otros usuarios, blogs y, la funcionalidad principal, mostrando una relación con quien uno es amigo” (p.35).

La información compartida en dichas plataformas define la forma en que los usuarios desean ser percibidos ante el grupo social al que pertenecen. Las redes sociales, a diferencia de las comunidades virtuales, centran su atención en el usuario y le otorgan cierta independencia al permitir que tome decisiones a favor de su bienestar.

Aguilar y Said (2010) indican que estas plataformas digitales se han convertido en un reflejo de la vida real, en donde el tipo de comunicación entre se ve afectado a partir de la cercanía entre los usuarios. De esta manera empiezan a clasificar el contenido que desean mostrar y ver, al mismo tiempo que deciden la forma y el canal por el cual será difundido.

“Así pues, el nuevo YO virtual que aparece y toma vida en las redes sociales virtuales es un reflejo idealizado, por decirlo de alguna manera, del YO no virtual. Es importante recalcar que, tanto sujeto virtual como el no virtual, se complementan y crecen juntos” (Aguilar y Said, 2010, pg.201).

Las redes sociales permiten al individuo ser independiente y le dan la oportunidad de comportarse a su conveniencia. En este punto es importante resaltar que aunque cada usuario utiliza las redes a su manera, su comportamiento en las redes sociales demuestra el tipo de persona que es y la mentalidad tiene.

La palabra red proviene del latín *rete*, que se refiere a una herramienta de caza que se formaba mediante la unión de varios hilos para cubrir cierta distancia. La palabra social proviene igualmente del latín *sociālis*, que hace referencia a la reunión de varios individuos que crean una unidad con identidad.

Aplicando el término red social a la actualidad, hace referencia a los diferentes sitios o plataformas en internet que ofrecen registrar a las personas con el fin de brindar un espacio de recreación entre infinidad de individuos. Permitiendo que los usuarios compartan contenido textual y gráfico e interactúen con otros usuarios con los que también comparten intereses. Estos intereses pueden ser relaciones de trabajo, estudios, entretenimiento y relaciones amorosas.

El término red social no es único para las plataformas virtuales, ya que estas son reflejos de las relaciones sociales en donde un actor social se ve envuelto.

“En nuestra vida diaria continuamente estamos formando, generando y construyendo redes sociales. En multitud de situaciones usamos como referencia de nuestra conducta a otros, y otras veces los demás nos usan como referencia de sus actuaciones. Cuando nacemos, con el inicio del proceso de socialización, y con la incorporación a los grupos sociales primarios, en potencia, estamos comenzando a formar parte en el entramado de más de una red social: aquella a la que pertenecen nuestros padres, los parientes de nuestros padres, que son, a su vez, nuestros parientes, y los amigos de nuestros parientes, que muchas veces son nuestros amigos. Al mismo tiempo, cuando crecemos vamos generando una red personal concreta, referida a nosotros mismos y que varía con el paso de los años” (Requena, 1989, pg.146).

En el momento que una persona va creciendo, estas redes sociales se van modificando. Algunas dejan de existir ya que el individuo va generando una su propia red social. Las personas forman parte de las redes sociales, consciente o inconscientemente, ya que las redes se basan en las relaciones que un individuo tiene.

Royero (2007) define a las redes sociales como:

“El conjunto de personas, comunidades, entes u organizaciones que producen, reciben e intercambian bienes o servicios sociales para su sostenimiento en un esquema de desarrollo y bienestar esperado. Dicho bienestar es mediatizado por los

avances en el campo de la ciencia y la tecnología producidos y ofrecidos en su valor social y mercantil a las personas o grupos de ellas, en un territorio y en unas condiciones económicas sociales determinadas. Estos intercambios se dan a nivel local regional, nacional, internacional y global”. (pg. 4)

Las redes sociales, como las conocemos al día de hoy, se originan en el año 1995 cuando Randy Conrads crea la página web classmates.com, que tenía como fin mantener las relaciones creadas con antiguos compañeros del colegio o universidad. Fue hasta el año 2002 que empiezan a surgir nuevas redes sociales y las redes sociales existentes empiezan a tener auge. Debido al rápido crecimiento y demanda de usuarios, las redes sociales tuvieron que perfeccionar las funciones que en un principio ofrecían. A partir de ese momento, las redes sociales continuaron creciendo y ganando nuevos seguidores.

Las redes sociales en internet son promovidas por la capacidad de interactuar con amigos y otros usuarios, así como también de generar nuevas relaciones de amistad. Es importante detenerse en el tema de interacción ya que para la presente investigación es determinante conocer como la forma tradicional de interacción se ha ido modificando y como esto es capaz de afectar a las personas. En un principio, las interacciones se daban de frente entre personas y dentro de un espacio físico. Con el internet este modelo se vio fuertemente modificado ya que deja de ser necesario tener una interacción cara a cara y en un espacio físico, el nuevo modelo se da en el ciberespacio.

Thompson (1998) afirma: “El desarrollo de los medios de comunicación ha creado nuevas formas de interacción, nuevas maneras de visibilidad y nuevas redes de difusión de la información en el mundo moderno, todo lo cual ha alterado el carácter simbólico de la vida social” (pg.107).

“El desarrollo de los medios de comunicación ha generado nuevas exigencias para la comprensión de sus mensajes y en general para su uso, de tal manera que los individuos emplean habilidades y competencias para codificar y para decodificar los soportes técnicos, varias formas de conocimiento y presuposiciones. Tales formas de conocimiento y

presuposiciones dan forma a la manera en que entienden los mensajes, se relacionan con ellos y los integran dentro de sus vidas. Así mismo esas formas y cómo se adquieren no son iguales para todos, sino que dependen de las condiciones particulares y la ubicación de los individuos en los campos de acción” (Thompson, 1998, pg.43).

En base a los estudios de Thompson, se puede decir que existen tres formas de interacción en donde se ve involucrado el hombre moderno.

“1) Interacción cara a cara: Tiene un contexto de copresencia; los participantes en la interacción están uno frente al otro y comparten un sistema de referencia, un espacio temporal en común. Este es de carácter dialógico, es decir el sistema de comunicación bidireccional. 2) Interacción mediática: Esta implica el uso de medios técnicos (papel, cables eléctricos, ondas electromagnéticas, etc.) que permiten transmitir información de contenido simbólico a individuos que están en lugares diferentes. 3) Casi-interacción mediática: Las relaciones sociales son establecidas por los medios de comunicación de masas (libros, periódicos, televisión, etc.). Como las interacciones mediáticas, esta tercera forma de interacción implica la disponibilidad extendida de la información y contenido simbólico en el espacio y tiempo. Las formas simbólicas son producidas para un abanico indefinido de receptores potenciales y, en este esquema interactivo, el sentido de flujo comunicativo resulta de carácter unidireccional” (Thompson, 1998, p.117-118).

Los avances que ha traído la tecnología permiten que las personas generen contenido, lo repliquen y lo compartan por el ciberespacio. Rompiendo con las barreras de espacio y tiempo, ya que una publicación es capaz de viajar a través de los continentes. Una persona puede compartir sus experiencias y opiniones en su red social y así despertar el interés de otros usuarios a interactuar con la publicación.

Día a día se producen nuevas redes sociales, la razón se debe a que los usuarios finales tienen gustos diversos. Es por eso que en el internet se encuentran diversas plataformas, permitiendo que las personas que comparten el gusto por las publicaciones textuales puedan

tener una amplia variedad opciones en redes sociales para elegir. Las plataformas más populares que centran en publicaciones textuales, son Facebook y Twitter. Ambas ofrecen la opción de agregar fotografías o videos a las publicaciones, únicamente que Twitter tiene como límite para sus publicaciones un total de 140 caracteres. A diferencia de Facebook que permite que las publicaciones se extiendan a párrafos.

Con el paso del tiempo, las redes sociales Facebook y Twitter han sido sujetos de estudio ya que han tenido un papel importante en las sociedades alrededor del mundo.

1.3.2.2.1. Facebook

Según Safko (2010), Facebook tuvo sus inicios en febrero del año 2004 por un estudiante de la Universidad de Harvard en Estados Unidos. La creación de Mark Zuckerberg pasó de ser utilizada únicamente por estudiantes de la Universidad de Harvard a ser usada por personas alrededor del mundo y de todas las edades.

El acceso en un principio a Facebook era limitado, ya que uno de los propósitos era conocer a otras personas y aprender sobre distintas comunidades y organizaciones en las diferentes universidades en Estados Unidos. Debido al rápido crecimiento de la plataforma, el requisito de ser estudiante en una universidad dentro de Estados Unidos dejó de ser una limitación para poder formar parte de la comunidad de Facebook. Hoy en día la plataforma ha alcanzado a personas de todo el mundo, de diferentes edades y creencias.

Facebook es una plataforma que ofrece a los usuarios conexión rápida y eficiente con los amigos, familiares, también con compañeros de colegio y de trabajo. La apariencia que tiene la plataforma, se debe a los avances que trajo la web 2.0 sobre las web 1.0. Según Safko (2010), la red social Facebook permite que el usuario envíe y reciba información en el momento que se realiza un cambio interno como actualizaciones de estado, comentarios, “Likes”, reacciones, entre otros.

Dicha plataforma ha permitido que empresas de publicidad y de mercadeo digital logren promocionar un producto o servicio utilizando la información personal de cada usuario para que las publicaciones sean efectivas. La información que cada usuario utiliza para registrar su cuenta, permite la clasificación por grupos para poder segmentar las publicaciones y así lograr que lleguen al público indicado.

Facebook no solo se apropia de los negocios en la red sino que también influye en lo que piensan o no sus usuarios. Tal como menciona Piscitelli, Adaime y Binder (2010, p.157) “esta red social puede cumplir con determinadas funciones específicas, como difundir información oficial de un determinado grupo ciudadano; recopilar información relevante sobre temas de interés del grupo; facilitar la administración, logística y operaciones, procurar recursos y condiciones de financiamiento; entender la red de activistas o simpatizantes con otros movimientos sociales, realizar tareas informativas y de difusión”.

Estas características son las que sitúan a las redes sociales como contribuyentes con la sociedad, ya que permiten el espacio para crear opiniones en los ciudadanos sobre temas de interés público.

Tales casos son la cobertura que medios informativos tienen en redes sociales, los resultados de votaciones electorales, llamados a movilizaciones sociales, como también las modificaciones en la agenda pública. En muchas ocasiones, las redes sociales se ven involucradas tiempo antes que los medios informativos y esto se debe a que los medios de comunicación siguen una serie de protocolos en base a la información que se aborde.

La red social Facebook ha sido una herramienta para que negocios puedan mejorar la interacción con sus clientes y por ende incrementar las ventas, este es un aspecto positivo de la plataforma. Pero también se encuentran casos en donde se ha utilizado la plataforma para demeritar a la competencia, atacando a la empresa y sus productos. Este tipo de comportamiento no es único de las empresas ya que también se percibe en los usuarios. Es importante resaltar que a las redes sociales marcan un hito en materia de difusión masiva debido a su alcance, característica e impacto en la sociedad actual.

1.3.2.2.2. Twitter

Para Safko (2010), Twitter fue creada específicamente para mejorar la comunicación entre usuarios. La función principal es permitir una comunicación de forma rápida y eficaz. Twitter busca replicar métodos antiguos de comunicación, en donde el número de caracteres era limitado, que ofrecían mensajes claros y concisos. Dicha red social permite publicaciones de no más de 140 caracteres, la cual puede ir acompañada de un estado de ánimo, algún hipervínculo o imagen.

Según Kwak, Lee, Park y Moon (2010), Twitter es una red social que se dedica al servicio de microblogging, el cual se ha convertido en el medio que centra la atención en los eventos recientes. La forma en que funciona la red social, es por medio del número de seguidores que un usuario pueda tener al igual que el número de usuarios al que decida seguir. De esta manera ambos usuarios estarían enterados de cada publicación que se realice.

Una de las principales fortalezas que ofrece Twitter, es la inmediatez de las publicaciones. Es una herramienta que permite compartir lo que el usuario hace así como también lo que sucede en su alrededor. De esta manera es como se percibe a la red social como una herramienta para el reportar noticias, Safko (2010).

La historia de la humanidad se ha visto marcada por diferentes levantamientos sociales. Es necesario agregar que dichos levantamientos no hubieran sido posibles de no haber sido por las redes sociales. En el caso de Twitter, la red social formó parte esencial en una de las revoluciones más importantes del Siglo XXI, la revolución egipcia. Las redes sociales, tanto Facebook como Twitter tuvieron un papel indispensable en la sociedad, ya que facilitó la organización de personas las cuales más adelante se movilizarían para poner exigir la renuncia de Mubarak, quien se encontraba gobernando en Egipto. Dicha importancia se puede reconocer, luego de que el mismo gobierno intentó cortar las comunicaciones por medio de redes sociales.

En Twitter las publicaciones son llamadas “tuits” y estas pueden ser compartidas por medio de “retuits”, que significa compartir la publicación de otra persona. Una de las herramientas que ofrece la red social es la de los *Trending Topics*, que se encarga de clasificar las publicaciones en orden de relevancia así como también en orden de *Top 10*. Uno de los aspectos principales de Twitter es el *hashtag* “#”, el cual con el paso del tiempo se fue involucrando en otras redes sociales. La función de *hashtag* es agrupar el contenido de la publicación, para facilitar a los motores de búsqueda encontrar la publicación.

1.3.2.3. Impacto de las redes sociales en la sociedad

En el libro “Redes de indignación y Esperanza” de Manuel Castells, analiza la situación casi en tiempo real de los movimientos sociales, la sociedad red global, las relaciones de poder y los medios de comunicación. Castells dedica el libro a conocer en detalle los acontecimientos que generaron las diferentes revoluciones alrededor del mundo. Analizando el papel de las redes sociales en la revolución egipcia, en la Primavera Árabe, las Indignadas en España y el movimiento Occupy Wall Street en Estados Unidos. De igual manera analiza los elementos de convergencia de los diferentes movimientos sociales y la capacidad que cada movimiento tuvo para generar cambios dentro y fuera de la sociedad.

“Al principio fueron unos cuantos, a los que se unieron cientos, que se conectaron en red con miles, apoyados por millones con su voz y su búsqueda de esperanza, bastante caótica, que atravesaba ideologías y modas, para conectar con las preocupaciones reales de la gente real en la experiencia humana real que reivindicaban” (Castells, 2012, pg.19-20).

Con esas líneas es como abre Manuel Castells, el libro “Redes de indignación y Esperanza”. Castells (2012) afirma: “Las redes sociales de Internet, son espacios de autonomía en gran medida fuera del control de gobiernos y corporaciones que han monopolizado los canales de comunicación como cimiento de su poder” (p. 20). Dentro del espacio público que ofrece la red, los usuarios pueden encontrar infinidad de situaciones y sentimientos. Conectados entre sí e imaginando proyectos de distintos orígenes, los

individuos formaron redes sin tener en cuenta opiniones personales ni la filiación. De esta manera los individuos se unen y juntos superan el miedo. El miedo, se caracteriza por ser una emoción capaz de paralizar a las personas afecta la capacidad de prosperar y desarrollarse plenamente de forma individual. El ciberespacio ofrece seguridad para que personas de todas las edades puedan expresar libremente su opinión. Se debe agregar que la seguridad no es absoluta, ya que la seguridad física de la persona se puede ver afectada dependiendo del tipo de información o contenido que comparta en la red.

Fue en la red donde los movimientos sociales vieron la oportunidad de atraer a las personas a que formaran parte. Los movimientos se extendieron por contagio, en un mundo conectado a la red por medio del Internet inalámbrico. La conexión inalámbrica se caracteriza por la rápida capacidad de difusión de imágenes e ideas, a escalas virales.

Estos movimientos sociales tuvieron sus inicios en Islandia y Túnez, entre 2009 y 2011. Desde allí se empezaba a organizar un movimiento, que serviría como ejemplo para futuros movimientos sociales, que irían en contra de la codicia, la manipulación, la humillación y la arrogancia de los poderosos, tanto en el ámbito financiero como político y cultural. De esta manera es como se transforma el miedo en indignación y la indignación en esperanza de una humanidad mejor (Castells, 2012).

Los movimientos sociales en red se extendieron primero en el mundo árabe, para mostrarse en contra de las dictaduras árabes. Es así como surge la Primavera Árabe, una serie de manifestaciones de carácter popular y político que sucedieron en la región árabe desde inicios del 2011. Las cuales condujeron a la caída de las dictaduras de Ben Ali en Túnez y Hosni Mubarak en Egipto, el reforzamiento de la violencia en Yemen y la guerra civil en Libia. La llamada a la protesta captó rápidamente los oídos de todo el pueblo egipcio. La represión no desanimó a los jóvenes y sus aliados, el coraje fue el factor determinante que llevó la protesta a todos los barrios de las ciudades, grandes o pequeñas, y pueblos. El número de manifestantes llegó a alcanzar los quince millones, que de manera permanente se presentaron en las plazas a manifestar el descontento. La unión de los manifestantes, aun

siendo de diferentes niveles socio económicos, favoreció a que el miedo cambiará de bando (Amin, 2011).

El ser humano construye los significados al interactuar con su entorno natural y social, interconectando sus redes neuronales con las redes de la naturaleza y las redes sociales. Esta interconexión funciona gracias al acto de la comunicación, ya que comunicar es compartir significados por medio del intercambio de información.

En el proceso de construcción de significado, está conformado de diversas características. Sin embargo existe una característica que vincula a todos los procesos de construcción simbólica: estas construcciones de significados dependen de los mensajes y de los marcos creados, formateados y difundidos en las redes de comunicación multimedia.

El objetivo del libro “Redes de Indignación y Esperanza” es proponer algunas hipótesis basadas en la observación, sobre la naturaleza y perspectivas de los movimientos sociales en red con la esperanza de identificar los nuevos caminos del cambio social en nuestra época. Castells en su libro “Comunicación y Poder”, parte de la premisa que las relaciones de poder constituyen el fundamento de la sociedad. Aunque cada individuo construya su propio significado al interpretar un mensaje, el proceso mental de construcción de significados está condicionado por el entorno de las comunicaciones.

Esto da lugar al desarrollo de la autocomunicación de masas, que se hace presente gracias al Internet y el uso de redes inalámbricas como las plataformas de comunicación digital. Tal como dice Castells, 2012:

Es comunicación de masas porque procesa mensajes de muchos para muchos y potencialmente puede llegar a numerosos receptores y conectarse a intocables redes que transmiten información digitalizada en un barrio o por todo el mundo (Castells, 2012, pg.24).

En la auto comunicación el emisor elige el mensaje de forma autónoma, también designa quienes serán los posibles receptores y selecciona los mensajes de las redes de comunicación que quiere recopilar. La autocomunicación se rige por un modelo horizontal de comunicación, aspecto que resulta difícil de controlar para los gobiernos y las empresas. De esta forma posibilita la creación de plataformas tecnológicas para la construcción de la autonomía del actor social, ya sea individual o colectiva. De esta manera es como se puede explicar cómo el miedo cambia de bando, siendo ahora un miedo inminente para los gobiernos.

Al referirse de los cambios dentro y fuera de la sociedad, se debe mencionar que los movimientos analizados en el texto de Castells sirvieron para introducir a otras sociedades para tomar acción ante una situación que generaba miedo capaz de inmovilizar a las personas para luchar por sus derechos.

Un aspecto importante, y que resalta Castells, es el de los sentimientos compartidos por parte de las personas. La ira e indignación son los sentimientos que son percibidos como la razón por la cual surgen los movimientos sociales. De esta manera es como las redes sociales presentan un espacio en donde las personas pueden expresar sus opiniones y experiencias durante las manifestaciones. Castells agrega que las redes sociales son capaces de transmitir esperanza a las sociedades, ya que la unión de las personas en redes sociales es capaz de reducir el temor a querer expresar una idea que es compartida por la sociedad.

Castells menciona que los motivos de los levantamientos no se reducen únicamente a la pobreza o la crisis económica.

“Fue principalmente la humillación causada por el cinismo y la arrogancia de los poderosos, tanto del ámbito financiero como político y cultural, lo que unió a aquellos que transformaron el miedo en indignación y la indignación en esperanza de una humanidad mejor” (Castells, 2012, p.20)

Estas movilizaciones sociales surgen a causa de la crisis económica y el cinismo de los políticos para abordar el tema. De esta manera la forma en que se percibía a los políticos fue modificada, se les empezaba a evidenciar como corruptos y mentirosos. De igual manera la credibilidad en los medios de comunicación se fue perdiendo y se les empezaba a ver como sospechosos de los políticos.

Toda sociedad tiene como factor de cohesión la confianza y el hecho de que la percepción que se tenía de los políticos y los medios de comunicación fue modificada, reduce la confianza de las personas. Castells (2012, p.19) agrega “Sin confianza, nada funciona. Sin confianza, el contrato social se disuelve y la sociedad desaparece, transformándose en individuos a la defensiva que luchan por sobrevivir”.

Los diferentes movimientos sociales que se exponen en el texto Redes de Indignación y Esperanza, tienen como lugar de partida las redes sociales de internet. Las redes sociales ofrecen “espacios de autonomía en gran medida fuera del control de gobiernos y corporaciones que, a lo largo de la historia, han monopolizado los canales de comunicación como cimiento de su poder” (Castells, 2012, p.20).

El hecho que los medios de comunicación sean controlados por el grupo dominante es determinante para sesgar el contenido que será transmitido por el medio. De esta manera se garantiza que las personas que forman parte del grupo dominante continúen en esa posición por tiempo indefinido.

El ciberespacio ofrece la seguridad para organizar a las personas, ya que es un medio que carece de control. Compartiendo el dolor e indignación, las personas forman redes para unirse sin importar las diferencias religiosas que los pudieran dividir. Dicha unión representa un factor determinante en estas movilizaciones, ya que eso permitió superar los miedos de las personas. De esta forma la organización dejó la presencia virtual para transformarlo en una reunión en el espacio urbano, así poder contribuir con la historia del país.

Estos movimientos se extendieron en forma de contagio; alimentando el ciberespacio con imágenes, videos y publicaciones a través del internet inalámbrico.

1.3.2.4. Viralidad

Compartir información es una parte esencial de la interacción humana, que sirve para construir relaciones sociales. Esta acción de compartir es capaz de afectar actitudes y comportamientos en individuos al igual que grupos grandes.

Para comprender el origen de la viralidad es necesario abordarlo a partir de la palabra virus. Esta palabra tiene origen en el latín, y su significado etimológico significa veneno o toxina. En el ámbito de la ciencia, se trata de una entidad biológica capaz de autorreplicarse al utilizar maquinaria celular. Para la presente investigación es fundamental abordar la palabra marketing viral ya que es a partir de su definición que se puede comprender como la viralidad funciona en las redes sociales.

El marketing es todo aquel proceso que comprende la identificación de necesidades y deseos del mercado al cual se desea dirigir con el fin de captar y retener a los clientes. El marketing viral, a diferencia del tradicional, se dio a conocer con la aparición del Internet ya que al tener alto tráfico y más notoriedad permite la difusión de un mensaje de marketing. Este se caracteriza por partir de un emisor específico, que se multiplica por la colaboración de los receptores en la transmisión y difusión del mismo. De esta manera se genera un efecto de propagación que crece continuamente gracias a la comunicación boca a boca.

Fraile (2016) en la revista Numeral Marketing define que el marketing viral es aquel que busca crear interés y compras potenciales de una marca o producto mediante mensajes que se extienden como un virus, de forma rápida y de persona; la idea del marketing viral es que luego de la emisión del mensaje sean los usuarios los que compartan el contenido.

Por la rapidez en que se difunde un mensaje, pero principalmente por la facilidad para compartir, las redes sociales son el hábitat natural por excelencia para este tipo de marketing. Un ejemplo claro de este fenómeno son las cadenas que se difunden sobre la desaparición de personas en publicaciones de Facebook y Twitter. Al aplicar la definición que da Fraile sobre marketing viral en la presente investigación, se puede comprender como funcionan las cadenas en las redes sociales. En el caso de publicaciones de alerta sobre desaparecidos, lo que se desea es crear consciencia en los usuarios de internet y que sean ellos mismos los que ayuden a difundir entre sus círculos sociales la información.

La razón por la cual se utilizan las redes sociales para este tipo de situaciones es por la facilidad que ofrece para difundir y extenderse un mensaje, pero esto también es un arma de doble filo. En este punto no se debe olvidar que la viralidad de un mensaje depende de la calidad de usuarios que interactúan con la publicación, ya que hay existe una gran probabilidad que el mensaje sea malinterpretado o parodiado.

Ferrera (2013) afirma que el marketing viral es una estrategia que utiliza la publicidad para transmitir mensajes a amigos o familiares y así crear un efecto en cadena para que el mensaje alcance a más personas. Se le llama así porque se asemeja a una epidemia que se dispersa de forma rápida entre personas, infectando primero a los más débiles y que crece exponencialmente cada vez que se suman más “infectados”. En el caso de las redes sociales el caso de la información viral funciona de la misma manera, infectando primero a las personas que padecen de un juicio propio y que dan por veraz toda la información que ven en las redes.

Esto responde a la pregunta que se encuentra con mucha frecuencia en el internet, no existe una formula exacta para que un mensaje sea compartido por millones de usuarios. La viralidad de un mensaje está fuertemente relacionado con las emociones y es por eso que logra ser difundido de forma masiva. El hecho de apelar a las emociones del espectador es el primer paso para convertir una publicación en viral. Compartir un mensaje positivo es siempre bien recibido por los demás usuarios en redes sociales, esta buena aceptación

produce en el usuario un deseo inmediato por querer compartir la misma sensación con las personas de su propio círculo social.

El error que muchas empresas, al igual que usuarios particulares, han cometido es acudir a comprar visualizaciones en las redes sociales; o poner en práctica mecanismos creados específicamente para aumentar el tráfico de las publicaciones, al igual que de usuarios. El simple hecho de que la viralidad de un mensaje esté relacionada con las emociones de los usuarios quiere decir que dicha publicación tiene que darse de manera natural, por el simple hecho de compartir.

Otro elemento fundamental es la creatividad, muchas veces con pocos recursos y mucho ingenio ha surgido contenido altamente viral. En este punto los usuarios ya están cansados de la monotonía con la que se encuentran en redes sociales, es por eso que al sumar sentido del humor con el factor a ofrecer, el contenido ya tiene altas probabilidades de convertirse en viral.

Vásquez (2013), indica que el marketing viral es un conjunto de técnicas que hacen uso de medios en Internet tales como las redes sociales para lograr aumentar las ventas de productos y servicios, o bien el posicionamiento de una marca o idea gracias a la propagación de un determinado mensaje de forma exponencial o viral entre los interesados.

El concepto de marketing viral ha existido por mucho tiempo, incluso durante siglos. Pero fue hasta 1997 que Steve Jurvetson le llamó “Marketing Viral” a la práctica de marketing que se experimentó en Hotmail.

Dentro de las redes sociales de Internet, se toma por viral al contenido que es difundido en y que alcanza una alta cantidad de impresiones en un corto espacio de tiempo. Este contenido se puede encontrar en forma de videos, imágenes o publicaciones textuales.

Según Scholz, et al (2017) las consideraciones sociales pueden impactar fuertemente la manera en la que se recibe el contenido y cómo se actúa a partir de él. Los usuarios de redes

sociales, a la hora de compartir información necesitan considerar el conocimiento, las opiniones e intereses de los otros usuarios; para que la predicción de las reacciones de la audiencia pueda ser compartida exitosamente. De esta manera es como a través de una publicación en redes sociales, se puede predecir lo que puedan llegar a pensar y sentir los demás usuarios respecto a la información compartida y del que comparte.

En el artículo, ¿Qué hace que el contenido en línea se vuelva viral?, Jonah Berger y Katherine L. Milkman tienen un acercamiento desde el área de la psicología para comprender la difusión de un mensaje. Dentro de las redes sociales, no predomina únicamente un tipo de información; cada usuario tiene la libertad de hacer públicas sus opiniones sin importar el estado de ánimo que impulse a la publicación.

En base a los resultados obtenidos por Berger y Milkman (2012), una de las razones por las cuales se comparten historias, noticias e información en las redes sociales es porque muchas de las publicaciones contienen información que puede ser de utilidad para los demás usuarios en las redes sociales. Un claro ejemplo de estas publicaciones son las alertas sobre desaparecidos, al tener como objetivo principal crear consciencia sobre la desaparición de una persona. Al suceder esto la sensibilidad del usuario se ve afectada, produciendo impulsos por querer compartir la publicación; al mismo tiempo que se contribuye con los familiares afectados por la desaparición del ser querido al difundir la publicación con los propios círculos sociales.

Es importante resaltar que los usuarios de redes sociales también comparten información en las plataformas con el motivo de querer ayudar a una persona o a una causa. Este aspecto se debe remarcar ya que es determinante para la investigación. Muchas de las publicaciones que se comparten con la intención de ayudar a una causa, experimentan diversas interacciones por parte de los usuarios y estas son capaces de afectar el rumbo de la publicación.

Debido al crecimiento y evolución de las redes sociales, estas se han convertido en herramientas efectivas de difusión de mensajes de alerta sobre desapariciones con la

intención de volver viral la publicación. En el caso de las publicaciones de alerta sobre desaparecidos, estas al tener como objetivo de crear conciencia en los usuarios hacen posible que personas ajenas puedan reconocer a la víctima y así contribuir con la búsqueda y rescate.

En base a un análisis de investigación de datos y seguimiento de rumores de la Universidad de Columbia, se afirma que la desinformación en redes sociales tiene las mismas probabilidades que la información confiable de alcanzar la viralidad. Así como la información confiable es capaz de contribuir a la formación de opiniones, la desinformación tiene la misma capacidad. Hoy en día, las personas acuden a las redes para obtener información noticiosa, pero descartan el hecho de estar expuestos a dosis diarias de engaños, rumores, teorías conspirativas y noticias de dudosa procedencia.

Las personas tienden a confiar en los mensajes reciben por los círculos sociales en donde se encuentran y rechazan la información que presente opiniones diferentes o que contradigan la postura inicial. El usuario promedio es vulnerable a ser manipulado por la información que recibe al estar expuesto, selectivamente, a determinada información que consume en base a sus creencias, posturas o preferencias.

El crecimiento que ha tenido las redes sociales sumado de la aceptación de las personas, han sido capaz de afectar la manera en que se comunican los usuarios. En un inicio la comunicación estaba sujeta a publicaciones textuales pero con el tiempo se fueron haciendo posibles las publicaciones a través de imágenes, vides y *memes*; uno de los productos por excelencia que ha traído el internet. En base a la investigación “Análisis de Redes Sociales” del año 2016 de la Universidad Nacional del Sur de Argentina, se descubrió que resulta más eficiente fabricar información y transmitirla como un hecho “real” que para informar sobre un suceso real. Este análisis ayuda a comprender los engaños que sufren los usuarios en las redes sociales.

Dicha investigación también resalta que la mayoría de usuarios se encuentran dentro de cámaras de eco, espacios en donde la información que reciben respalda las posturas e

ideologías personales. Dentro de estas cámaras las opiniones dominantes son amplificadas y todas las opiniones contrarias son censuradas, silenciadas, e incluso aisladas; ya que representan a una minoría.

La presente investigación busca identificar como las publicaciones de alerta sobre desaparecidos, a la hora de ser difundido en las redes sociales, logra tomar un rumbo diferente; haciendo a un lado el impacto positivo que puede generar sobre la opinión pública que circula alrededor de los casos.

1.3.2.5. Publicaciones de alerta sobre desaparecidos

Las redes sociales son espacios de interacción entre usuarios, pero también son herramientas que están a la disposición de las personas para atender situaciones puntuales. Si una empresa necesita mejorar el posicionamiento de la marca, puede desarrollar una campaña que sea capaz de generar los resultados esperados. Lo mismo sucede cuando un usuario desea utilizar las redes sociales como herramienta para lograr un objetivo. En el caso de la desaparición de personas, las redes sociales se han convertido en el recurso inmediato para las personas cercanas a la desaparecida o desaparecido, para informar a todos los usuarios sobre el acontecimiento.

En la actualidad, las redes sociales se han establecido como espacios donde se tejen opiniones a partir de las publicaciones, interacciones y maneras de abordar los temas que se publican diariamente en las redes. Tomando en cuenta los aportes de Berger y Milkman se puede comprender el alcance que pueden llegar a tener las publicaciones dentro de las redes sociales. Si se habla sobre la desaparición de una persona en las redes sociales, a simple vista se pueden identificar los factores que apelan a los sentimientos ya que se trata de la vida de una persona que se encuentra en peligro. Cuando una persona afronta la situación de desaparición de un ser querido o familiar, hay muchas preguntas a la poca información que se tiene; es por eso que muchos acuden a publicar este tipo de alertas en las redes sociales.

Una situación en donde se ha perdido comunicación con una persona es capaz de producir desesperación en las personas cercanas al desaparecido, tomando en cuenta que para poder denunciar la desaparición de una persona se deben esperar entre 24 y 72 horas. Ante una situación de desaparición, tener que esperar tanto tiempo para que se inicien las labores de búsqueda puede ser un esfuerzo en vano. La vida de la víctima de desaparición corre riesgo desde el primer minuto en que ha sido privada de libertad. Es por esa razón que se acude a las redes sociales para informar sobre lo sucedido. Las personas cercanas a la víctima de desaparición buscan tomar acción de forma inmediata, y esto lo logran a través de las redes.

Las redes sociales son herramientas que las personas pueden utilizar acorde a sus necesidades, ya sea para difundir un comunicado o interactuar con él. Cuando se trata de la desaparición de una persona, las redes sirven como el medio donde se busca concientizar a los demás usuarios sobre el acontecimiento.

Sin embargo el problema que afrontan muchas de estas publicaciones a la hora de difundirse en las redes sociales, sin contar con el apoyo de una organización o entidad gubernamental, es que la información que se comparte carece de veracidad; un aspecto justificado cuando se trata de la desaparición de una persona ya que todos reaccionan a partir de la poca información que se tiene. Lo que sucede después de difundir la información ya recae sobre los usuarios que interactúan con la publicación y el tratamiento que le dan. Para que una publicación de alerta sobre una desaparición no sea mal interpretada en las redes sociales es necesario cumplir con ciertos lineamientos, que no constituyen ninguna garantía, para que su función sea la planeada. Dichos lineamientos son: fecha de nacimiento, edad, sexo, tipo de sangre, nombre completo, último lugar donde se vio a la persona, una fotografía, un número telefónico para comunicarse con algún familiar y los números de teléfono la policía nacional para atender la situación. Estos lineamientos son sugeridos con la intención de que cualquier usuario que vea la publicación, note la gravedad de la situación y no la cuestione para que de esta forma tome la decisión de compartir la publicación en su círculo social.

El problema que afrontan muchas publicaciones de alertas sobre desaparecidos recae en que al no tener la información completa, da lugar a que terceros emitan sus comentarios; los cuales pueden generar a partir de juicios de género o de ideas preconcebidas.

1.3.2.6. Rumor

Cuando las redes sociales se tejían en la plaza, la taberna o la peluquería, cada quien iba aportando sus “*adenda et corrigenda*” (lo que debe añadirse y corregirse), la información circulaba de boca en boca. Ahora se extiende por los blogs, sitios web y redes sociales. Los rumores no son inventos contemporáneos pero con la aparición del internet se han vuelto omnipresentes.

En el mundo complejo de hoy, es frecuente que las personas se vean obligadas a suspender el juicio propio para confiar en el ajeno. El rumor es considerado como una acción colectiva de expresión y comunicación. Los rumores a menudo nacen y circulan con éxito porque se adecuan a las convicciones previas de quienes los aceptan y que a la vez los respaldan. Día a día se reciben miles de mensajes, algunos despiertan interés, otros conmueven y la mayoría pasan desapercibidos. En ocasiones los mensajes son capaces de impulsar a una acción, pero se debe resaltar que dichos impulsos pueden ser influenciados por la estructuración del mensaje para obtener una respuesta. Estudios previos han determinado que los rumores con mayor difusión en internet han sido conducidos por medio de una acción impulsada por los sentimientos, pudiendo ser: indignación, ira, solidaridad, sorpresa o preocupación.

Según Knapp (1944), una característica del rumor es la relación directa con el mundo de las emociones, en el sentido de que cumplen una función en dicho ámbito o satisfacen una necesidad emocional. No solo personal sino que de una comunidad concreta en un momento determinado.

“Los rumores abundan después de cualquier catástrofe o tragedia, y pueden minar el funcionamiento del grupo. Los rumores negativos circulan más rápido y con mayor impacto que los desmentidos positivos. Los rumores críticos también provocan fenómenos negativos como la inseguridad en el grupo. Muchos rumores pueden distorsionar las conductas colectivas, generando división, pérdida de apoyo de las víctimas o conflictos, y no solo influir en conductas de pánico” (Fernández, Martín y Páez, s.f, pg.9).

Manuel Castells en el texto *Redes de Indignación y Esperanza* explica cómo las movilizaciones sociales se han llevado a cabo y el papel que tuvieron las redes sociales en la organización; ya que por ese medio se informaba a la sociedad y a la vez que se hacían llamados a protestar. Castells (2012), señala que en las redes sociales existen cientos de usuarios que viven con temor a expresar sus opiniones. De esta manera las plataformas empoderan a las personas a querer expresar el descontento con los problemas diarios de cada país.

De esta manera se puede comprender como las catástrofes naturales y sociopolíticas, son acompañadas de la fuerte necesidad de hablar y comunicar. Las catástrofes producen temas de discusión, los cuales se van modificando conforme a las opiniones de las personas así como con el paso del tiempo. Según Allport y Postman (1973), el rumor es una narración relacionada con hechos cotidianos, creíble o factible de ser creída, vinculada también con un problema concreto o con alguna inquietud puntual de la cual no se puede verificar su exactitud; aunque tampoco demostrar directamente su falsedad. Para Allport y Postman dicha narración se reproduce bajo el efecto de “bola de nieve”, que puede surgir ante la falta de noticias, bajo la presión de la ansiedad y del miedo de la gente por el presente y el futuro.

En el texto *Psicología del Rumor* de Allport y Postman, se refieren al efecto de bola de nieve como el proceso de circulación y crecimiento del rumor. Describen como a una persona o situación relativamente insignificante, aumenta su tamaño de forma exponencial y a un ritmo rápido. Dicho fenómeno puede tener resultados positivos o negativos, dependiendo de la situación que produce el rumor.

Allport y Postman (1973) establecen una ley básica del rumor, según la cual las dos condiciones básicas para que corra un rumor son la importancia y la ambigüedad. Consideran que el tema del rumor debe contener cierta importancia, tanto para quienes lo transmiten como para los que lo escuchan. También resaltan que los hechos reales que se rumorean deben tener cierta ambigüedad, para que estos sean susceptibles de diversas interpretaciones. La ambigüedad puede ser inducida por la ausencia o escasez de noticias, por su naturaleza contradictoria, por desconfianza o por tensiones emocionales que hagan que el receptor del rumor acepte la información.

La ley que propone Allport y Postman sobre el rumor, la expresan mediante la fórmula $R = I \times A$ (Rumor = Importancia x Ambigüedad). Ambos resaltan que la relación entre importancia y ambigüedad no es aditiva sino multiplicativa, lo que significa que si uno de los términos está ausente, no existe el rumor.

El rumor tiene la característica de ser información “jugosa” que incluso algunos pilares del periodismo han llegado a difundir la información. Este hecho se debe resaltar, ya que el papel que tienen los medios informativos es importante en la construcción de la opinión pública. Por lo que difundir rumores, sin previamente confirmar la veracidad de la información, puede poner en peligro carreras profesionales, la política, los cargos públicos, la democracia y hasta la vida humana.

Es un hecho que en la actualidad cada persona cuenta con una imagen pública, esto hace que sean víctimas potenciales de los rumores. Toda la información que se publica en el internet es bastante duradera, incluso puede llegar a ser permanente. Una vez se publica, las personas pueden tener acceso a la información con buscar palabras claves en el internet. Cuando se trata de acusaciones hacia una persona en internet, quienes buscan la información estarán enterados y la información que consuman contribuirá a definir a la persona señalada.

La abundancia de información en internet, genera áreas de ambigüedad y de semi-

conocimiento. Allport y Postman (1973) asimilan el rumor con un error, distorsión o tergiversación de la verdad. Para Allport y Postman hay tres procesos que contribuyen a circulación de un rumor.

- Nivelación: Se olvida o se reprime la memoria de ciertos atributos.
- Acentuación: Se retiene o recuerdan ciertos elementos que se convierten en asuntos centrales.
- Asimilación, elaboración o reconstrucción: Se agregan atributos congruentes con el asunto central.

Allport y Postman (1973), también se abordan el tema de los motivos o funciones de los rumores; constando de 5 factores:

- Función catártica: Mediante la expresión verbal de la emoción de ansiedad o enojo, se descarga la emoción.
- Justificación y explicación de la emoción: La transmisión de los rumores busca justificar un estado emocional de ansiedad.
- Esfuerzo en busca de una explicación: A mayor incertidumbre de la situación, mayor sensibilidad ante la información retransmitida por otros.
- Pragmática: Prolongación de la explicación, generalmente se justifica una acción colectiva.
- Excitación estética: El rumor rompe la rutina y transmite una información novedosa y que produce un efecto dramático.

1.3.2.7. Comportamiento humano en redes sociales

En la actualidad el fenómeno tecnológico de las redes sociales se definen como formas de interacción social, como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones. Es un sistema abierto que involucra a conjuntos que se identifican en base a las necesidades y problemáticas que cada usuario tiene.

Según González, Merino y Cano (2009), las redes sociales son un fenómeno que se ha hecho indispensable en la vida de las personas; al ser utilizadas de forma cotidiana. Las definen como una colectividad virtual en donde los usuarios tienen aspectos en común ya que comparten ideales, gustos, intereses y afinidad; esto les permite interactuar con otros individuos aun cuando no se conocen.

Para Molina & Toledo (2014), las nuevas generaciones han visto el impacto de las redes sociales dentro de la sociedad, al imponer nuevas formas de relacionarse y llevar a cabo procesos de comunicación dentro de un ámbito virtual.

Una de las características principales de las redes sociales es el concepto de comunidad a través de la creación de redes de usuarios que interactúan entre sí por medio del dialogo, aportes en comunicación conocimiento. Aunque las redes sociales están limitadas únicamente a quienes poseen la tecnología y ancho de banda necesario, las personas de igual manera pueden acceder a la información de forma eventual.

Las redes sociales tienen fuerte influencia sobre los jóvenes, ya que son propensos a desarrollar diferentes conductas en base a relaciones disfuncionales. Durkheim (1971) afirma que el sentido de autorrealización y de vida que se da entre los jóvenes, es fuertemente influenciado por su entorno social y cultural a través de la interacción entre el joven y las redes sociales. Esto les permite formar parte de su identidad psicológica, social y cultural.

Según Morris y Maisto (2001), la adolescencia es una etapa del desarrollo evolutivo bastante confusa y compleja que está acompañada de molestias y necesidades. En muchas ocasiones surgen pensamientos de soledad e incompreensión ya que el adolescente se encuentra en la transición de dejar la etapa de niñez para entrar a la adolescencia. Para esta etapa las amistades son vitales para el fortalecimiento de la estima personal; ya que representan un apoyo social y emocional que contribuirán a alcanzar mayor independencia.

Para Rodríguez y Zamavilde (1999), la adolescencia se convierte en una etapa incondicional de la evolución del ciclo de vida; en donde el sujeto desarrolla su rol dentro del ambiente en que se desenvuelve. El mayor reto para los adolescentes es el saber quiénes son y como encajar en la sociedad. Erikson (1968) resalta los cuatro puntos del desarrollo de la identidad:

- La identidad se construye en interacción con otros
- La identidad es una definición socialmente construida del ser
- La identidad es un fenómeno eminentemente subjetivo, con un fuerte componente emocional
- La formación de la identidad implica un proceso de reconocimiento y valorización de la propia individualidad autoestima

Allport (1955) define a la personalidad como la organización interna de los sistemas psicológicos que establecen comportamientos frente a su ambiente. De igual manera resalta que es un conjunto de características propias de un individuo, haciendo énfasis en el temperamento para facilitar la adaptación a cualquier situación.

Los seres humanos buscan fortalecer el sentido de pertenencia a los grupos sociales por medio de las redes sociales. Las plataformas virtuales representan el medio para construir y acercar amistades. Con el paso del tiempo las plataformas han ido modificando la comunicación entre personas. Así como las redes sociales pueden facilitar la creación de amistades, también puede afectar la forma de interacción con las personas. De esta forma las plataformas virtuales pueden llegar a dañar las relaciones personales, afectando directamente en la pérdida de contacto personal, amenazando la interacción de los jóvenes con su entorno.

Morrison y Gore (2010) sostienen que dentro de las redes sociales se manifiestan niveles altos de depresión y agresividad, aspectos que dificultan la adaptación social.

Un uso despreocupado de las redes sociales, puede transformar el desarrollo personal en desordenes psicológicos como conductas antisociales, y tendencias a la agresividad física así como a emplear un discurso agresivo en las redes. El fenómeno de las redes sociales se ha convertido en una importante fuente de educación informal, el aprendizaje por descubrimiento. Esto afecta a las personas al punto que los hace imitar conductas que generan comportamientos inadecuados, capaces de afectar la salud mental y las relaciones sociales dentro del entorno de las plataformas digitales.

1.3.3. Opinión Pública

Definirla resulta complejo ya que no hay una definición absoluta que permita comprender el concepto de opinión pública. Esto se debe a que es capaz de construirse desde las diferentes interacciones que se dan en la sociedad. A través de los años ha sido estudiada y discutida debido a que se mantiene en constante evolución por los hechos sociales que se generan desde sectores como el político y el social. Es por eso que varios autores coinciden que para definir a la opinión pública es necesario reconstruir sucesivamente cada interacción, así poder conceptualizar una opinión pública como tal; esto es relevante dentro de la investigación, al tener como objetivo identificar como la publicación de alertas sobre desaparecidos, en redes sociales, pueden afectar a la opinión pública que circula alrededor de los casos.

A partir de los estudios presentados por D'Adamo, García y Freidenberg (2007), proponen que para comprender la opinión pública es necesario analizar los dos pilares que la conforman: opinión y público.

Opinión: Es necesario entender que la opinión se puede moldear conforme a tres grandes rasgos. El primero, las opiniones son relativos y suelen ser principalmente objetos de discusión. Segundo, las opiniones son aptas a cambios los cuales pueden ser influidas por agentes externos y también modificadas conforme el paso del tiempo. Tercero, la correcta evaluación indica que expresan más juicios de valor que juicios de hecho.

Público: Término que tiene doble sentido; el primero insinúa un debate público que sería el punto de partida, mientras que el segundo sentido informa las opiniones que se debaten de los gobernantes, de cómo se manejan los cargos e instituciones públicas, y de cómo se manejan asuntos y hechos oficiales del Gobierno; prácticamente la toma de decisiones del estado.

En base a los aportes de los autores, la opinión pública se entiende como pública por su origen y por su objeto, ya que se generan y evolucionan partir de la interacción social; en donde el público, que no se encuentra aislado, busca comprender como la pertenencia grupal influye dentro del contexto en el que se encuentra.

Habermas (1981) evidencia una serie de elementos con las rutas comerciales, las cuales marcan a la sociedad en su forma de comprender a la opinión pública. Si bien el aporte del autor atiende a las necesidades de una clase alta, este mismo se puede replicar esquemáticamente a la necesidad de informarse de la clase media y baja.

1.3.3.1. Orígenes de la opinión pública

Para comprender a la opinión pública se debe tener en cuenta las diferentes transformaciones que ha experimentado desde el siglo XVI con sus inicios. Tal como menciona Sampedro (2000), el primero en utilizar el término fue Michael de Montaigne. Luego Maquiavelo, en 1532, referirse Lorenzo de Medici a que cultivara la fama encubierta con el engaño; esto con fines políticos pero principalmente, de relaciones públicas en una sociedad donde solo la opinión del intelectual era de valor.

Definir la opinión pública es una tarea compleja, pero según Sampedro (2000), esta es una representación de la participación activa y continua que mantiene una sociedad. Los sondeos, las urnas y medios de comunicación, se pueden considerar como los generadores de opiniones en donde se establecen las sociedades actuales. Hoy en día, con los avances que ha traído la tecnología, gracias a las redes sociales se hacen posibles nuevos espacios que facilitan la construcción de opiniones al mismo tiempo que democratizar la

información. En base al aporte del autor, la opinión pública se conforma puramente de opiniones que son expresadas verbal o conductualmente, a favor o en contra de una moción.

De esta forma se entiende que por opiniones se refiere al tratamiento que da la gente común a lo que piensan y no los intelectuales o gobernantes; es decir, lo que piensa y cree el pueblo. Según Sampedro (2000; pg.22) la opinión pública se puede identificar cuando:
Las opiniones individuales rebasan la esfera personal.

Un número de ciudadanos suficientes para hacerse oír o presionar, expresan su opinión.
Se posicionan a favor o en contra de una situación existente.

1.3.3.2. Opinión Pública en el nuevo siglo

En el nuevo siglo, marcado por el impacto del Internet y las redes sociales, Ochoa (2000) afirma que bajo la nueva lógica de la actual opinión pública se ha perdido referencia política y quedará asimilada a un comportamiento social con una estrecha relación al sentir de las masas.

Monzón (2001) recupera los principios de Stoezel al asociar a la opinión pública con la imagen colectiva que puede crear una sociedad respecto a un asunto público, sin mencionar la presión que puede ejercer la sociedad sobre cada una de las personas que la conforman.

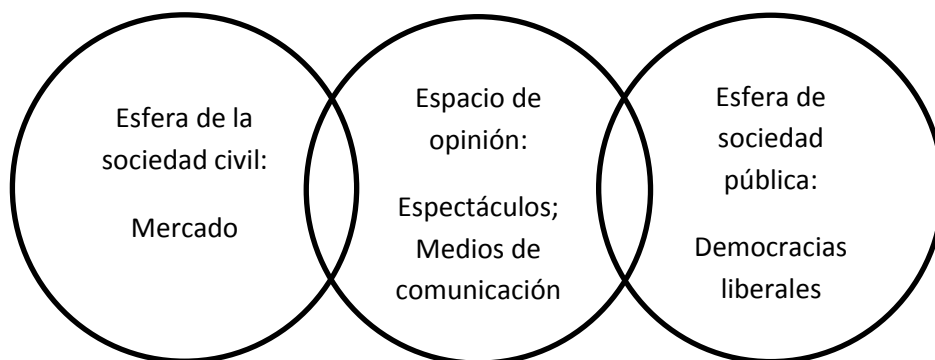
Noelle-Neumann citado por Rivadeneira (2002), explica que se entiende por opinión pública al proceso de influencia mutua que va construyendo sistemas psicosociales que son afectados por ellos mismos dentro de un marco de comunicación humana. De esta forma, la opinión pública no seguiría siendo percibida como algo estático sino algo sujeto a alteraciones y transformaciones en el transcurso de la historia.

Para Wilcox, Cameron y Xifra (2012) es sorprendente el hecho que un grupo reducido de personas pueda formar opinión pública sobre una cuestión en particular en un determinado momento, que está condicionado por la gente y el contexto. Es decir, si esta opinión pública

empieza a hablar de un tema en cuestión, como un hecho verídico, puede tomar fuerza y rumbo propio. Los autores hacen referencia a la Teoría de la Espiral del Silencio planteada por Noelle-Neumann en donde indica que la opinión pública puede ser una fuerza tangible de los criterios de las personas; una colección de opiniones sobre temas controversiales en donde el público puede contribuir con su opinión sin quedarse afuera.

Los autores argumentan sobre la existencia de dos razones que permiten explicar la influencia de los segmentos de la sociedad que se hacen presente en la formulación de la opinión pública: por un lado el público es un ente pasivo que se muestra indiferente a los temas que no son de su interés o no le afecta directamente. Por otro, una problemática puede atraer la atención de una parte de la población, mientras que otro tema despierta el interés en otro segmento. Concluyen interpretando a la opinión pública como la suma de opiniones colectivas sobre un tema que interesa o que afecta a los individuos por un determinado tema.

Por último Lacleriga, citado por Castillo (2015), recopila las diferentes nociones que existen con respecto a las diferentes esferas en las que se mueve la opinión pública, destacando para el presente estudio la esfera de sociedad pública la cual se desarrolla en un marco de democracias liberales en donde la participación de la ciudadanía predomina sobre los medios de comunicación y del comportamiento del mercado; tal como se ve en la Figura 1.



Fuente: Elaborado por Gabriel Noriega con información de Jorge Castillo. Marzo 2016.

La presente investigación busca comprender de qué manera la publicación de alertas sobre desaparecidos es capaz de afectar a la opinión pública, la cual para efectos de la presente investigación se definirá como la opinión dominante que se hace presente en las redes sociales. Para esto es necesario abordar la teoría de la espiral del silencio planteada por Elisabeth Noëlle-Neumann, en donde plantea que toda opinión contraria a la dominante es amenazada con el aislamiento.

1.3.3.2. Teoría de la Espiral del Silencio

Si bien la teoría de la espiral del silencio fue creada en la era previa al internet y las redes sociales, hoy en día es una de las teorías que permiten comprender el impacto de la opinión pública sobre el comportamiento humano y su interacción social.

Elisabeth Noëlle-Neumann fue la persona que introdujo, en 1974, la espiral del silencio con la intención de explicar la manera en qué se forma la opinión pública. Para ello realizó un experimento en donde utilizó una muestra basada en un promedio de 2000 entrevistas realizadas entre 1971 y 1972 sobre la población de la República Federal de Alemania y Berlín, con el fin de comprobar su teoría sobre la formación de la opinión pública. A través de la observación de primera mano de la realidad y la observación de la realidad que se da a los medios de comunicación que logró comprender el fenómeno del temor al aislamiento que se produce como resultado de teoría de la espiral del silencio.

El temor al aislamiento no solo se traduce a la sensación de quedar apartado sino también a la duda que recae sobre la capacidad de juicio de la persona. Esta combinación de sentimientos es tan fuerte que logra influenciar a que un individuo renuncie a su propio juicio con tal de no encontrarse en el aislamiento.

Para Neumann (1974) la opinión pública es toda aquella interacción entre individuos y su entorno social, pero también es la posibilidad de expresar una opinión delante un público sin correr el riesgo de sanciones. Bajo esta definición empieza a analizar la transformación

de la opinión pública a opinión dominante y como ir en contra de ella es capaz de aislar a las personas.

Neumann (1974) plantea que los individuos se forman una idea de la distribución y del éxito de las opiniones que se encuentran dentro de su entorno social. Por medio de la observación entre los diferentes puntos de vista que van tomando fuerza o decayendo. La autora resalta que dicho proceso es un requisito en el proceso de formación de la opinión pública, ya que esa interacción entre la perspectiva del individuo con su entorno es la que hace posible que una persona pueda elegir entre compartir su opinión o permanecer callado.

La disposición de un individuo para exponer en público su punto de vista varía dependiendo de la apreciación y de las tendencias que caracterizan a las opiniones. Un individuo estará en mayor disposición para expresar su punto de vista, si este forma parte de la opinión dominante; o sí esta experimenta un proceso gradual de crecimiento.

La autora señala que el individuo al encontrarse en una situación de inestabilidad es testigo de una lucha entre posiciones, y debe elegir entre estar a favor y en contra. Tomando en cuenta que estar en contra de la opinión dominante representa el aislamiento, luego de la observación el individuo tiene la oportunidad de evaluar la fuerza, el carácter movilizador y apremiante, así como las posibilidades de éxito, de determinadas opiniones para poder tomar una decisión.

Es inevitable hablar de opinión pública sin mencionar el papel que tiene la agenda setting de los medios de comunicación para informar, pero también para influenciar al público. Según McCombs (1993) los medios masivos tienen la capacidad de seleccionar y destacar ciertos temas sobre otros, y con ello causar que los temas destacados sean percibidos como los más importantes por el público.

Este efecto se produce gracias al interés de los medios de comunicación por difundir información sobre acontecimientos de determinado contexto a un público que se siente atraído por ellos. Diariamente, los medios difunden hechos noticiosos que al ser abordados

de manera reiterada, se convierten en temas que, ordenados jerárquicamente, componen la agenda setting.

Es por eso que los medios de comunicación tienen un papel primordial en la teoría de la espiral del silencio, ya que ejercen de director sobre una sociedad que consume la información para luego sumarse a la opinión dominante y no cuestionarla.

De esta forma se puede identificar que la influencia real de los medios de comunicación no es a través de una comunicación bilateral, directa, privada o pública; como una conversación. Los medios utilizan una forma unilateral, indirecta y pública para informar al público, pero principalmente para controlar lo que piensan y opinan.

Con la llegada de las redes sociales la situación del individuo ante los medios de comunicación fue cambiando. Las personas dejaron de estar limitados a creer únicamente en la información que se difunde en los medios para poder cuestionar, comentar y compartir opiniones personales sobre determinado tema en las redes sociales. Cambiando el formato de comunicación de los medios, para regresar a la forma de conversación; en donde dos o más personas pueden opinar y a partir del intercambio de puntos de vista, construir una propia perspectiva.

La teoría de la espiral del silencio no se reduce únicamente a los medios de comunicación, las redes sociales perpetúan dicha teoría al tener el mismo efecto de aislamiento hacia los usuarios cuando se dan cuenta que dentro de sus seguidores y amigos, se encuentran personas con opiniones distintas. Común mente se cree que las redes sociales son espacios de opinión porque se hace posible la interacción con la perspectiva de otros usuarios, pero gracias al estudio realizado por Pew Research Center se pudo identificar que las personas escuchan, opinan e interactúan únicamente con las opiniones que se empatan con las propias.

Nikolov (2015) le llamo a este fenómeno burbujas sociales, luego de haber analizado como los algoritmos de las redes sociales funcionan como filtros de la información. Los

resultados demostraron que los usuarios en vez de estar expuestos a una mayor diversidad de información están expuestos a información polarizada, incluso fomentando la desinformación.

Las burbujas sociales, también conocidas como cámaras de eco, de las redes sociales son vistas como amplificadoras de información, reafirmando a los participantes sus opiniones mientras que se censuran todos los puntos de vista diferentes al dominante.

Esta teoría, que se creyó decadente con la llegada de las redes sociales, hoy en día ha evolucionado y se ha podido acoplar a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación y ha hecho posible comprender la influencia que las plataformas sociales tienen en el proceso de formación de opinión de las personas.

1.3.4. Víctima

1.3.4.1. Definición de víctima

Es necesario mencionar que no existe un solo concepto de víctima, existen distintas definiciones debido a lo amplio que puede llegar a ser con respecto a las circunstancias en las que se encuentre. Es por eso que se han establecido diferentes definiciones sobre los principios fundamentales de justicia para las víctimas de delito y abuso de poder.

Según el Código Procesal Penal de Guatemala de El Congreso de la República de Guatemala, en el artículo 117 (página 31), este define agraviado: a la víctima afectada por la comisión del delito; al cónyuge, a los padres y a los hijos de la víctima y a la persona que conviva con ella en el momento de cometerse el delito; a los representantes de una sociedad por los delitos cometidos contra la misma ya los socios respecto a los cometidos por quienes la dirijan, administren o controlen; y a las asociaciones de los delitos que afecten intereses colectivos o difusos siempre que el objeto de la asociación se vincule directamente con dichos intereses.

Las siguientes definiciones pertenecen a la Recopilación de reglas y normas de la Organización de las Naciones Unidas en la esfera de la prevención del delito y justicia penal. Estas definiciones fueron proclamadas por la Asamblea General de los Derechos Humanos, en la resolución 40/34 del 29 de Noviembre del año 1985, en el apartado 41.B (página 313). En donde se establecen los principios fundamentales de justicia para las víctimas de delitos.

Las víctimas de delitos

Se entenderá por “víctimas”, las personas que, individual o colectivamente, hayan sufrido daños, inclusive físicas o mentales, sufrimiento emocional, pérdida financiera o menoscabo sustancial de sus derechos fundamentales, como consecuencia de acciones u omisiones que violen la legislación penal vigente en los Estados Miembros, incluida la que proscribe el abuso de poder.

Podrá considerarse “víctima” a una persona, con arreglo a la presente Declaración, independientemente de que se identifique, aprehenda, enjuicie o condene al perpetrador e independientemente de la relación familiar entre el perpetrador y la víctima. En la expresión “víctima” se incluye además, en su caso, a los familiares o personas que hayan sufrido daños al intervenir para asistir a la víctima en peligro o para prevenir la victimización.

Las disposiciones de la presente Declaración serán aplicables a todas las personas sin distinción alguna, ya sea de raza, color, sexo, edad, idioma, religión, nacionalidad, opinión política o de otra índole, creencias o prácticas culturales, situación económica, nacimiento o situación familiar, origen étnico o social, o impedimento físico.

Dentro de la misma Recopilación de reglas y normas de las Naciones Unidas en la esfera de la prevención del delito y la justicia penal, apartado 41.B (página 316), se establecen los principios fundamentales de justicia para las víctimas del abuso de poder.

Las víctimas del abuso de poder

Se entenderá por “víctimas” las personas que, individual o colectivamente, hayan sufrido, daños, inclusive lesiones físicas o mentales, sufrimiento emocional, pérdida financiera o menoscabo sustancial de sus derechos fundamentales, como consecuencia de acciones u omisiones que no lleguen a constituir violaciones del derecho penal nacional, pero violen normas internacionalmente reconocidas relativas a los derechos humanos.

Los Estados consideran la posibilidad de incorporar a la legislación nacional, normas que proscriban los abusos de poder y proporcionen remedios a las víctimas de esos abusos. En particular, esos remedios incluirían el resarcimiento y la indemnización, así como la asistencia y el apoyo de materiales médicos, psicológicos y sociales necesarios.

Los Estados consideraran la posibilidad de negociar tratados internacionales multilaterales relativos a las víctimas. Los Estados revisaran periódicamente la legislación y la práctica vigente para asegurar su adaptación a las circunstancias cambiantes, promulgarán y aplicaran en su caso, leyes por las cuales se prohíban los actos que constituyan graves abusos de poder político o económico y que fomenten medidas y mecanismos para prevenir esos actos, y establecerán derechos y recursos adecuados para las víctimas de tales actos, facilitándoles su ejercicio.

El diccionario jurídico que el historiador y abogado Guillermo Cabanellas creó, tiene como objetivo ser una herramienta para fortalecer los estudios de futuros profesionales dentro del campo de la abogacía. Dentro del diccionario define víctima como, “aquella persona o animal destinado a un sacrificio religioso. Persona que sufre violencia injusta en su persona o ataque a sus derechos. El sujeto pasivo del delito y de la persecución indebida. Quien sufre un accidente casual, de que resulta su muerte u otro daño en su persona y perjuicio en sus intereses. Quien se expone a un grave riesgo por otro” (Cabanellas, 1979).

Según la Constitución Política de la República de Guatemala, Reformada por el Acuerdo legislativo No. 18-93 del 17 de Noviembre del año 1993, en la sección Séptima (página 18)

se establecen los artículos 93, 94 y 100. Los cuales establecen los derechos de las personas desde el tema de Salud, Seguridad y Asistencia Social; dichos artículos abordan los derechos a Salud, Seguridad y Asistencia Social.

Artículo 93: Derecho a la salud. El goce de la salud es derecho fundamental del ser humano, sin discriminación alguna.

Artículo 94: Obligación del Estado, sobre salud y asistencia social. El Estado velará por la salud y la asistencia social de todos los habitantes. Desarrollará, a través de sus instituciones, acciones de prevención, promoción, recuperación, rehabilitación, coordinación y las complementarias pertinentes a fin de procurarles el más completo bienestar físico, mental y social.

Artículo 100: Seguridad Social. El Estado reconoce y garantiza el derecho a la seguridad social para beneficio de los habitantes de la Nación. Su régimen se instituye como función pública, en forma unitaria y obligatoria.

Dichos artículos fueron creados para velar por la salud, seguridad y asistencia social de la población de Guatemala. Es importante incluirlos ya que de esta forma se puede comprender de mejor manera el delito de secuestro y como dicho acto afecta a un individuo o grupo de personas.

Para el presente trabajo, víctima es toda aquella persona o grupo de personas que se ven involucradas en actos delictivos en donde se priva el derecho de libre locomoción a una persona. Se debe resaltar que los efectos de la desaparición en la víctima, produce daños materiales, psicológicos y físicos en las personas.

1.3.4.2. Definición de Desaparición

El término desaparición es muy amplio y de esa manera no cuenta con una definición exacta. En este caso la palabra desaparición proviene de desaparecer, la cual

hace referencia a dejar de ser visible. Es necesario resaltar que la acción de desaparecer puede ser ejecutada tanto por delincuentes como por militares o agentes de la policía. Es un hecho que diariamente se registran casos de desaparición de todas las edades y de ambos géneros.

Las desapariciones son constituidas hoy en día como un fenómeno que surge en la década de los 60, como una práctica sistemática y generalizada que representa una de las violaciones más atroces de los derechos humanos; la desaparición forzada. El inicio de la práctica tuvo lugar en Guatemala en 1962, extendiéndose por El Salvador, Chile, Uruguay, Argentina, Brasil, Colombia, Perú, Honduras, Bolivia, Haití y México.

Las Naciones Unidas definen a las desapariciones forzadas con la intención de brindar protección a todas las víctimas o posibles víctimas del delito. Para las Naciones Unidas se aplica el término cuando “se arresta, detiene o traslada contra su voluntad a las personas, o que resultan privadas de su libertad de alguna forma por agentes gubernamentales de cualquier sector o nivel, por grupos organizados o por particulares que actúan en nombre del gobierno o con su apoyo directo o indirecto, su autorización o su asentamiento, y que luego se niegan a revelar la suerte o el paradero de esas personas o a reconocer que están privadas de la libertad, sustrayéndolas así a la protección de la ley”.

En la actualidad los casos de desaparición forzada se han reducido ya que se han catalogado como una de las violaciones más graves a los derechos humanos. El reconocimiento de las Naciones Unidas ante el delito redujo el número de desapariciones forzadas pero aún se siguen reportando desapariciones de forma diaria. Este hecho ha elevado alertas a nivel mundial, ya que los casos que más se registran son de desaparición de niños y niñas menores de edad. Se debe resaltar que el término desaparición aplica a las personas que son víctimas de secuestro, pero esto se puede tipificar hasta el momento en que el captor solicita un rescate por la víctima. Muchos casos de desaparición no son con la intención de obtener un rescate por parte de la familia, ya que también existen las redes de trata de personas y de venta de órganos.

1.3.4.3. Ciberacoso

El ciberacoso se puede definir como la acción de llevar a cabo “amenazas, hostigamiento, humillación u otro tipo de molestia realizada por un adulto contra otro adulto por medio de tecnologías telemáticas de comunicación, es decir: internet, teléfono móvil, correo electrónico, mensajería instantánea, juegos en línea, redes sociales, etc.

El ciberacoso se diferencia del cyberbullying ya que este aplica únicamente cuando están implicados menores. Una de las características principales del ciberacoso es que la información compartida alcanza la viralización. En muchas ocasiones las personas no se percatan sobre el alcance que puede tener una publicación. Internet produce una expansión de contenidos provocando que desconocidos o personas ajenas al grupo primario accedan a la publicación realizada.

Una vez se publica información en el internet, se pierde el control sobre quien comparte o guarda, de esta manera se desconoce cuántas personas conocen lo que se dice sobre otras personas. Este hecho causa mayor perjuicio en el acosado ya que la información difamatoria se viraliza fuera del círculo conocido, potenciando el daño a la imagen.

Una característica del internet es que la persona que haya guardado la información, podrá compartirla de forma indefinida. Esto afecta a la víctima ya que el acoso no tiene un fin establecido. Además de que no hay derecho al olvido en internet, también ofrece a las personas a participar de forma anónima. Este aspecto es importante de resaltar debido a que las personas cambian conductas en el internet y esto genera una falsa sensación de minimización de la agresión. Este hecho contribuye a que el círculo de personas aumente, y se involucren en las conversaciones.

Para comprender más a profundidad el ciberacoso, es importante definir los 6 perfiles en el ciberacoso:

- El acosador: Persona que normalmente necesita manifestar su poder humillando a otro.

- La víctima: Quien sufre la humillación o discriminación.
- Los espectadores: Aquellos que ven la agresión desde fuera y pueden convertirse en alentadores el hecho o en sujetos pasivos.
- El espectador cobra protagonismo al tener la posibilidad de compartir información, ya que compartir también es participar.
- El reforzador de la agresión: Quien estimula al agresor.
- El ayudante del agresor: Quien coopera con el agresor.
- El defensor de la víctima: Quien intenta ayudar al agredido a salir de la victimización. Cortar el círculo de humillación también es una forma de ayudar.

1.3.4.4. La trata de personas en Guatemala

Dentro del Código Penal del Congreso de la República de Guatemala, en el artículo 202 constituye el tema de trata de personas el cual está conformado por cuatro artículos que lo complementan.

Artículo 202.- Sometimiento a servidumbre. Sera reprimido con prisión de dos a diez años, quien redujere a una persona a servidumbre o a otra condición análoga y a quienes la mantuvieren en ella.

Este artículo aborda el tema de trata de personas haciendo referencia a la acción de retención de una o grupo de personas para ser sometidos a trabajos en donde también se violan las necesidades fundamentales de cada persona. En Guatemala el número de casos relacionados con el sometimiento a servidumbre es alto, ya que se explota a las personas a realizar trabajos en las calles con el fin de “recolectar” dinero para el patrón.

Artículo 202 Bis. Discriminación. Se entenderá como discriminación toda distinción, exclusión, restricción o preferencia basada en motivos de género, raza, etnia, idioma, edad, religión, situación económica, enfermedad, discapacidad, estado civil, o en cualquiera otro motivo, razón o circunstancia, que impidiere o dificultare a una persona, grupo de personas o asociaciones, el ejercicio de un derecho legalmente establecido incluyendo el derecho

consuetudinario o costumbre, de conformidad con la Constitución Política de la República y los Tratados Internacionales en materia de derechos humanos.

Quien por acción u omisión incurriere en la conducta descrita en el párrafo anterior, será sancionado con prisión de uno a tres años y multa de quinientos a tres mil quetzales.

La pena se agravará en una tercera parte:

Cuando la discriminación sea por razón idiomática, cultural o étnica. Para quien de cualquier forma y por cualesquiera medio difunda, apoye o incite ideas discriminatorias.

Cuando el hecho sea cometido por funcionarios o empleados públicos en el ejercicio de su cargo.

Artículo 202 Ter. Trata de personas. Constituye de trata de personas la captación, el transporte, traslado, retención, acogida o recepción de una o más personas con fines de explotación.

Quien cometa este delito será sancionado con prisión de ocho a dieciocho años y multa de trescientos mil a quinientos mil quetzales.

Para los fines del delito de trata de personas, se entenderá como fin de explotación: La prostitución ajena, cualquier otra forma de violencia sexual, los trabajos o servicios forzados, cualquier tipo de explotación laboral, cualquier forma de esclavitud, servidumbre, la venta de personas, la extracción y tráfico de órganos y tejidos humanos, el reclutamiento de personas menores de edad para grupos delictivos organizados, adopción irregular, tramite de adopción, pornografía, embarazo forzado o matrimonio forzado o servil.

Dicho artículo detalla las acciones que son consideradas por parte del Código Penal de la República de Guatemala como trata de personas. En Guatemala los niños, niñas y adolescentes representan el blanco perfecto para las organizaciones delictivas. La organización Refugio de la Niñez tiene como objetivo trabajar en favor de la restitución de

los derechos humanos de la niñez y adolescencia. Trabajando con víctimas de violencia sexual, explotación y trata de personas.

La realidad de Guatemala se ve afectada por la violencia, en donde a diario se escuchan noticias que principalmente afectan la vida de niños, niñas y adolescentes. Los delitos más graves en contra de la niñez y adolescencia son: trata de personas, violencia sexual, explotación, maltrato y muertes violentas. En Guatemala, los niños son utilizados para actividades relacionadas con el tráfico y venta de drogas, acciones delictivas; las niñas también son utilizadas para actividades relacionadas con el tráfico de droga y acciones delictivas, pero muchas de ellas son víctimas de violencia sexual. Siendo un objeto de venta a nivel internacional, para formar parte de redes de prostitución.

Las personas que viven este tipo de situaciones, experimentan situaciones altamente traumáticas que rompen con la estructura de la vida de la persona a nivel psicológico, familiar y social. Quienes son víctimas de este tipo de delitos, son sometidos a terapias que les permitirán reincorporarse como una persona capaz de contribuir a la sociedad.

1.3.5. Marco de Referencia

Además de la teoría, es importante incluir el contexto del acontecimiento que inspiró a esta para realizar la presente investigación. Astrid Lucía Samayoa Morales estudiante de la Universidad San Carlos de Guatemala fue reportada como desaparecida ante las autoridades, el día miércoles 5 de octubre del año 2016. Al día siguiente, empiezan a circular publicaciones sobre su desaparición con la intención de informar a los usuarios en redes sociales ya que para iniciar las labores de búsqueda por parte de las autoridades deben transcurrir 48 horas y ante una situación de esta gravedad el tiempo es determinante.

El caso sobre la desaparición de Astrid tuvo fuerte impacto sobre las redes sociales, pero este no se debió al objetivo de la publicación ya que los usuarios en redes aprovecharon la incongruencia y falta de información para generar diferentes versiones sobre el acontecimiento, volviéndolo viral y una tendencia aun cuando todavía no se tenía

información sobre ella. El día viernes 7 de octubre se comparte en redes la información sobre su rescate en el departamento de Izabal y este volvió a tomar auge.

Es necesario mencionar que se contactó a Astrid Lucía Samayoa Morales a través de las redes sociales pero no se logró obtener información precisa por la gravedad de la situación. Es de suma importancia resaltar que la idea de establecer contacto con Astrid fue con la intención de conocer su perspectiva sobre las redes sociales, ya que por esa vía fue víctima del ciberacoso de otros usuarios que se sintieron engañados.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad las redes sociales en Internet son una representación de las mismas prácticas diarias que ocurren dentro de la sociedad. Como herramientas facilitan la comunicación y permiten una mejor organización entre personas. Esto ha llevado a estudiosos de la ciberantropología a investigar cómo estas plataformas son capaces de modificar el comportamiento humano de los usuarios y la influencia que tienen sobre la opinión pública.

Hoy en día las redes son consideradas como espacios en donde los usuarios pueden interactuar con otros y enterarse de las novedades que suceden dentro de sus círculos. Tomando en cuenta que una de las necesidades del ser humano es la de estar informado, estas plataformas fueron diseñadas para que los usuarios pudieran suplir la necesidad de informarse al mismo tiempo que comparten sus puntos de vista con los demás. En términos informativos, esto representa que los usuarios son capaces de ser informados y de informar; sin embargo el tema es más complejo de lo que parece ya que una publicación puede desencadenar una serie de reacciones capaces de incidir de forma positiva o negativa en la opinión pública.

Las redes sociales se han vuelto un fenómeno mundial no solo por su capacidad de informar a millones de usuarios sino que por los diferentes usos que se le pueden dar para atender situaciones de urgencia. Tal es el caso de la publicación de alertas, en redes sociales, sobre personas desaparecidas. La razón por la cual las personas acuden a las redes es por la rápida difusión de las publicaciones, en específico las que son de temas delicados ya que estas tienen un impacto diferente sobre el comportamiento de las personas.

En el momento de difundir una publicación de este tipo en las plataformas digitales, esta queda expuesta al público y al mismo tiempo a ser procesada en base a la perspectiva de cada usuario. Cuando se trata de la desaparición de una persona, la cantidad de preguntas supera las respuestas y ante la desesperación de no poder tener información al instante, se difunde información incompleta, datos no verificados o en ocasiones información falsa.

Esto se hace pensando en los resultados positivos de utilizar las redes sociales, pero no considerando las consecuencias que pueda tener la publicación de información de forma apresurada y descuidada.

García Jiménez (1998) se refiere al rumor como un tipo particular de mensaje que se origina de una fuente intencional y voluntaria, pero no identificada, ni identificable, con bordes imprecisos e inexactos; capaz de circular sin causas fijas estando sujeto a interpretaciones variadas por los receptores.

Alcázar (2010) aborda el proceso de fabricación del rumor de la siguiente manera: “Se mezcla algo de verdad con un poco de exageración, se añaden gotas de malicia, se desvirtúa el motivo y se agita con fuerza. El cóctel puede ser explosivo si se elige el canal adecuado para la circulación del rumor, a través de las personas indicadas y el momento oportuno.”

El rumor no es exclusivo de un país, ya que tiene que ver en cierta medida en la calidad de usuarios y el uso que dan al internet. Muchos de los rumores que se encuentran en las comunidades virtuales se justifican bajo el motivo y objetivo del entretenimiento, aspecto que contribuye a crear un ambiente de angustia. Considerando que un rumor se alimenta de actitudes y comportamientos, este es capaz de impactar todas las esferas de acción del ser humano: familiar, laboral, relaciones sociales y medios de comunicación masiva.

La presente investigación se centra en el fenómeno que se dio en las en las redes sociales durante la desaparición de Astrid Lucía Samayoa Morales, para responder a la interrogante: ¿Qué consecuencias puede traer, a la opinión pública, la publicación de alertas sobre desaparición en redes sociales?

2.1. Objetivos

2.1.1. Objetivo General

Analizar las publicaciones relacionadas, en redes sociales, sobre alertas de desaparición para determinar si éstas son capaces de afectar a la opinión pública partiendo del fenómeno que se dio en el caso de Astrid Lucía Samayoa Morales.

2.1.2. Objetivos Específicos

- Clasificar y analizar el contenido de las publicaciones relacionadas a alertas sobre el caso de este estudio.
- Identificar los factores de viralidad de esas publicaciones (alcance, interacción y fuente de información).
- Identificar los factores que influyen directamente en la creación de rumores (prejuicios, estigmas, información falsa)
- Analizar los protocolos relacionados a las publicaciones de alerta en redes sociales.

2.2. Variables

- Redes sociales
- Opinión Pública

2.3. Definición de variables

2.3.1. Definición conceptual

- Redes Sociales: De acuerdo con Safko (2010) en términos web, las redes sociales son plataformas en donde los usuarios generan interacción dinámica con grupos sociales a los cuales pertenecen, en los que comparten información y

otros aspectos. Las redes sociales digitales son una estructura social que está compuesta de grupos de personas conectadas por uno o varios tipos de relaciones, en donde cada uno puede hacer uso de la red libremente opinando, reaccionando e interactuando con la información.

- Opinión Pública: Según D'Adamo, García y Freidenberg (2007), es la interacción social que se origina a partir de diferentes opiniones; en donde participan distintos grupos de la sociedad. Para Sampredo (2000) la opinión pública se conforma puramente de opiniones, que prácticamente son juicios expresados verbal o conductualmente, a favor o en contra de distintas posturas.

2.3.2. Definición operacional

- Redes Sociales: Para los efectos de la presente investigación las redes sociales que se utilizaron como plataforma de estudio fueron Facebook y Twitter; analizando la manera en que los usuarios de las redes sociales interactúan con la información que reciben, el tipo de información que comparten y como esta es un reflejo del comportamiento de la sociedad actual guatemalteca.
- Opinión Pública: Para los efectos de la presente investigación, se comprendió por opinión pública a la opinión dominante que se imponen en las redes sociales Facebook y Twitter como postura y conducta de sumisión, que es capaz de obligar al silencio de los usuarios o a evitar que se sostenga la contradicción. Se estableció que la opinión pública a analizar es la que circuló alrededor del caso de desaparición de Astrid Lucia Samayoa Morales.

2.3. Alcances y límites

Estando ante una nueva era resulta necesario conocer sobre las herramientas con las que el ser humano dispone, esto implica aprender sobre sus usos y funciones. La presente investigación pretende analizar el fenómeno que produce la difusión de la alertas sobre

desaparecidos en Facebook y Twitter y como esto afecta a la opinión pública. Dentro de esta investigación se analizarán las publicaciones relacionadas con el caso de desaparición de Astrid Lucía Samayoa Morales, y que cumplen con los criterios y temporalidad de la muestra, con el fin de obtener los resultados más acertados posibles. No se analizarán las publicaciones realizadas por cuentas en Twitter con una cantidad menor de 1,300 seguidores, ni las que sean producto de re-tuits o publicaciones compartidas en Facebook. No se analizarán otras redes sociales aparte de Facebook y Twitter ya que ambas son consideradas las plataformas con mayor incidencia en las personas.

Los límites de la investigación se centran en analizar las intenciones de las publicaciones para determinar de qué manera afectan a la opinión pública que circula alrededor del caso de Astrid. Es decir, se analizarán las publicaciones para determinar si estas contribuyen a la difusión o difamación del caso.

La razón por la cual se analizará únicamente el caso de Astrid se debe a que dicho acontecimiento fue testigo de un fenómeno propio de las redes sociales, el cual se pretende analizar con diferentes aportes teóricos. De esta manera, dicho caso empata con los objetivos que se desean alcanzar en la presente investigación.

2.4. Aporte

El primer aporte va dirigido a los usuarios de las redes sociales, ya que esta investigación busca ampliar el panorama sobre las redes sociales y el impacto que estas pueden tener sobre la vida de las personas. Dicho trabajo proveerá fundamentos teóricos sobre el rumor y viralidad en redes sociales que permitirán a los usuarios reconocer la importancia de dar un uso adecuado de las herramientas, reconociendo los riesgos de dar un uso despreocupado.

Las redes sociales se han convertido en espacios en donde las personas acuden en busca de información, pero en muchas ocasiones son utilizadas como una herramienta para atender una situación en particular. Es por ello que otro de los aportes de la investigación es

proponer un protocolo para las redes sociales que permita alejar a las publicaciones de alertas sobre desaparecidos, los riesgos de ser víctimas del rumor.

Con dicha investigación se pretende evidenciar las malas intenciones que se hacen presentes en las redes sociales y no solo en los casos que afectan a las publicaciones de alertas sobre desaparecidos.

Por último, este trabajo busca servir como referencia para futuros trabajos y temas relacionados, que permitan mantener la distancia entre el ser humano y las herramientas como las redes sociales; las cuales cambian diariamente.

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de Investigación y Metodología

Para la presente investigación se seleccionó un enfoque cualitativo, ya que busca identificar la difusión de la información a través del contenido que se publica en las redes sociales. También porque tiene como objetivo general analizar las publicaciones de alertas sobre desaparecidos para determinar cómo estas son capaces de afectar a la opinión pública que circula alrededor de los casos; de esta manera identificar si la intención de la publicación es difundir o difamar. En otras palabras, la investigación busca comprender el fenómeno social que se da en las redes sociales en un determinado caso. Se buscó comprender y profundizar dicho fenómeno a partir de la perspectiva de los participantes de la investigación (Sampieri, Fernández y Baptista, 2012).

Es importante resaltar que la acción indagatoria es dinámica entre los hechos y su interpretación, ya que permite descubrir, refinar y responder las preguntas e hipótesis de investigación (Sampieri, Fernández y Baptista, 2012)

Según Sampieri (1991), el enfoque cualitativo se centra en comprender los fenómenos explorando las perspectivas de los participantes dentro de un ambiente natural en relación al contexto. La investigación de enfoque cualitativo permite estudiar la calidad de las relaciones, medios, situaciones e instrumentos en una situación determinada.

3.2. Unidades de análisis

Las unidades de análisis utilizadas en esta investigación fueron las publicaciones, de tipo textual, en las redes sociales Facebook y Twitter por páginas de fans (con un mínimo de 1,300 seguidores, organizaciones e instituciones) que compartieron la alerta o información durante los días de la desaparición de Astrid Lucía Samayoa Morales; con una temporalidad que va a partir del día 6 al 9 de octubre del año 2016. Es necesario resaltar

que Astrid fue rescatada el día 7 de octubre del mismo año, pero el caso continuó circulando en redes sociales hasta el día 9.

La selección de las unidades de análisis se hizo a través de una muestra no probabilística en la que, Según Sampieri, Fernández y Baptista (2012), la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino que obedecen a criterios de la investigación. De esta manera, el criterio para la selección de la muestra responde a las publicaciones que están relacionadas al acontecimiento pero que se dan dentro de una temporalidad en particular.

Esto tras considerar que era la dirección de mayor viabilidad para obtener resultados relevantes para la investigación, fue utilizado un tipo de muestra de casos tipo que sirve en estudios exploratorios y de enfoque cualitativo.

3.3. Técnicas e Instrumentos

La técnica a utilizar en esta investigación será: el análisis del contenido. Con el análisis del contenido se establecerán los rasgos característicos de las publicaciones de alertas sobre desaparecidos en Facebook y Twitter que influyen en la opinión pública. Según Sampieri, Fernández y Baptista (2011) “es una técnica para estudiar cualquier tipo de comunicación una manera “objetiva” y sistemática, que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, y las somete a análisis estadístico” (pg. 206).

Para Andréu (1998), la sistematización hace alusión a pautas ordenadas que cubren el total del contenido estudiado. Es por eso que se creó y utilizó un cuadro de cotejo (ver Anexo 1) para analizar el contenido. El cuadro incluye la fecha de publicación, la temática, la presencia de datos sensibles, cantidad de reacciones, número de comentarios, hashtags y las veces que fue compartido.

La presencia de los datos sensibles (imagen, nombre, edad, lugar donde se vio por última vez a la persona y el número de teléfono de un contacto en caso de tener información) dentro de las publicaciones permitió identificar el compromiso, de las cuentas, con difundir

la información sobre el caso. Para identificar y clasificar la presencia de dichos datos, se utilizaron las siguientes categorías: I (Imagen), N (nombre), E (edad), L (lugar), y C (contacto).

3.4. Procedimiento

- Selección del tema a investigar
- Se planteó el problema, la pregunta de investigación y los objetivos de estudio
- Se identificaron las variables de investigación y se describen tanto de manera conceptual como operacional
- Se plantearon los alcances-límites y aportes de la investigación
- Se llevó a cabo la búsqueda y redacción de los antecedentes tanto nacionales como internacionales relacionados al tema
- Se realizó una búsqueda de referencias tanto físicas como en línea
- Se redactó el marco teórico
- Diseño de la metodología de investigación
- Se planteó el instrumento de investigación, siendo este las tablas de cotejo para identificar los conceptos de las publicaciones, la presencia de los datos sensibles, el tratamiento y el alcance, basados en la teoría funcionalista
- Búsqueda y selección de muestras a analizar
- Presentación del anteproyecto
- Se analizará el contenido de las muestras obtenidas
- Se dará inicio al trabajo de campo
- Se hará la presentación y discusión de los resultados obtenidos
- Se harán las conclusiones y recomendaciones sobre la investigación
- Se llevará a cabo la revisión y edición del estudio

IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

El siguiente paso en este trabajo de investigación, tras el proceso de recopilación de datos en las tablas de cotejo, fue llevar a cabo el proceso de análisis de resultados, en función de los objetivos de dicha investigación.

Para dar inicio, se realizó un monitoreo de 212 publicaciones y es importante mencionar que cada una de ellas cumplía con los criterios y la temporalidad para dicha investigación. El tema central de las publicaciones es Astrid Lucía Samayoa Morales, de esta forma la información y datos que se encontrarán provienen de páginas de diferentes categorías y que atienden a diferentes tipos de usuarios, los cuales acuden a las redes sociales para informarse pero también, para entretenerse.

Esta decisión resulta fundamental al considerar como las publicaciones producen diferentes reacciones en los usuarios a partir de la información que se incluye. De esta forma, es importante recordar que uno de los objetivos de la investigación era identificar los factores que influyen en la creación de rumores, ya que el comportamiento del rumor en redes sociales tiene un impacto diferente al de las publicaciones en donde la información ha sido verificada previo a su publicación.

Así, en este análisis de resultados, se encontrarán los hallazgos que fueron descubiertos en el monitoreo que permitirán identificar la intención del mensaje y la manera en que afectan las publicaciones de alertas sobre desaparición en la opinión pública que circula alrededor del caso; es decir, identificar si existe el deseo de informar o de difamar. El uso del lenguaje es determinante, ya que la publicación puede estar compuesta por juicios denigrantes o bien, por información veraz; la cual permitirá dar la formalidad al caso de Astrid.

4.1. Clasificación y análisis del contenido de las publicaciones

El primer objetivo de la presente investigación era la clasificación de las publicaciones de alertas sobre la desaparición de Astrid Lucía Samayoa Morales, para luego poder analizar

los datos obtenidos en las tablas de cotejo. Para ello se diseñó una tabla de cotejo para las publicaciones de cada red social (ver Anexo 1 y Anexo 2) que permitiría almacenar la información recopilada de cada publicación para que a la hora de analizar los resultados, estos ofrecieran información relevante para la presente investigación. De igual manera, para llevar a cabo dicha clasificación fue necesario analizar cada publicación para garantizar que estas cumplieran con los criterios y con la temporalidad establecida para la muestra. Las categorías definidas para la tabla son: fecha de publicación, cuenta, tema, datos personales, cantidad de interacciones, número de comentarios y hashtags. En la categoría de datos personales, con el objetivo de presentar los resultados de manera ordenada fue necesario asignar a cada subcategoría una letra; la cual representa la inicial para cada uno de los datos personales (Imagen, Nombre, Edad, Lugar donde se le vio por última vez y Contacto).

A través de la clasificación del contenido, se pudo diferenciar entre las publicaciones que contienen un protocolo para redes sociales y las que contienen de datos personales; que si bien pudieron haber tenido la intención de difundir la alerta, estas al presentar la información incompleta dan lugar para que los usuarios den interpretaciones personales a la publicación. Esta clasificación permitió identificar el peso que tiene un protocolo en las redes sociales, ya que hace innecesario cualquier información adicional. De esta manera se estableció que para identificar una publicación como un protocolo, esta debe cumplir con la presencia de todos los datos sensibles; así, formalizar la publicación como una alerta.

De esta manera, en Twitter la cantidad de publicaciones realizadas durante los días 6, 7, 8 y 9 de octubre del año 2016 fueron 139; de las cuales únicamente 8 tuits fueron identificados como un protocolo de alerta, 29 tenían como objetivo difundir información sobre el acontecimiento y 110 tuits fueron compartidos con la única intención de difamar haciendo uso de los datos sensibles del caso de Astrid para complementar con opiniones personales. Es necesario resaltar que en el caso de las 29 publicaciones, éstas no lograron ser identificadas como un protocolo de alerta ya que al no contar con la presencia de todos los datos sensibles eleva los riesgos para que la información sea mal interpretada.

En el caso de Facebook, la cantidad de publicaciones que se compartieron entre los días 6,

7, 8 y 9 de octubre del año 2016 fueron 73; en donde 31 de las publicaciones difundidas fueron identificadas como protocolo, lo cual contribuye a la formalización de la publicación al mismo tiempo que se solidariza con Astrid y su familia fomentando la buena práctica de difundir información verídica. En el resto de publicaciones, a diferencia de Twitter, se pudo identificar que en 42 publicaciones había presencia de datos personales pero la ausencia de uno de ellos descarta toda intención de difundir un protocolo de alerta sobre la desaparición de Astrid.

Dicha clasificación y análisis de las publicaciones sobre la desaparición de Astrid no solo permitió encontrar el camino para identificar los factores de viralidad y los factores que contribuyen en el proceso de creación de rumor, también permitió resaltar las diferencias que existen entre redes sociales al abordar temas sobre desaparición. En la actualidad, no existe una red social que no atienda una necesidad puntual. Twitter es una plataforma, que al igual que Facebook son de fácil acceso, pero esto no las hace iguales. Esta red social fue diseñada para que los usuarios pudieran expresar sus pensamientos u opiniones en no más de 140 caracteres, inicialmente; en la actualidad el límite de caracteres es 240. Este simple dato explica la razón por la cual la cantidad de publicaciones es mayor que en Facebook.

De esta manera el tipo de contenido que se encuentra en Twitter es de lectura rápida, pero esto influye en el grado de complejidad para interpretar los mensajes. De esta manera se puede decir que la función de Twitter es informar pero también entretener con información concisa. En el caso de Facebook, esta plataforma no cuenta con límite de caracteres pero la demanda de ofrecer una publicación “estéticamente” exige a los usuarios de tiempo que muchas veces no disponen.

Sobre lo anterior, es importante dar en cuenta que cuando se trata de un caso de desaparición hacer un buen uso del tiempo es determinante. Es por eso que en muchos casos se acude a las redes sociales para poder difundir la noticia y concientizar a los demás usuarios. En momentos de angustia, en donde la labor de búsqueda ya no es suficiente, los impulsos llevan a las personas a actuar de una determinada manera sin tomar en cuenta las consecuencias que esta acción pueda tener. A partir de esa toma de decisión, las cosas dejan

de estar bajo control, para quedar expuesto a las redes sociales, sus usuarios y sus propias opiniones. Bajo este descubrimiento, se pudo identificar como una buena intención de difundir una noticia puede tomar un rumbo distinto al planeado.

En el caso de desaparición de Astrid, el día 6 de octubre del año 2016 en Twitter se difundieron 13 publicaciones en donde su intención era informar y notificar sobre su desaparición pero sin ofrecer más información. En Facebook la cantidad de publicaciones difundidas fue 27, dentro de las cuales se identificaron 20 publicaciones que siguen el protocolo que contribuye a la intención de concientizar sobre la desaparición de Astrid con otros usuarios.



Ilustración 1/ Publicación con hipervínculo

De las 7 publicaciones restantes, hubo una que se destacó del resto debido a que ofrecía información diferente. La intención de la publicación de Soy502, un medio digital guatemalteco que cuenta con 2, 332,091 seguidores y que comparte noticias nacionales e internacionales; era de informar a sus seguidores haciendo referencia a un testimonio que generaba interés en los seguidores; eso explica la razón por la cual dicha publicación fue la de mayor interacción con: 1, 466 likes, 856 reacciones (la mayoría concentrada entre la reacción “Me entristece” y “Me asombra”; ver Anexo II, No. Muestra 9) y se compartió 9,235 veces. La información es compartida en de forma narrada a partir del testimonio de sus amistades. Dicha publicación no contenía el nombre de Astrid, solo una imagen que mostraba su rostro; dicha imagen era un hipervínculo a una nota del medio en donde ya

complementan la información pero la intención de generar visitas al sitio web la logran a través de la descripción.

Las publicaciones que se difunden a partir del día 7 de octubre del mismo año, hacen explotar el caso de Astrid en las redes sociales. Las buenas intenciones de difundir la noticia sobre su desaparición se vieron afectadas por una opinión dominante, la cual tenía como único objetivo la difamación del caso haciendo uso de un lenguaje denigrante y con un discurso radicado en juicios de género.

Cabe resaltar que Facebook es una red social en donde el entorno es más profesional, esto marca una pauta en las prácticas que se realizan dentro de la plataforma y el uso que se le da. Es por eso que la presencia de publicaciones que tuvieran la intención de difamar fue mínima. El día 7 de octubre del año 2016, día en el que es rescatada Astrid en horas de la tarde; se difunden 41 publicaciones en Facebook de las cuales 33 tienen la intención de informar, 7 de concientizar y 1 de difamar.

En el caso de Twitter, la cantidad de publicaciones supera las del día anterior y la mayoría se concentra dentro de las que tuvieron la intención de difamar (ver Anexo I). Del total de 116 tuits, 98 fueron compartidos haciendo un uso del lenguaje que no imparte valores al ser un discurso con bases en juicios de género además de ridiculizar la situación de Astrid.

Dichas publicaciones causaron fuerte impacto en la red social al combinar cada tuit con un hashtag. Fue a partir de estas publicaciones que surge #LadyCapiusa, #LadyIzabal y #MeEscondoEnIzabal.



Ilustración 2/ Publicación con hashtag

Ese mismo día, se difundieron 16 publicaciones con la intención de informar sobre que se distribuyen entre 7 tuits en el transcurso de la mañana, previo a su rescate. A partir del momento de su rescate, se difunden 9 publicaciones en Twitter que informan sobre el rescate de Astrid en el departamento de Izabal en horas de la tarde. Se analizaron 2 publicaciones más que tenían como intención concientizar sobre el caso de desaparición, las cuales fueron compartidas en horas de la mañana.

El día sábado 8 de octubre del año 2016, en ambas redes sociales las publicaciones compartidas se reducen. En Twitter se comparten 6 publicaciones con la intención de informar sobre el rescate de Astrid y agradecer el apoyo de todas las personas que difundieron la publicación en sus redes, y se publicaron 3 tuits con la intención de difamar y hacer burla del sufrimiento ajeno. El mismo día, solo se comparte una publicación en Facebook con la intención de informar sobre el rescate.

Para el día domingo 9 de octubre en Twitter se hace 1 tuit con la intención de difamar a Astrid. En Facebook se compartieron 4 publicaciones que teniendo la intención de informar, también tenían la intención de concientizar sobre la situación que afrontan las personas desaparecidas, específicamente mujeres. La página Lenguaje Corporal comparte 2 publicaciones en donde hacen un análisis del lenguaje corporal de Astrid en base a dos fotografías que fueron tomadas al momento de su rescate. Prensa Comunitaria comparte un comunicado en apoyo a Astrid Lucía Samayoa Morales, en donde señalan que la desigualdad de género se hace presente en las redes sociales de manera más violenta e

indiscreta. Finalmente la cuenta de Soy502 en Facebook comparte una publicación en donde se hace presente, nuevamente, la necesidad de atraer visitas al sitio web. Utilizan como texto de la publicación “La familia Samayoa dio la versión oficial sobre lo que le sucedió a Lucía” y una imagen con hipervínculo a una nota donde profundizan en detalles sobre la desaparición de su hija y hacen un llamado a la sociedad guatemalteca a prestar atención a lo que se publica en las redes sociales.



Ilustración 2/ Publicación con hipervínculo

Según Domínguez (2012), las redes sociales son espacios que permiten a los usuarios interactuar, informarse y comunicarse entre otros; sin importar que no tengan intereses afines. Estos espacios permiten que los usuarios den uso personal a la plataforma, al mismo tiempo que generan contenido propio con la intención de suplir una necesidad. Una vez clasificado y analizado el contenido de las publicaciones, se hace evidente la forma en que la publicación de alertas sobre desaparecidos afecta a la opinión pública. La necesidad de las páginas, y no únicamente de los medios informativos o digitales, en redes sociales por atraer nuevos seguidores e interactuar con ellos, los hace buscar temas que generen los resultados de interacciones a través de información incompleta o confusa para mantener la atención de las visitas.

4.2 Factores de viralidad en las publicaciones

Tomando en cuenta que la viralidad de una publicación depende de la interacción de los usuarios, se extrajeron 10 publicaciones de Facebook y 10 de Twitter que presentan la mayor cantidad de interacciones para analizar los factores que influyeron en la viralidad de las publicaciones.

No.	Cuenta	Tema	Interacciones	Comentarios	Compartidos	Hashtags
1	Prensa Libre	Un operativo antisequestro localizo con vida a Astrid	13,445	1721	6,102	#AhoraPL
2	Prensa Libre	Hallan con vida a Lucía	13,606	466	504	#Atencion
3	Soy502	Ella solo dijo “voy a ir a taco bell”	1,466	151	9,235	
4	Guatlevision	Si conoce el paradero de Astrid Lucía Samayoa	1,054	90	3,954	
5	La Hora	La joven universitaria	1,656	277	1,225	
6	Emisoras Unidas	Astrid Lucía Samayoa es localizada con vida	1,700	372	640	#Ultimahora
7	Soy502	La joven está sana y salva	1,010	466	504	#Atencion
8	Chapines Unidos por Guate	Un usuario nos solicita apoyo para difundir la fotografía	471	51	1,734	#Teesperamoslucia
9	Soy502	La familia Samayoa dio la versión oficial sobre lo que sucedió a Lucía	992	227	245	
10	Emisoras Unidas	Continúa la búsqueda de la estudiante de la USAC	992	63	279	

Fuente: Elaboración propia para publicaciones de Facebook

El cuadro anterior permite identificar los factores de viralidad de las 10 publicaciones a través de como los usuarios interactúan con las publicaciones (ver Anexo 3).

Se debe resaltar que la cantidad de interacciones supera el número de comentarios y la cantidad de veces que fue compartida la publicación ya que la difusión del caso de desaparición de Astrid no tenía como objetivo generar discusiones, su intención era impactar a las personas a través de las emociones y de esa manera influir en la decisión de difundir la publicación. Es por eso que la cantidad de comentarios es menor y de manera significativa.

Facebook al ser considerado como la red social que, en ocasiones, refleja rasgos de la identidad de las personas y por esa razón los usuarios la cantidad de interacciones siempre

va a predominar sobre la cantidad de comentarios. El miedo al aislamiento que se propone en la teoría de la Espiral del Silencio permite comprender la razón por la cual también los comentarios en esta red social son menores a las interacciones. La opinión dominante sobre la desaparición de Astrid indicaba que su desaparición había sido planeada, y que esto se debe a que una mujer no desaparece por temas de inseguridad; una mujer desaparece porque seguramente esta con el novio. Toda opinión que pudo llegar a cuestionar a la dominante prefirió mantener el silencio ya que esta publicación no solo aislaría al usuario sino que sería sujeto de ridiculización por parte de los usuarios que apoyan a la opinión dominante.

En el siguiente cuadro se presentan las 10 publicaciones de la plataforma virtual Twitter (ver Anexo 4), se hace presente un factor que sería el motor para una gran cantidad de interacciones.

El uso de hashtags influyó en el factor de la viralidad ya que estos se utilizan para almacenar una gran cantidad de publicaciones que están relacionadas con un tema en específico, y que dependiendo de la creatividad del usuario puede llegar a amplificar las interacciones de otros usuarios.

A diferencia de la red social Facebook, en Twitter la cantidad de publicaciones fue menor y de igual manera las interacciones. En el caso de la plataforma virtual Twitter, la mayoría de publicaciones van acompañadas de un hashtag no necesariamente con la intención de almacenar una gran cantidad de publicaciones sino que para volver un chiste y una tendencia el caso de desaparición de Astrid.

Si bien se hicieron presentes hashtags que abordaban el caso sobre la desaparición de Astrid en forma de chiste, hubo publicaciones en donde se utilizaron hashtags que diariamente registran actividad ya que fueron diseñados para almacenar información noticiosa y de fácil acceso; el éxito de los hashtags está en cómo lo perciben los usuarios, si esto causa gracia entonces la probabilidad de interacciones con el hashtag son mayores.

No.	Cuenta	Tema	Interacciones	Respuestas	Re tuits	Hashtags
1	PDH	Ayúdanos a encontrar a Astrid Lucía Samayoa	379	8	287	#ServicioSocialPDH
2	La Hora	Familiares de Astrid Lucía Samayoa continúan buscándola	193	6	138	#ServicioSocial
3	Aquitodito	Joven Lucía Samayoa desapareció	150	1	114	#ServicioSocial #AquiTodito
4	EIGUATEMATLECO	#LadyCapiusa	143	2	72	#LadyCapiusa
5	Platita Santizo	Voy a llegar a Izabal #LadyIzabal	135	5	64	#LadyIzabal
6	PinulobyChuck	#LadyCapiusa Estrategia del Inguat	130	3	62	#LadyCapiusa
7	UsacEsPueblo	Lucía Samayoa desapareció	101	3	76	
8	Sonora969	Continua la búsqueda de la universitaria	101	1	65	#USAC #RT
9	Soy502	Esta es la historia de Lucía Samayoa	90	2	52	
10	Soy502	La PNC confirma que Astrid Lucía Samayoa fue localizada	81	4	33	#PNC

Fuente: Elaboración propia para publicaciones de Twitter

Compartir información es una necesidad humana que permite construir relaciones sociales y también para mantener a las personas informadas. Esta necesidad no se reduce únicamente a la acción de compartir información, las interacciones también permiten mostrar el impacto que determinada publicación tiene sobre un usuario.

El factor de tiempo también es importante en el análisis de los factores de viralidad ya que la mayoría de comentarios de Facebook y Twitter se concentraron entre los días 6 y 7 de octubre del año 2016. Esto se debe específicamente a la facilidad que ofrecen de las redes sociales para difundir una publicación en tiempo real. En el caso de Astrid el tema se volvió viral por lo ambiguo de la información, pero fue más por su condición de ser mujer la que convirtió a las publicaciones que circulaban alrededor de su caso en algo viral. El comportamiento de las publicaciones en las redes sociales se dio de la misma manera que funciona un virus biológico.

La realidad de la sociedad guatemalteca no hace imposible comprender la razón por la cual las publicaciones sobre la desaparición de Astrid se convirtieron en viral. En algunas partes de la sociedad guatemalteca la mujer es menospreciada y es vista como un objeto, este comportamiento se hace evidente en las redes sociales al utilizar un lenguaje denigrante con

la única intención de difamar. Finalmente, es necesario resaltar que para la viralidad de una publicación se recomienda hacerlo de tal manera que dé la impresión de ser algo natural, que los usuarios al interactuar con la publicación se sientan identificados.

Es por ello que las publicaciones que tenían la intención de difamar sobre el caso de Astrid tuvieron mayor impacto en redes sociales, estas presentaban el caso de desaparición de manera que entretienen a los seguidores.

4.3 Factores que influyen en la creación de rumores

En este apartado, a partir del monitoreo, se pretende identificar los factores que influyen en la creación de rumores con respecto al caso de desaparición de Astrid. Allport y Postman (1973) mencionan que el rumor es una narración relacionada con hechos cotidianos, presentados de manera creíble o con posibilidad de ser creído, aprovechando la ambigüedad o ausencia de información de un caso en concreto.

Ellos proponen que un rumor nace a partir de la mezcla entre la importancia de un mensaje con la ambigüedad ($R = I \times A$). Es necesario resaltar que la relación entre importancia y ambigüedad no es aditiva sino multiplicativa, de esta manera la ausencia de uno de los elementos no sería considerado como un rumor.

Tomando en cuenta dichos aportes se pudo identificar que la importancia de difundir las publicaciones sobre la desaparición de Astrid era inminente. Si a eso se agrega lo ambiguo que fue el caso, ya que en un inicio no se sabía con certeza cuál había sido el último lugar donde se le vio ni hacia donde se había dirigido, se puede decir que el caso sobre la desaparición de Astrid Lucía Samayoa Morales era un caso ideal para ser víctima del rumor en las redes sociales.

4.4 Protocolos en publicaciones de alerta sobre desaparición

Por último, el presente apartado aborda el tema del protocolo en redes sociales relacionado al caso de desaparición de Astrid pero con la intención de demostrar la importancia que tiene la composición de una publicación con los datos sensibles sobre el acontecimiento.

Es un hecho, las redes sociales al ser plataformas diseñadas por el ser humano estas responden a necesidades puntuales. Una de ellas es la de crear un espacio en donde los usuarios puedan difundir información personal sin importar la hora o el contexto. Las redes sociales han demostrado que su impacto puede producir revoluciones al igual que brindar apoyo en situaciones de extrema urgencia, como lo son los casos de desaparición.

Es necesario resaltar que las personas acuden a las redes sociales en busca de ayuda para suplir una necesidad, pero hacen de menos la necesidad de las redes sociales por tener información nueva. Es por eso que una vez se comparte una publicación en redes sociales, el control pasa a estar en manos de la plataforma y no en el emisor.

De esta manera, luego de haber analizado el impacto que tiene la presencia de todos los datos sensibles dentro de una publicación e identificado de qué manera afecta a la publicación, se puede decir que al momento de encontrarse ante una situación similar en donde una persona está desaparecida, es necesario prestar atención a incluir una imagen reciente que permita identificar a la víctima, el nombre completo, edad, lugar donde se le vio por última vez y un contacto para brindar información a familiares. Es preciso resaltar que para difundir una publicación sobre la desaparición de una persona en redes sociales, se deben tomar en cuenta las funciones de cada plataforma ya que puede no ser necesario acudir a todas las redes para difundir la noticia.

Para cerrar el análisis y presentación de resultados de esta investigación, es importante mencionar que los objetivos establecidos fueron constatados a través del monitoreo. Desde el primero, cuando se estableció si la publicación de alertas sobre desaparecidos es capaz de afectar a la opinión pública que circula alrededor de los casos. Se determinó que las

publicaciones afectan a la opinión pública ocupando espacios dentro de los temas con la única intención de generar tráfico y aumentar la cantidad de seguidores en las páginas.

A través de la clasificación y análisis e los resultados, también se pudo identificar que los factores de viralidad a través de las intenciones de la publicación y las interacciones que cada publicación haya tenido. Por ejemplo, las publicaciones que alcanzaron mayor índice de viralidad abordaban el caso de Astrid en tono de broma, ridiculizando la situación y difamando.

Además, se hizo posible la identificación de los factores que influyen en el proceso de creación de rumores. Es decir, se determinó que los rumores que afectaron el caso de Astrid se debieron a la urgencia por difundir una publicación con la ambigüedad de la información.

Por último, es importante mencionar la importancia de los protocolos en este tipo de publicaciones. Esto con el objetivo de dar a la publicación la formalidad que merece a través de incluir los datos sensibles dentro de la publicación, ya que la vida de una persona no debe ser menospreciada.

V. Discusión

Una vez presentados los resultados, se hace necesario el apartado de discusión para realizar una interpretación de los hallazgos respaldados con las teorías propuestas en el marco teórico.

Según la clasificación y análisis del contenido de las publicaciones en redes sociales, se pudo identificar los aspectos que diferencian a una publicación que contiene un protocolo para redes sociales con una publicación que contiene los datos personales de Astrid de manera dispersa. Dicho resultado demuestra que la composición de una publicación, considerando la importancia de incluir los datos sensibles, tiene un impacto sobre el usuario a partir de su percepción a la publicación.

Al analizar los factores de viralidad que influyeron en el caso de estudio, se pudo identificar que las redes sociales funcionan a partir de la información que se ingresa día con día sin importar el tipo de contenido y la calidad del usuario. Dicho resultado permite abordar el tema de la viralidad como un fenómeno en redes sociales cuyo comportamiento depende del momento, el espacio y el tiempo de la información. Es importante resaltar que en términos de viralidad no hay distinción entre publicaciones y sus intenciones, ya que dicho fenómeno se alimenta de los caracteres y sus diferentes combinaciones.

El haber abordado el caso de estudio desde el tema del rumor permitió identificar que las redes sociales representan el ecosistema ideal para la creación, el crecimiento y transformación del rumor. Dicho resultado permite comprobar que el rumor, en términos de información, es el resultado de la mezcla entre el uso del lenguaje, la narración, la importancia y la ambigüedad.

Finalmente, al analizar los resultados de los protocolos en las publicaciones se pudo comprobar que dentro de las redes sociales cumplen con la función de crear consciencia, difundir información oficial e invitar a los demás usuarios a difundir la publicación.

V. Conclusiones

- La publicación de alertas sobre desaparecidos, en las redes sociales Facebook y Twitter, afectan a la opinión pública que circula alrededor de los casos fijando una opinión dominante entre los usuarios.
- A partir del monitoreo en ambas redes sociales, se pudo determinar que no toda opinión dominante está asociada a una consecuencia negativa. Dicho monitoreo permitió identificar como la red social de Facebook es utilizada por usuarios que buscan informarse y contribuir con la difusión de la publicación. Estos usuarios adoptan una postura de defensor de la persona desaparecida, para cortar el efecto de bola de nieve que se produce con el rumor.
- En cambio, Twitter es la red social que en donde se concentran la mayor cantidad de publicaciones con intención de difamar. A diferencia de Facebook, esta red no le presta mucha atención a la estética de las publicaciones para transmitir un mensaje.
- La ausencia de publicaciones que mostraran una opinión contraria a la dominante es un ejemplo claro de cómo la teoría de la espiral del silencio todavía continúa teniendo efecto sobre las personas. El temor al aislamiento y a la ridiculización en redes sociales puede llevar a una persona a ajustar sus criterios y secundar una opinión con tal de no resultar perjudicado.
- Se hizo posible identificar que la viralidad depende de la información y de la narrativa que se utiliza para difundir un mensaje.
- Hacer uso despreocupado de las redes sociales tiene un precio alto y este puede llegar a afectar a los usuarios en la realidad virtual así como en la física.
- Es posible concluir que el rendimiento o éxito de una publicación en redes sociales sobre la desaparición de una persona, depende específicamente de la información que se comparte.

VI. Recomendaciones

- A la hora de utilizar las redes sociales para difundir una publicación de alerta sobre desaparición es necesario tener presente que las plataformas digitales se alimentan de la información que se comparte sin importar su veracidad.
- Los usuarios en redes sociales buscan contenido fresco y noticioso. El caso de desaparición de una persona es capaz de interesar a los demás usuarios por el deseo de contribuir con la difusión de la publicación, o bien para difamar.
- Con los resultados obtenidos en el presente trabajo, se hace evidente la necesidad de dar un uso adecuado a las redes sociales. Subestimar el impacto de las redes sociales puede llevar una publicación a convertirse en una tendencia.
- Resulta fundamental la verificación de datos cuando un usuario interactúa con una publicación de alerta para cortar toda intención de difundir rumores o información falsa.
- Reservarse el derecho a opinar ante una situación que requiere únicamente de difusión puede tener futuras consecuencias, a partir de estas opiniones es que se genera distracción y esto puede llegar a producir un efecto en cadena de comentarios a favor o en contra de la opinión de un tercero.
- Fomentar y estimular un uso adecuado de las redes puede cambiar la manera en que se perciben las plataformas. Estas son herramientas y es fundamental conocer las diferentes maneras en las que se pueden utilizar.
- Se recomienda que en el momento de enfrentarse ante la situación de desaparición de una persona cercana, se trate la manera de mantener la información bajo control ya que durante las primeras horas las preguntas superan las respuestas y acudir a las redes sociales para difundir una alerta con información no confirmada puede ser el factor que influya en la creación de rumores y de viralización de la información.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aarvik, S. (2013). *Relación entre redes sociales y trata de personas* (Diplomado). Universidad Autónoma del Estado de Morelos
- Agudelo, D. (2000). El horro de lo incierto. Intervención psicológica con víctimas de secuestro
- Alauzis, A. (2002). El pensamiento científico frente al rumor, *Ciencia Hoy*.
- Allport, G. W. (1955). *Becoming: Basic considerations for a psychology of personality*. New Haven: Yale University Press.
- Allport, G.W., & Postman, L. (1973). *Psicología del rumor*. Buenos Aires: Psique
- Amin, Samir (Mayo, 2011). *La Primavera Árabe*. de Mesa Redonda Sitio web: <http://mesaredonda.cubadebate.cu/noticias/2011/05/30/la-primavera-arabe-2011/>
- Baptista, Fernández y Hernández. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F., México: McGraw- Hill. De: <http://www.abc.com.py/nacionales/pudieron-morir-30-o-40-1587282.html>
- Baran, S. Hidalgo, J. (2005). *Comunicación masiva en Hispanoamérica, cultura y literatura mediática*. México: McGraw-Hill.
- Berger, J., & Milkman, K.L. (2012). *What makes online content viral?* Revista Journal of Marketing Research, Vol. 49, pg. 192 – 205 de: <http://journals.ama.org/doi/abs/10.1509/jmr.10.0353?code=amma-site>
- Berganza, G. (2002). *Los medios de comunicación y la sociedad guatemalteca: Un retrato a través de sus discursos*. Guatemala, Guatemala: DOSES.
- Cabanellas, G. (1979). *Diccionario Jurídico Elemental*. Buenos Aires: Editorial Heliasta S.R.L.
- Cabero, J. (1998). *Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas*.
- Campos, F. (2008). *Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales*. Revista Latina de Comunicación Social, Vol. 63, pg.287 - 293. de: http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid, España: Editorial Alianza.

- Castillo, R. (2013). *Usos y abusos del Facebook en estudiantes de periodismo de la escuela de Ciencias de la Comunicación* (Tesis de pregrado). Universidad San Carlos de Guatemala.
- Chen, X., Sin, S., Theng, Y., & Lee, C. (2015). *Porque los estudiantes comparten información no verídica en redes sociales: motivación, género y diferencias de nivel educativo*. De: *The Journal of Academic Librarianship*, Vol. XLI, pg. 583 – 592
- Cohn, L. (2011). *Ciberantropología en Guatemala: Socialización y organización de los jóvenes a través de la red virtual Facebook*. Guatemala, Guatemala: Universidadn San Carlos de Guatemala, Escuela de Historia.
- Durkheim, E. (1971). *El Suicidio*. Shapire Editor, Buenos Aires.
- Dominick, J. R. (2005). *La dinámica de la comunicación masiva: Los medios en la era digital*. Nueva York: McGraw Hill.
- Domínguez, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. Red Tercer Milenio Estado de México.
- Erikson, E. (1968). *Identity, youth and crisis*. W.W. Norton, New York
- Kapferer, J-N. (1989). A mass poisoning rumor in Europe. *Public Opinion Quarterly*, 53, 467–481.
- Knapp, R. (1944). En Kapferer, J. N. (1989), op. cit., Págs. 16-18
- Kwak, H. Lee, C. Park, H., & Moon, S. (2010). *What is Twitter, a social network or a news media?* Nueva York, Estados Unidos: ACM Digital Library.
- Lasswell, H. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*. Nueva York, Harper & Bros
- Lee-Won, J., Abo, M., Na, K., & White, T. (2016). *Más que números: Efectos de las redes sociales en mediciones de viralidad en la intención de ayudar a desconocidos en el contexto de donación de médula ósea*. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* Vol. XIX, pg. 404 – 411, De: <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0080>
- Mattelart, A., y Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*.
- Molina, A., Roque, L., Garcés, B., Rojas, Y., Dulzaides, M., & Selín, M. (2015). *El proceso de comunicación mediado por las tecnologías de la información. Ventajas y desventajas en diferentes esferas de la vida social*. *MediSur*, 13(4), 481-493.

- Molina, B., Agudelo, A., Ríos, A., Builes, M., Ospina, A., Arroyave, R., López, O., Vásquez, M., & Navia, C. (2003). *El secuestro: su repercusión en las creencias y en la estructura de relaciones en un grupo de familias antioqueñas*. Vol. 32, N° 1, pág. 27-50
- Molina, G., & Toledo, R. (2014). *Las Redes Sociales Y Su Influencia En El Comportamiento De Los Adolescentes*. (Tesis de Pregrado). Universidad del Azuay, Ecuador
- Morris, C., & Maisto, A. (2001). *Introducción a la Psicología*. Pearson Educación, México
- Morrison, C., & Gore, H. (2010). *The Relationship between Excessive Internet Use and Depression: A Questionnaire-Based Study of 1,319 Young People and Adults*. Institute of Psychological Science, Leeds. pages 121-126
- Oh, S., & Syn, S. (2015). *Motivaciones que los usuarios de redes sociales tienen a la hora de compartir cierta información*. Journal of the Association for Information Science and Technology, Vol. LXVI, pg. 2045 – 2060.
- Piscitelli, A. Adaime, I. Binder, I. (2010). *El proyecto Facebook y la posuniversidad: sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. (Ariel, Ed.) Madrid, España.
- Ragneda, M. (2011). *Internet y control social. Entre rizoma y gran hermano*. Vol. 4, N° 1, págs. 42-52
- Requena, F. (1989). *El concepto de red social*. REIS (Revista Española de Investigaciones Sociológicas), 48, p.137-152.
- Rodríguez, J., & Zamavilde, M. (1999). *Juventud Rural en el Uruguay de los '90*. Montevideo: ORTON.
- Royero, J. (2007). *Las redes sociales*. Consultado desde: 17/4/2017, de La Salle Sitio web: lasalle.edu.mx/comunicación/wp-content/.../Las_Redres_Sociales_Capsula_01.pdf
- Safko, L. (2010). *The Social Media Bible: Tactics, tools & strategies for business success*. New Jersey, Estados Unidos: John Wiley & Sons, Inc.
- Scholz, C., Baek, E., Brook, M., Suk, H., Capella, J., & Falk, E. (2017). *Un modelo neuronal que valorice la información viral*. Consultado desde: 5/3/2017, de Escuela de Comunicación Annenberg Sitio web: <http://www.pnas.org/content/114/11/2881.full#sec-6>

- Shibutani, T. (1966) *Improvised News: A Sociological Study of Rumor*. Indianapolis, IN: Bobbs Merrill.
- Sivera, S. (2008). *Marketing viral*. Barcelona: Editorial UOC.
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Toussaint, F. (1983). “Crítica de la Información de masas”
- Valle, S. (2006). *El tratamiento de la víctima del delito* (Tesis de pregrado). Universidad San Carlos de Guatemala.
- Welker, C. (2002). *The paradigm of viral communication. Information Services & Use*, Vol. 22, N°. 1, pág. 3-8.
- Wolf, M. (1987). *La Investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.
- Xinran, C., & Sin, S & Theng, Y & Lee, C. (2015). *Porque los estudiantes comparten información no verídica en redes sociales: motivación, género y diferencias de nivel educativo*. The Journal of Academic Librarianship Sitio web: https://www.researchgate.net/publication/282557162_Why_Students_Share_Misinformation_on_Social_Media_Motivation_Gender_and_Study_level_Diferrences

Legislación:

- Código Penal*. Congreso de la República de Guatemala. Decreto Numero 17-73. 1973 Artículo 202.
- Código Procesal Penal*. Congreso de la República de Guatemala. Decreto 51-92 y sus reformas.1992.
- Declaración sobre los principios fundamentales de justicia para las víctimas de Delitos y del abuso de poder*. Adoptada por la Asamblea General en su Resolución 40/34, de 29 de noviembre de 1985. Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos.
- Declaración Universal de Derechos Humanos*. Proclamada por la Asamblea General

Anexo I

Tipo de Contenido: Utilizando una rubrica individual de cotejo para identificar el tipo de contenido compartido en Twitter

No. Muestra	Fecha de publicación	Cuenta	Tema	Datos Sensibles					Favs	Comentarios	Hashtags	RTs
				I	N	E	L	C				
1	6-oct-2016	PublineWSGT	La extraña desaparición de Lucía Samayoa	X	X				5	3		11
2	6-oct-2016	UsacEsPueblo	Lucía Samayoa desapareció	X	X		X	X	22	3		76
3	6-oct-2016	UsacEsPueblo	¡Importante!		X				3			7
4	6-oct-2016	PDHgt	Ayúdanos a encontrar a Astrid Lucía Samayoa	X	X	X	X	X	92	8	#ServicioSocialPDH	287
5	6-oct-2016	Sonora969	Continua la búsqueda de la universitaria	X	X		X		35	1	#USAC #RT	65
6	6-oct-2016	Aquitodito	Joven Lucía Samayoa desapareció	X	X	X	X	X	35	1	#ServicioSocial #AquiTodito	114
7	6-oct-2016	Soy_502	Esta es la historia de Lucía Samayoa	X	X				36	2		52
8	6-oct-2016	NuestroDiario	Familiares y amigos buscan indicios de Lucía Samayoa	X	X	X	X	X	29	1	#ServicioSocial	36
9	6-oct-2016	Galaxia885	¡Urgente Persona desaparecida!	X	X	X	X	X	1		#LuciaSamayoa	3
10	6-oct-2016	Kmarroquin_eu	Se busca a Astrid Lucía	X	X	X	X	X	1			5
11	6-oct-2016	UsacEsPueblo	¡Urgente! Divulgue esta información		X	X			11			38
12	6-oct-2016	Eleccionesguat	Joven Lucía Samayoa de 19 años	X	X	X	X	X	1		#ServicioSocial #Aquitodito	4
13	6-oct-2016	Aquitodito	Joven Lucía Samayoa de 19 años desapareció		X	X	X		2		#Urgente #ServicioSocial	
14	7-oct-2016	Lared1061	La PNC encuentra con vida a Astrid Lucía Samayoa	X	X		X		12		#LRN	6
15	7-oct-2016	LesviaSalguero	Un día apoyan y otro día hacen fiesta							1	#TodasSomosLucia #LadyCapiusa #LadyIzabal	
16	7-oct-2016	Soy_502	La PNC confirma que Astrid Lucía Samayoa fue localizada	X	X				44	4	#PNC	33

17	7-oct-2016	RadioPuntoGT	Astrid Lucía Samayoa ya fue encontrada	X	X	X			14	3		19
18	7-oct-2016	Santismaux	Apareció #LadyCapiusa	X					14		#LadyCapiusa	11
19	7-oct-2016	PublineWSGT	PNC Localiza a Astrid Lucía Samayoa	X	X		X		3			4
20	7-oct-2016	PlatitaSantizo	Voy a llegar a Izabal						66	5	#LadyIzabal	64
21	7-oct-2016	Lahoragt	Familiares de Astrid Lucía Samayoa continúan buscándola	X	X	X		X	49	6	#ServicioSocial	138
22	7-oct-2016	Guatemalaglobal	La extraña desaparición de Astrid Lucía Samayoa		X							
23	7-oct-2016	Sincensura502	Lucía Samayoa aparece sana y salva	X	X				2	1	#Urgente	2
24	7-oct-2016	EIGUATEMALTECO	#LadyCapiusa						69	2	#LadyCapiusa	72
25	7-oct-2016	RadioPuntoGT	Astrid Lucía Samayoa Morales fue encontrada	X	X	X			25	1	#Urgente	16
26	7-oct-2016	Noti7Guatemala	Lucía Samayoa desapareció el 5 de octubre	X	X	X	X	X	4			1
27	7-oct-2016	TwitterGuatemala	No puedo ser						2		#LadyCapiusa	
28	7-oct-2016	SomosChapinas	Ayer y Hoy						35	2	#LadyCapiusa	35
29	7-oct-2016	SomosChapinas	Apareció						19	1	#LadyCapiusa	19
30	7-oct-2016	TwitterGuatemala	Ahora andan con lo de #LadyCapiusa						4	1	#LadyCapiusa	4
31	7-oct-2016	Don_Kamu	Me llega más #ladycapiusa						6	1	#LadyCapiusa	2
32	7-oct-2016	Rulobono	Antes y Ahora						38	1	#LadyCapiusa	27
33	7-oct-2016	PinulobyChucK	#LadyCapiusa Estrategia del Inguat						65	3	#LadyCapiusa	62
34	7-oct-2016	Dtercero_aldia	En una embarcación en Izabal	X	X					1		1
35	7-oct-2016	Carlitosgt	Estuvo muy rico y todo						32		#LadyIzabal	31
36	7-oct-2016	Fullwaka	Tal vez #LadyIzabal						6		#LadyIzabal	2
37	7-oct-2016	Shogaldamez	Pónganse de acuerdo						6	1	#LadyCapiusa #LadyIzabal	2
38	7-oct-2016	MrChepeBeans	“Vámonos a Izabal”						10	2	#LadyIzabal	7
39	7-oct-2016	Juanpabucaro	Recreando video						6	1	#LadyIzabal #Criminal	1
40	7-oct-2016	Prgq	Son rápidos						1		#LadyIzabal	
41	7-oct-2016	_Rodrigo_I	Bien mexicanos se ven con sus HT						7		#LadyIzabal	1
42	7-oct-2016	Akanecastaneda	Publicidad de Taco Bell						2	1	#LadyIzabal	
43	7-oct-2016	Kennethmz	Los usuarios se burlan						2		#LadyIzabal #LadyCapiusa	
44	7-oct-2016	Prgq	Hasta HT tienen						1		#HT #LadyIzabal #mcht	
45	7-oct-2016	Kungfufc	El indignómetro						1		#LadyIzabal	1
46	7-oct-2016	Luuzzzzzzzzzz	Trans-urbano equivocado						26	2	#LadyIzabal	8
47	7-oct-2016	lan_Gt	No se les va una						5		#LadyCapiusa #LadyFugitiva #LadyFugas #LadyIzabal	

48	7-oct-2016	Raulbarreragt	Que Lucía Samayoa piense muy bien lo que va a declarar		X				8		#LadyIzabal	5
49	7-oct-2016	BettoServent	Ahora ya le pusieron #LadyIzabal						2		#LadyIzabal #Lady100Pesos #LadyCoralina	
50	7-oct-2016	TellMe_Chuwie	No me reia tanto desde la mulada de Dayane Rivas						6		#LadyIzabal	1
51	7-oct-2016	AbogadaChapina	O talvez Astrid quiere ser como la #Lady100Pesos						4		#Lady100Pesos #LadyIzabal	
52	7-oct-2016	iLeiro	Qué es esa mierda						1	1	#LadyIzabal	
53	7-oct-2016	Luuzzzzzzzzzz	Con mi madre nunca pude hacer un #LadyIzabal								#LadyIzabal	
54	7-oct-2016	Eddy_Tosh	Se pasan						2	1	#LadyFugas	3
55	7-oct-2016	Eddy_Tosh	Cuando me dicen; saquen una hoja y un lapicero						2		#MeEscondoEnIzabal	
56	7-oct-2016	el_converse	Cuando se acabó la diversión						4	1	#MeEscondoEnIzabal #LadyFugas	6
57	7-oct-2016	Gerfranreyes	Para irme a meter ahorita al trafico						4		#MeEscondoEnIzabal #TraficoGT	1
58	7-oct-2016	Diegolopezgt	Cuando me dicen que voy a recuperación								#MeEscondoEnIzabal	
59	7-oct-2016	Sbreliz	Cuando la cago con mi crush						3		#MeEscondoEnIzabal	1
60	7-oct-2016	Sbreliz	Cuando mi papá vea mi tattoo y me quiera dar una verguiada						8		#MeEscondoEnIzabal	1
61	7-oct-2016	Sbreliz	Cuando me invitan al barquito								#MeEscondoEnIzabal	
62	7-oct-2016	Sbreliz	Cuando llega mi jefa a putearme						2		#MeEscondoEnIzabal	2
63	7-oct-2016	iAcidoTextual	¡No le baja su periodo!						3		#MeEscondoEnIzabal	1
64	7-oct-2016	Marcelinomusus	Cuando la novia de mi mejor amigo me dice que no le baja la regla								#MeEscondoEnIzabal	
65	7-oct-2016	iAcidoTextual	Cuando me mandan a la firendzone						6		#MeEscondoEnIzabal	
66	7-oct-2016	Marcelinomusus	Todas las mamas luchonas al ver esto						2		#MeEscondoEnIzabal	1
67	7-oct-2016	Sbreliz	Mamá voy a taco bell						5		#MeEscondoEnIzabal	1
68	7-oct-2016	el_converse	Cuando me piden que les devuelva sus libros						1		#MeEscondoEnIzabal	1
69	7-oct-2016	iAcidoTextual	Cuando se me pone dura corriendo por la calle						5		#MeEscondoEnIzabal	1
70	7-oct-2016	Marcelinomusus	Cuando mis hijos me piden dinero								#MeEscondoEnIzabal	
71	7-oct-2016	el_converse	Cuando el chino me cobra los fiados								#MeEscondoEnIzabal	1
72	7-oct-2016	Sbreliz	Llegan a buscarme los cobradores						2		#MeEscondoEnIzabal	

73	7-oct-2016	Marcelinomusus	Cuando mi esposa me pide el servicio completo									#MeEscondoEnIzabal	1
74	7-oct-2016	el_converse	Cuando te enteras que los "payasos asesinos" llegaran pronto a la capital						1			#MeEscondoEnIzabal	1
75	7-oct-2016	Marcelinomusus	Cuando se me acabo el pisto en leclub						1			#MeEscondoEnIzabal	1
76	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando te das cuenta que la que te gusta es flor de barranco									#MeEscondoEnIzabal	
77	7-oct-2016	Marcelinomusus	Cuando quiero comerme una boa constrictora									#MeEscondoEnIzabal	
78	7-oct-2016	NoAndresNo	Para distraerlos de problemas políticos									#MeEscondoEnIzabal	
79	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando me dicen: te amo						1			#MeEscondoEnIzabal	
80	7-oct-2016	el_converse	Cuando sale positivo						1			#MeEscondoEnIzabal	
81	7-oct-2016	Marcelinomusus	Porque ahí vive Ricardo Andrade						2			#MeEscondoEnIzabal	2
82	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando me toca lavar platos									#MeEscondoEnIzabal	
83	7-oct-2016	AbogadaChapina	Cuando vienen los medios a preguntarme que pienso de mi hermano						6			#MeEscondoEnIzabal	4
84	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando me piden que me quede más tiempo									#MeEscondoEnIzabal	
85	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando me dicen si puedo venir a trabajar el sábado						1			#MeEscondoEnIzabal	
86	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando quieren que vaya a ver como brilla su reloj en la oscuridad									#MeEscondoEnIzabal	
87	7-oct-2016	el_converse	Cuando el jefe pregunta quien se llevó la cafetera									#MeEscondoEnIzabal	
88	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando te dice que te va a presentar con su familia									#MeEscondoEnIzabal	1
89	7-oct-2016	Marcelinomusus	Cuando quiero huir de los de emetra									#MeEscondoEnIzabal	1
90	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando mi amiga la borracha dice que llega a mi casa									#MeEscondoEnIzabal	
91	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando tengo una date romántica con mi novio y mis amigas me llaman									#MeEscondoEnIzabal	
92	7-oct-2016	Tu_VecinaGt	Ya nos dio tema para toda la tarde esta niña						3			#MeEscondoEnIzabal	1
93	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando estoy en SP y mi novio esta de mal humor									#MeEscondoEnIzabal	1
94	7-oct-2016	el_converse	Si llamar la atención quieres, esconderte en Izabal debes	X					6			#LadyFugas #MeEscondoEnIzabal	8

95	7-oct-2016	UnaArrobaM	Cuando me encuentro a mi ex						4		#MeEscondoEnIzabal	3
96	7-oct-2016	el_converse	Para llamar la atención								#MeEscondoEnIzabal	
97	7-oct-2016	_Rodrigo_I	#MeEscondoEnIzabal						23	3	#MeEscondoEnIzabal	20
98	7-oct-2016	AbogadaChapina	Cuando hay huracán en Orlando Florida						1		#MeEscondoEnIzabal	1
99	7-oct-2016	el_converse	Para hacer cosas sucias								#MeEscondoEnIzabal	
100	7-oct-2016	el_converse	Cuando reprobé más de 5 materias								#MeEscondoEnIzabal	1
101	7-oct-2016	Chuzalfonso	Quién no haya desaparecido unos 2 días sin decir nada, que tire la primera						4		#LadyCapiusa	2
102	7-oct-2016	Kennethmz	¿No tienen viajes a Izabal?						1		#LadyIzabal #LadyCapiusa	
103	7-oct-2016	Kennethmz	Otro de los “memes”						4		#LadyIzabal #LadyCapiusa	
104	7-oct-2016	TrendTopicsLa	Lista de Trending Topic 21:35:31	X							#LadyCapiusa	
105	7-oct-2016	SomosChapinas	Les voy a resumir						8		#LadyIzabal #LadyCapiusa	6
106	7-oct-2016	SomosChapinas	¿Será que si uno va a Burger King aparece en Reu?						19	3	#LadyCapiusa	31
107	7-oct-2016	Kennethmz	A propósito						3		#LadyIzabal #LadyCapiusa	1
108	7-oct-2016	ChamusquinhoGt	¿Y dentro de nueve meses adivinen qué?								#LadyCapiusa	1
109	7-oct-2016	ChamusquinhoGt	Ve que traviesa la Lucía Samayoa	X							#LadyCapiusa	4
110	7-oct-2016	Latinoametrica	Tendencia hoy 7/10 a esta hora en Guatemala	X							#LadyCapiusa	
111	7-oct-2016	PDHgt	¡Gracias a su apoyo!	X	X	X	X	X	32	2	#ServicioSocialPDH #Izabal	17
112	7-oct-2016	PinulobyChuck	Salud por lo que empieza en Petapa y termina en Izabal						36		#LadyCapiusa	31
113	7-oct-2016	Santismaux	En Izabal								#LadyCapiusa	
114	7-oct-2016	SomosChapinas	Lucía Samayoa la #LadyCapiusa	X					33		#LadyCapiusa	27
115	7-oct-2016	Santismaux	Me paso tipo						18		#LadyCapiusa	9
116	7-oct-2016	Jagh_12	La pena y vergüenza	X					16		#LadyCapiusa	11
117	7-oct-2016	Jagh_12	Aún estaba bajo efectos de la droga	X					27	1	#LadyCapiusa	9
118	7-oct-2016	SoyChemita	Hoy la invitada especial						4		#HoysaleRusty #LadyCapiusa	4
119	7-oct-2016	LovSiick	Hoy me fugo como #LadyCapiusa						1		#HoysaleRusty #LadyCapiusa	
120	7-oct-2016	el_converse	Baia baia, que tenemos aquí						2		#LadyCapiusa	
121	7-oct-2016	MaximonGT	Ya apareción #LadyCapiusa						7		#LadyCapiusa #HoysaleRusty	5
122	7-oct-2016	el_converse	Como cuando descubres tuneles en taco bell								#LadyCapiusa	4
123	7-oct-2016	EIGUATEMALTECO	#LadyCapiusa y sus memes						38		#LadyCapiusa	35

124	7-oct-2016	FalsaConeja	Tranquilos con sus tuits de #LadyCapiusa						2		#LadyCapiusa	
125	7-oct-2016	FalsaConeja	Hoy voy a ir a Rusty quien quita y aparezca en pana						15		#LadyCapiusa	4
126	7-oct-2016	FalsaConeja	Lo que me preocupa es si pudo entregar su proyecto						4		#LadyCapiusa	2
127	7-oct-2016	LovSiick	Viernes de #LadyCapiusa						1		#LadyCapiusa	
128	7-oct-2016	ElidesterPro69	Me voy a desaparecer para volverme famoso		X				8		#LadyCapiusa	3
129	7-oct-2016	PinulobyChuck	Esta igual que yo						20	1	#LadyCapiusa	7
130	8-oct-2016	TrendTopicsLa	Lista de Trending Topic 07:25:32	X							#LadyCapiusa	
131	8-oct-2016	TrendTopicsLa	Lista de Trending Topic 07:20:32	X							#LadyCapiusa	
132	8-oct-2016	TrendTopicsLa	Lista de Trending Topic 04:05:32	X							#LadyCapiusa	
133	8-oct-2016	GhouUnlimited	Esa mara no perdona ni una								#LadyCapiusa	
134	8-oct-2016	Latinoametrica	Tendencia hoy 8/10 a esta hora en Gutemala		X						#LadyCapiusa	
135	8-oct-2016	Latinoametrica	Tendencia hoy 8/10 a esta hora en Gutemala		X						#LadyCapiusa #ENADE2016	
136	8-oct-2016	Latinoametrica	Tendencia hoy 8/10 a esta hora en Gutemala		X						#SomosGUA #LadyCapiusa	
137	8-oct-2016	ChamusquinhoGt	Ya no se puede tuitear de la #LadyCapiusa, ayer a esta hora, todo era chingadera						4		#LadyCapiusa	1
138	8-oct-2016	Fheavy	#LadyCapiusa								#LadyCapiusa	
139	9-oct-2016	suuussuuu_	Gracias Taco Bell ya estoy llegando al puerto						1		#LadyCapiusa	

Anexo II

Tipo de Contenido: Utilizando una rúbrica individual de cotejo para identificar el tipo de contenido compartido en Facebook

No. Muestra	Fecha de publicación	Cuenta	Concepto de publicación	Datos Sensibles					Likes	Reacciones					Comentarios	Hashtags (#)	Shares
				I	N	E	L	C		Love	Wow	Haha	Sad	Angry			
1	6-oct-2016	Fundación Sobrevivientes	Respaldo y solidaridad con la familia Morales	X	X		X		77	9					7		41
2	6-oct-2016	Fundación Sobrevivientes	Desaparición de Lucía Samayoa luego de sus estudios	X	X	X	X	X	60		4		21		6		336
3	6-oct-2016	PDHgt	Desaparece Astrid Lucía Samayoa	X	X	X	X	X	66	1					9	#ServicioSocialPDH	288
4	6-oct-2016	Emisoras Unidas	Continúa la búsqueda de la estudiante de la USAC		X				992	5	67	7	190	6	63		279
5	6-oct-2016	Tendencias Guate	Desaparición de Astrid Lucía Samayoa	X	X	X	X	X	10		1		3				1
6	6-oct-2016	Nuevo Mundo GT	Alerta	X	X				1								
7	6-oct-2016	Viva la U	Desapareció la señorita Astrid Lucía Samayoa	X		X	X		3								1
8	6-oct-2016	Publinews Guatemala	Astrid Lucía está desaparecida		X	X	X		396	2	44	3	158	4	52		532
9	6-oct-2016	Soy502	Ella solo dijo "voy a ir a taco bell"	X					1,466	8	269	2	566	11	151		9,235
10	6-oct-2016	Chapines Unidos por Guate	Un usuario nos solicita apoyo para difundir la fotografía	X	X	X	X	X	471	5	21	1	92		51	#Teesperamoslucia	1,734
11	6-oct-2016	Por ti Amatitlán	Desaparecida	X	X	X	X	X					1				
12	6-oct-2016	Guatevision	Si conoce el paradero de Astrid Lucía Samayoa Morales	X	X	X	X	X	1,054	2	85	4	152	5	90		3,954
13	6-oct-2016	Publinews Guatemala	Estudiante de la Usac está desaparecida	X	X	X	X		388	2	43	3	156	4	51		526
14	6-oct-2016	PDHgt	Ayúdanos a encontrar a Astrid Lucía Samayoa Morales	X	X	X	X	X	66				9		9	#ServicioSocialPDH	286
15	6-oct-2016	Noticias de Guatemala Global	Ayúdanos a encontrar a Astrid	X	X	X	X	X									
16	6-oct-2016	Viva La U	El día de ayer 5 desapareció Astrid	X	X	X	X	X	2								8
17	6-oct-2016	Corvus	No es de música, pero para el que sepa algo	X	X	X	X	X									
18	6-oct-2016	PampichiNews Amatitlán	Ayúdanos a encontrar a Astrid	X	X	X	X	X	193		4		12		6	#ServicioSocial #Usac	55
19	6-oct-2016	Nuevo Mundo GT	Astrid Lucía Samayoa Morales de 19 años desapareció	X	X	X	X	X	18		1		4				112

20	6-oct-2016	AESD Asociación de Estudiantes de Diseño Gráfico	La compañera se encuentra desaparecida	X	X	X	X	X	2									
21	6-oct-2016	Divulgación Farusac	Cualquier información por favor informar	X	X	X	X	X	4									
22	6-oct-2016	JemTV	Está desaparecida	X	X	X	X	X	3	1								3
23	6-oct-2016	NVC	URGENTE	X	X	X	X	X	3									
24	6-oct-2016	Elpoptuneco Poptun	Si conoce el paradero	X	X	X	X	X	4									
25	6-oct-2016	Realidad Digital GT	Localizan a Astrid Lucía Samayoa	X	X	X	X	X	2									
26	6-oct-2016	La Voz del Mensajero	Se encuentra desaparecida	X	X	X	X	X	8		1		1					1
27	6-oct-2016	Radio Punto	Si conoce el paradero	X	X	X	X	X	183		14	1	26			24		209
28	7-oct-2016	Mi Chiquimula	Es localizada en Izabal	X	X				51	2	2	4			2	15		#Ampliacion
29	7-oct-2016	Conciencia Licefsta	Ya fue localizada sana y salva	X	X				16	2								
30	7-oct-2016	Periódico Tu Espacio	Localizan sana y salva	X	X				2	1								1
31	7-oct-2016	Prensa Libre	Un operativo antiseccuestro localizo con vida	X	X	X	X	X	13,445	774	990	97	35	56	1,721		#AhoraPL	6,102
32	7-oct-2016	CXN Noticias	Localizan con vida	X	X	X	X	X	20						2			
33	7-oct-2016	Noti Mundo	Recuerda usted a Astrid Lucía Samayoa	X	X	X			21			5			3			14
34	7-oct-2016	Soy Usac	La estudiante apareció	X	X	X	X	X	20									
35	7-oct-2016	InterMedio Juvenil	Fue localizada	X	X	X	X	X	4	1								
36	7-oct-2016	Aprode, Ong	Ayúdanos a encontrar	X	X	X	X	X	6						1			
37	7-oct-2016	Guatepilas	La joven fue rescatada	X	X				1									
38	7-oct-2016	Gracias por su apoyo	PDHgt	X	X	X	X	X	111	7	1	1		2	15		#ServicioSocialPDH #Izabal	28
39	7-oct-2016	T13 Noticias Guatemala	¡Así se encuentra Astrid Lucía!	X	X		X		209		13	17	1	19	117			21
40	7-oct-2016	La Hora	Fue localizada	X	X	X	X	X	84	1	7	24	1	3	83			10
41	7-oct-2016	La Lupa	Localizan sana y salva a estudiante	X	X	X	X	X	6									1
42	7-oct-2016	La Hora	La joven universitaria que	X	X				1,656	102	17	71	3	8	277			1,225
43	7-oct-2016	Metrópolis de Guatemala	Lucía la estudiante que no ha regresado a casa	X	X	X	X		2									
44	7-oct-2016	Fundación Sobrevivientes	N/A	X	X				62	1		1			8			
45	7-oct-2016	¡Gracias a su apoyo!	PDHgt	X	X	X	X	X	113	7	1	1		2	13		#ServicioSocialPDH #Izabal	28
46	7-oct-2016	Radio Punto	Astrid Lucía Samayoa fue encontrada y es trasladada a la Ciudad Capital	X	X	X	X		162	2	5	33	2	17	162			27
47	7-oct-2016	Radio Punto	Localizan con vida a la estudiante	X	X	X	X		319	8	4	41	3	17	108			24
48	7-oct-2016	Emisoras Unidas	Astrid Lucía Samayoa es localizada con vida	X	X				1,700	89	82	32	3	22	372		#Ultimahora	640
49	7-oct-2016	Emisoras Unidas	Familiares y amigos iniciaron con campaña de divulgación		X				742	13	17	75		13	198			53
50	7-oct-2016	Usac Es Pueblo "Oficial"	Nuestra compañera Astrid Lucía Samayoa Morales fue localizada	X	X				124	7	4	2	1		17			20
51	7-oct-2016	Realidad Digital GT	Localizan a Astrid Lucía Samayoa	X	X		X		2									
52	7-oct-2016	Biker's Family MCGT	Localizada Astrid Lucía Samayoa	X	X				4	1		1					#UltimaHora #AyudaSocial	3

53	7-oct-2016	Periódico Tu Espacio	Localizan sana y salva a Astrid Lucía Samayoa	X	X	X			2	1								1
54	7-oct-2016	PNC de Guatemala	PNC localiza a universitaria	X	X				346	17	8			2	57			123
55	7-oct-2016	T13 Noticias Guatemala	N/A	X					3	1	1			3	1			
56	7-oct-2016	La Lupa	Localizan sana y salva a Astrid Lucía Samayoa Morales	X	X				1									
57	7-oct-2016	Poderosas	Poderosas pide información a quienes sepan el paradero de Astrid Lucía Samayoa	X	X	X	X	X	6							1		1
58	7-oct-2016	El Izabalense	Rescatada con vida por el comando	X	X				153	1	10	6		1	14		#PNC #Usac	6
59	7-oct-2016	Universidad 92.1 FM (Guatemala)	PNC da a conocer aparición de Astrid Lucía Samayoa		X				1									
60	7-oct-2016	Prensa Libre	Hallan con vida a Lucía	X	X				13,606	782	999	97	36	57	466		#Atencion	504
61	7-oct-2016	Prensa Libre	¿Qué pasó ese día?	X	X	X	X		966	7	69	85	8	9	157			178
62	7-oct-2016	Publinews Guatemala	La joven Astrid Lucía Samayoa estaba desaparecida	X	X				339	16	11	36	1	3	69			102
63	7-oct-2016	Soy502	La joven está sana y salva	X	X				1,010			318		167	466		#Atencion	504
64	7-oct-2016	Soy502	Lucía Samayoa se encuentra en Izabal	X	X				554	7	48	53	1	4	164			190
65	7-oct-2016	Noticias de Guatemala Global	¡Gracias a su apoyo!	X	X	X	X	X									#ServicioSocialIPDH #quefotona #guatemalaglobal #guatemala	
66	7-oct-2016	Me llega tu casaca	¿Se enteraron que Astrid Lucía Samayoa Morales estaba desaparecida?		X				72			19			2			4
67	7-oct-2016	Chubanews	Hallan con vida a Lucía	X	X				42									7
68	7-oct-2016	Escuintla Friends Bienvenidos	Astrid Lucía Samayoa Morales es localizada sana y salva		X				27	2				1	3		#UltimaHora	1
69	8-oct-2016	Emisoras Unidas Mazatenango	Localizan en Izabal a Lucía Samayoa	X	X		X	X	23		1	1		1	1		#PorSiNoLoVio	
70	9-oct-2016	Lenguaje Corporal	Análisis de Lenguaje Corporal	X	X				14	1					4			11
71	9-oct-2016	Prensa Comunitaria	Comunicado en apoyo a Astrid Lucía Samayoa	X	X		X		54	4					3			28
72	9-oct-2016	Lenguaje Corporal	El caso de Astrid Lucía Samayoa	X	X				6	1					1			
73	9-oct-2016	Soy502	La familia Samayoa dio la versión oficial sobre lo que sucedió a Lucía	X	X				992	40	13	164	4	7	227			245

Anexo III
Instrumento – Intención de las publicaciones (Twitter)

Tipo de Contenido: Se deducirán los resultados utilizando un instrumento de análisis de contenido para definir la intención y las funciones de comunicaciones de las publicaciones, basado en la teoría funcionalista de Lazarsfeld y la comunicación mediática de Chomsky.

No. Muestra	Fecha de publicación	Cuenta	Concepto de publicación	Cantidad de interacciones			Intención del mensaje				
				Favs	Respuestas	RTs	¿Destino?	¿Efecto?	¿Entretiene?	¿Informa?	¿Imparte valores?
1	6-oct-2016	PublineWSGT	La extraña desaparición de Lucía Samayoa	5	3	11	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
2	6-oct-2016	UsacEsPueblo	Lucía Samayoa desapareció	22	3	76	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
3	6-oct-2016	UsacEsPueblo	¡Importante!	3	N/A	7	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
4	6-oct-2016	PDHgt	Ayúdanos a encontrar a Astrid Lucía Samayoa	92	8	287	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
5	6-oct-2016	Sonora969	Continúa la búsqueda de la universitaria	35	1	65	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
6	6-oct-2016	Aquitodito	Joven Lucía Samayoa desapareció	35	1	114	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
7	6-oct-2016	Soy_502	Esta es la historia de Lucía Samayoa	36	2	52	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
8	6-oct-2016	NuestroDiario	Familiares y amigos buscan indicios de Lucía Samayoa	29	1	36	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
9	6-oct-2016	Galaxia885	¡Urgente Persona desaparecida!	1	N/A	3	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
10	6-oct-2016	Kmarroquin_eu	Se busca a Astrid Lucía	1	N/A	5	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
11	6-oct-2016	UsacEsPueblo	¡Urgente! Divulgue esta información	11	N/A	38	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
12	6-oct-2016	Eleccionesguat	Joven Lucía Samayoa de 19 años	1	N/A	4	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
13	6-oct-2016	Aquitodito	Joven Lucía Samayoa de 19 años desapareció	2	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
14	7-oct-2016	Lared1061	La PNC encuentra con vida a Astrid Lucía Samayoa	12	N/A	6	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento

15	7-oct-2016	LesviaSalguero	Un día apoyan y otro día hacen fiesta	N/A	1	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
16	7-oct-2016	Soy_502	La PNC confirma que Astrid Lucía Samayoa fue localizada	44	4	33	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
17	7-oct-2016	RadioPuntoGT	Astrid Lucía Samayoa ya fue encontrada	14	3	19	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
18	7-oct-2016	Santismaux	Apareció #LadyCapiusa	14	N/A	11	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
19	7-oct-2016	PublineWSGT	PNC Localiza a Astrid Lucía Samayoa	3	N/A	4	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
20	7-oct-2016	PlatitaSantizo	Voy a llegar a Izabal #LadyIzabal	66	5	64	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
21	7-oct-2016	Lahoragt	Familiares de Astrid Lucía Samayoa continúan buscándola	49	6	138	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
22	7-oct-2016	Guatemalaglobal	La extraña desaparición de Astrid Lucía Samayoa	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
23	7-oct-2016	Sincensura502	Lucía Samayoa aparece sana y salva	2	1	2	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
24	7-oct-2016	EIGUATEMALT ECO	#LadyCapiusa	69	2	72	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
25	7-oct-2016	RadioPuntoGT	Astrid Lucía Samayoa Morales fue encontrada	25	1	16	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
26	7-oct-2016	Noti7Guatemala	Lucía Samayoa desapareció el 5 de octubre	4	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
27	7-oct-2016	TwitterGuatemala	No puede ser #LadyCapiusa	2	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
28	7-oct-2016	SomosChapinas	Ayer y Hoy #LadyCapiusa	35	2	35	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
29	7-oct-2016	SomosChapinas	Apareció #LadyCapiusa	19	1	19	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
30	7-oct-2016	TwitterGuatemala	Ahora andan con lo de #LadyCapiusa	4	1	4	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
31	7-oct-2016	Don_Kamu	Me llega más #ladycapiusa	6	1	2	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
32	7-oct-2016	Rulobono	Antes y Ahora	38	1	27	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
33	7-oct-2016	PinulobyChucK	#LadyCapiusa Estrategia del Inguat	65	3	62	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
34	7-oct-2016	Dtercero_aldia	En una embarcación en Izabal	N/A	1	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
35	7-oct-2016	Carlitosrgt	Estuvo muy rico y todo #LadyIzabal	32	N/A	31	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
36	7-oct-2016	Fullwaka	Tal vez #LadyIzabal	6	N/A	2	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
37	7-oct-2016	Shogaldamez	Pónganse de acuerdo	6	1	2	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
38	7-oct-2016	MrChepeBeans	“Vámonos a Izabal” #LadyIzabal	10	2	7	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
39	7-oct-2016	Juanpabucaro	Recreando video de Tijuana Love #LadyIzabal	6	1	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
40	7-oct-2016	Prgq	Son rápidos #LadyIzabal	1	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer

41	7-oct-2016	_Rodrigo_I	Bien mexicanos se ven con sus HT #LadyIzabal	7	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
42	7-oct-2016	Akanecastaneda	Publicidad de Taco Bell #LadyIzabal	2	1	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
43	7-oct-2016	Kennethmz	Los usuarios se burlan #LadyIzabal	2	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
44	7-oct-2016	Prgq	Hasta HT tienen #LadyIzabal	1	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
45	7-oct-2016	Kungfufc	El indignómetro	1	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
46	7-oct-2016	Luuzzzzzzzzz	Trans-urbano equivocado	26	2	8	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
47	7-oct-2016	lan_Gt	No se les va una #LadyIzabal	5	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
48	7-oct-2016	Eddy_Tosh	Cuando me dicen; saquen una hoja y un lapicero #MeEscondoenIzabal	2	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
49	7-oct-2016	Raulbarreragt	Que Lucía Samayoa piense muy bien lo que va a declarar #LadyIzabal	8	N/A	5	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
50	7-oct-2016	e_l_converse	Cuando se acabó la diversión #MeEscondoenIzabal	4	1	6	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
51	7-oct-2016	Gerfranreyes	Para irme a meter ahorita al tráfico #MeEscondoenIzabal	4	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
52	7-oct-2016	BettoServent	Ahora ya le pusieron #LadyIzabal	2	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
53	7-oct-2016	TellMe_Chuwie	No me reia tanto desde la mulada de Dayane Rivas #LadyIzabal	6	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
54	7-oct-2016	Diegolopezgt	Cuando me dicen que voy a recuperación #MeEscondoenIzabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
55	7-oct-2016	AbogadaChapina	O talvez Astrid quiere ser como la #Lady100Pesos	4	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
56	7-oct-2016	iLeiro	#LadyIzabal Qué es esa mierda	1	1	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
57	7-oct-2016	Sbreliz	Cuando la cago con mi crush #MeEscondoenIzabal	3	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
58	7-oct-2016	Sbreliz	Cuando mi papá vea mi tattoo y me quiera dar una vergüenza #MeEscondoenIzabal	8	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
59	7-oct-2016	Luuzzzzzzzzz	Con mi madre nunca pude hacer un #LadyIzabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
60	7-oct-2016	Eddy_Tosh	Se pasan	2	1	3	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
61	7-oct-2016	Sbreliz	Cuando me invitan al barquito #MeEscondoenIzabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
62	7-oct-2016	Sbreliz	Cuando llega mi jefa a putearme #MeEscondoenIzabal	2	N/A	2	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
63	7-oct-2016	iAcidoTextual	¡No le baja su periodo! #MeEscondoenIzabal	3	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
64	7-oct-2016	Marcelinomus	Cuando la novia de mi mejor amigo me dice que no le baja la regla #MeEscondoenIzabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
65	7-oct-2016	iAcidoTextual	Cuando me mandan a la firendzone	6	N/A		Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
66	7-oct-2016	Marcelinomus	Todas las mamas luchonas al ver esto #MeEscondoenIzabal	2	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
67	7-oct-2016	Sbreliz	Mamá voy a taco bell	5	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
68	7-oct-2016	e_l_converse	Cuando me piden que les devuelva sus libros #MeEscondoenIzabal	1	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer

69	7-oct-2016	iAcidoTextual	Cuando se me pone dura corriendo por la calle #MeEscondoenlZabal	5	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
70	7-oct-2016	Marcelinomusus	Cuando mis hijos me piden dinero #MeEscondoenlZabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
71	7-oct-2016	eL_converse	Cuando el chino me cobra los fiados #MeEscondoenlZabal	N/A	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
72	7-oct-2016	Sbreliz	Llegan a buscarme los cobradores #MeEscondoenlZabal	2	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
73	7-oct-2016	Marcelinomusus	Cuando mi esposa me pide el servicio completo	N/A	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
74	7-oct-2016	eL_converse	Cuando te enteras que los “payasos asesinos” llegaran pronto a la capital	1	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
75	7-oct-2016	Marcelinomusus	Cuando se me acabo el pisto en leclub #MeEscondoenlZabal	1	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
76	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando te das cuenta que la que te gusta es flor de barranco #MeEscondoenlZabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
77	7-oct-2016	Marcelinomusus	Cuando quiero comerme una boa constrictora #MeEscondoenlZabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
78	7-oct-2016	NoAndresNo	Para distraerlos de problemas políticos #MeEscondoenlZabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
79	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando me dicen: te amo #MeEscondoenlZabal	1	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
80	7-oct-2016	eL_converse	Cuando sale positivo #MeEscondoenlZabal	1	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
81	7-oct-2016	Marcelinomusus	Porque ahí vive Ricardo Andrade #MeEscondoenlZabal	2	N/A	2	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
82	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando me toca lavar platos #MeEscondoenlZabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
83	7-oct-2016	AbogadaChapina	Cuando vienen los medios a preguntarme que pienso de mi hermano #MeEscondoenlZabal	6	N/A	4	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
84	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando me piden que me quede más tiempo #MeEscondoenlZabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
85	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando me dicen si puedo venir a trabajar el sábado #MeEscondoenlZabal	1	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
86	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando quieren que vaya a ver como brilla su reloj en la oscuridad #MeEscondoenlZabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
87	7-oct-2016	eL_converse	Cuando el jefe pregunta quien se llevó la cafetera #MeEscondoenlZabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
88	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando te dice que te va a presentar con su familia #MeEscondoenlZabal	N/A	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
89	7-oct-2016	Marcelinomusus	Cuando quiero huir de los de emetra #MeEscondoenlZabal	N/A	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
90	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando mi amiga la borracha dice que llega a mi casa #MeEscondoenlZabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
91	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando tengo una date romántica con mi novio y mis amigas me llaman #MeEscondoenlZabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
92	7-oct-2016	Tu_VecinaGt	Ya nos dio tema para toda la tarde esta niña #MeEscondoenlZabal	3	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer

93	7-oct-2016	VivixMiralbes	Cuando estoy en SP y mi novio esta de mal humor #MeEscondoenIzabal	N/A	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
94	7-oct-2016	eL_converse	Si llamar la atención quieres, esconderte en Izabal debes #MeEscondoenIzabal	6	N/A	8	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
95	7-oct-2016	UnaArrobaM	Cuando me encuentro a mi ex #MeEscondoenIzabal	4	N/A	3	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
96	7-oct-2016	eL_converse	Para llamar la atención #MeEscondoenIzabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
97	7-oct-2016	_Rodrigo_I	#MeEscondoenIzabal	23	3	20	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
98	7-oct-2016	AbogadaChapina	Cuando hay huracán en Orlando Florida #MeEscondoenIzabal	1	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
99	7-oct-2016	eL_converse	Para hacer cosas sucias #MeEscondoenIzabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
100	7-oct-2016	eL_converse	Cuando reprobé más de 5 materias #MeEscondoenIzabal	N/A	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
101	7-oct-2016	Chuzalfonso	Quién no haya desaparecido unos 2 días sin decir nada, que tire la primera #MeEscondoenIzabal	4	N/A	2	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
102	7-oct-2016	Kennethmz	¿No tienen viajes a Izabal? #MeEscondoenIzabal	1	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
103	7-oct-2016	Kennethmz	Otro de los “memes”	4	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
104	7-oct-2016	TrendTopicsLa	Lista de Trending Topic 21:35:31	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
105	7-oct-2016	SomosChapinas	Les voy a resumir #MeEscondoenIzabal	8	N/A	6	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
106	7-oct-2016	SomosChapinas	¿Será que si uno va a Burger King aparece en Reu? #MeEscondoenIzabal	19	3	31	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
107	7-oct-2016	Kennethmz	A propósito	3	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
108	7-oct-2016	ChamusquinhoGt	¿Y dentro de nueve meses adivinen qué? #MeEscondoenIzabal	N/A	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
109	7-oct-2016	ChamusquinhoGt	Ve que traviesa la Lucía Samayoa #MeEscondoenIzabal	N/A	N/A	4	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
110	7-oct-2016	Latinoametrica	Tendencia hoy 7/10 a esta hora en Guatemala	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
111	7-oct-2016	PDHgt	¡Gracias a su apoyo!	32	2	17	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
112	7-oct-2016	PinulobyChuck	Salud por lo que empieza en Petapa y termina en Izabal #LadyCapiusa	36	N/A	31	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
113	7-oct-2016	Santismaux	En Izabal #MeEscondoenIzabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
114	7-oct-2016	SomosChapinas	Lucía Samayoa la #LadyCapiusa	33	N/A	27	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
115	7-oct-2016	Santismaux	Me paso tipo #LadyCapiusa	18	N/A	9	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
116	7-oct-2016	Jagh_12	La pena y vergüenza #MeEscondoenIzabal	16	N/A	11	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
117	7-oct-2016	Jagh_12	Aún estaba bajo efectos de la droga #MeEscondoenIzabal	27	1	9	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
118	7-oct-2016	SoyChemita	Hoy la invitada especial #LadyCapiusa	4	N/A	4	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer

119	7-oct-2016	LovSiick	Hoy me fugo como #LadyCapiusa	1	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
120	7-oct-2016	eL_converse	Baia baia, que tenemos aquí #LadyCapiusa	2	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
121	7-oct-2016	MaximonGT	Ya aparición #LadyCapiusa	7	N/A	5	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
122	7-oct-2016	eL_converse	Como cuando descubres tuneles en taco bell #MeEscondoEnZabal	N/A	N/A	4	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
123	7-oct-2016	EIGUATEMALTECO	#LadyCapiusa y sus memes	38	N/A	35	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
124	7-oct-2016	FalsaConeja	Tranquilos con sus tuits de #LadyCapiusa	2	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
125	7-oct-2016	FalsaConeja	Hoy voy a ir a Rusty quien quita y aparece en pana #LadyCapiusa	15	N/A	4	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
126	7-oct-2016	FalsaConeja	Lo que me preocupa es si pudo entregar su proyecto #LadyCapiusa	4	N/A	2	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
127	7-oct-2016	LovSiick	Viernes de #LadyCapiusa	1	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
128	7-oct-2016	ElidesterPro69	Me voy a desaparecer para volverme famoso #MeEscondoEnZabal	8	N/A	3	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
129	7-oct-2016	PinulobyChuck	Esta igual que yo #LadyCapiusa	20	1	7	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
130	8-oct-2016	TrendTopicsLa	Lista de Trending Topic 07:25:32	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
131	8-oct-2016	TrendTopicsLa	Lista de Trending Topic 07:20:32	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
132	8-oct-2016	TrendTopicsLa	Lista de Trending Topic 04:05:32	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
133	8-oct-2016	GhouUnlimited	Esa mara no perdona ni una #LadyZabal	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
134	8-oct-2016	Latinoametrica	Tendencia hoy 8/10 a esta hora en Gutemala	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
135	8-oct-2016	Latinoametrica	Tendencia hoy 8/10 a esta hora en Gutemala	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
136	8-oct-2016	Latinoametrica	Tendencia hoy 8/10 a esta hora en Gutemala	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
137	8-oct-2016	ChamusquinhoGt	Ya no se puede tuitear de la #LadyCapiusa, ayer a esta hora, todo era chingadera	4	N/A	1	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
138	8-oct-2016	Fheavy	#LadyCapiusa	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
139	9-oct-2016	suussuuu_	Gracias Taco Bell ya estoy llegando al puerto #LadyCapiusa	1	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18 – 45 años)	Difamar	Si, llama la atención por la ocurrencia de contenido	No	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer

Anexo IV

Instrumento – Intención de las publicaciones (Facebook)

Tipo de Contenido: Se deducirán los resultados utilizando un instrumento de análisis de contenido para definir la intención y las funciones de comunicación de las publicaciones, basado en la teoría funcionalista de Lazarsfeld y la comunicación mediática de Chomsky.

No. Muestra	Fecha de publicación	Cuenta	Concepto de publicación	Cantidad de interacciones								Intención del mensaje				
				Likes	Comentarios	Shares	Reacciones					¿Destino?	¿Efecto?	¿Entretiene?	¿Informa?	¿Imparte valores?
							Love	Wow	Haha	Sad	Angry					
1	6-oct-2016	Fundación Sobrevivientes	Respaldo y solidaridad con la familia Morales	77	7	41	9	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
2	6-oct-2016	Fundación Sobrevivientes	Desaparición de Lucía Samayoa luego de sus estudios	60	6	336	N/A	4	N/A	21	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
3	6-oct-2016	PDHgt	Desaparece Astrid Lucía Samayoa	66	9	288	1	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
4	6-oct-2016	Emisoras Unidas	Continúa la búsqueda de la estudiante de la USAC	992	63	279	5	67	7	190	6	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
5	6-oct-2016	Tendencias Guate	Desaparición de Astrid Lucía Samayoa	10	N/A	1	N/A	1	N/A	3	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
6	6-oct-2016	Nuevo Mundo GT	Alerta	1	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
7	6-oct-2016	Viva la U	Desapareció la señorita Astrid Lucía Samayoa	3	N/A	1	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento

8	6-oct-2016	Publinews Guatemala	Astrid Lucía está desaparecida	396	52	532	2	44	3	158	4	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
9	6-oct-2016	Soy502	Ella solo dijo "voy a ir a taco bell"	1,466	151	9,235	8	269	2	566	11	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
10	6-oct-2016	Chapines Unidos por Guate	Un usuario nos solicita apoyo para difundir la fotografía	471	51	1,734	5	21	1	92	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
11	6-oct-2016	Por ti Amatitlán	Desaparecida	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
12	6-oct-2016	Guatevision	Si conoce el paradero de Astrid Lucía Samayoa Morales	1,054	90	3,954	2	85	4	152	5	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
13	6-oct-2016	Publinews Guatemala	Estudiante de la Usac está desaparecida	388	51	526	2	43	3	156	4	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
14	6-oct-2016	PDHgt	Ayúdanos a encontrar a Astrid Lucía Samayoa Morales	66	9	286	N/A	N/A	N/A	9	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
15	6-oct-2016	Noticias de Guatemala Global	Ayúdanos a encontrar a Astrid	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
16	6-oct-2016	Viva La U	El día de ayer 5 desapareció Astrid	2	N/A	8	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
17	6-oct-2016	Corvus	No es de música, pero para el que sepa algo	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
18	6-oct-2016	PampichiNews Amatitlán	Ayúdanos a encontrar a Astrid	193	6	55	N/A	4	N/A	12	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
19	6-oct-2016	Nuevo Mundo GT	Astrid Lucía Samayoa Morales de 19 años desapareció	18	N/A	112	N/A	1	N/A	4	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
20	6-oct-2016	AESD Asociación de Estudiantes de Diseño Gráfico	La compañera se encuentra desaparecida	2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta

21	6-oct-2016	Divulgación Farusac	Cualquier información por favor informar	4	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
22	6-oct-2016	JemTV	Está desaparecida	3	N/A	3	1	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
23	6-oct-2016	NVC	URGENTE	3	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
24	6-oct-2016	Elpoptuneco Poptun	Si conoce el paradero	4	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
25	6-oct-2016	Realidad Digital GT	Localizan a Astrid Lucía Samayoa	2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
26	6-oct-2016	La Voz del Mensajero	Se encuentra desaparecida	8	N/A	1	N/A	1	N/A	1	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
27	6-oct-2016	Radio Punto	Si conoce el paradero	183	24	209	N/A	14	1	26	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
28	7-oct-2016	Mi Chiquimula	Es localizada en Izabal	51	15	N/A	2	2	4	N/A	2	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
29	7-oct-2016	Conciencia Liceista	Ya fue localizada sana y salva	16	N/A	N/A	2	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
30	7-oct-2016	Periódico Tu Espacio	Localizan sana y salva	2	N/A	1	1	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
31	7-oct-2016	Prensa Libre	Un operativo antisequestro localizo con vida	13,445	1,721	6,102	774	990	97	35	56	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
32	7-oct-2016	CXN Noticias	Localizan con vida	20	2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
33	7-oct-2016	Noti Mundo	Recuerda usted a Astrid Lucía Samayoa	21	3	14	N/A	N/A	5	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento

34	7-oct-2016	Soy Usac	La estudiante apareció	20	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
35	7-oct-2016	InterMedio Juvenil	Fue localizada	4	N/A	N/A	1	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
36	7-oct-2016	Aprode, Ong	Ayúdanos a encontrar	6	1	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
37	7-oct-2016	Guatepilas	La joven fue rescatada	1	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
38	7-oct-2016	Gracias por su apoyo	PDHgt	111	15	28	7	1	1	N/A	2	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
39	7-oct-2016	T13 Noticias Guatemala	¡Así se encuentra Astrid Lucía!	209	117	21	N/A	13	17	1	19	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
40	7-oct-2016	La Hora	Fue localizada	84	83	10	1	7	24	1	3	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
41	7-oct-2016	La Lupa	Localizan sana y salva a estudiante	6	N/A	1	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta
42	7-oct-2016	La Hora	La joven universitaria que	1,656	277	1,225	102	17	71	3	8	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
43	7-oct-2016	Metrópolis de Guatemala	Lucía la estudiante que no ha regresado a casa	2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
44	7-oct-2016	Fundación Sobrevivientes	N/A	62	8	N/A	1	N/A	1	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
45	7-oct-2016	PDHgt	¡Gracias a su apoyo!	113	13	28	7	1	1	N/A	2	Mujeres y hombres (18-50 años)	Concientizar	Si, ya que invita a los usuarios a difundir la publicación de alerta	Si	Imparte el valor de la comunicación a través de la concientización sobre la alerta

46	7-oct-2016	Radio Punto	Astrid Lucía Samayoa fue encontrada	162	162	27	2	5	33	2	17	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
47	7-oct-2016	Radio Punto	Localizan con vida a la estudiante	319	108	24	8	4	41	3	17	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
48	7-oct-2016	Emisoras Unidas	Astrid Lucía Samayoa es localizada con vida	1,700	372	640	89	82	32	3	22	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
49	7-oct-2016	Emisoras Unidas	Familiares y amigos iniciaron con campaña de divulgación	742	198	53	13	17	75	N/A	13	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
50	7-oct-2016	Usac Es Pueblo "Oficial"	Nuestra compañera Astrid Lucía Samayoa Morales fue localizada	124	17	20	7	4	2	1	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
51	7-oct-2016	Realidad Digital GT	Localizan a Astrid Lucía Samayoa	2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
52	7-oct-2016	Biker's Family MCGT	Localizada Astrid Lucía Samayoa	4	N/A	3	1	N/A	1	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
53	7-oct-2016	Periódico Tu Espacio	Localizan sana y salva a Astrid Lucía Samayoa	2	N/A	1	1	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
54	7-oct-2016	PNC de Guatemala	PNC localiza a universitaria	346	57	123	17	8	N/A	N/A	2	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento

55	7-oct-2016	T13 Noticias Guatemala	N/A	3	1	N/A	1	1	N/A	N/A	3	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
56	7-oct-2016	La Lupa	Localizan sana y salva a Astrid Lucía Samayoa Morales	1	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
57	7-oct-2016	Poderosas	Poderosas pide información a quienes sepan el paradero de Astrid Lucía Samayoa	6	1	1	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
58	7-oct-2016	El Izabalense	Rescatada con vida por el comando	153	14	6	1	10	6	N/A	1	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
59	7-oct-2016	Universidad 92.1 FM (Guatemala)	PNC da a conocer aparición de Astrid Lucía Samayoa	1	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
60	7-oct-2016	Prensa Libre	Hallan con vida a Lucía	13,606	466	504	782	999	97	36	57	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
61	7-oct-2016	Prensa Libre	¿Qué pasó ese día?	966	157	178	7	69	85	8	9	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
62	7-oct-2016	Publinews Guatemala	La joven Astrid Lucía Samayoa estaba desaparecida	339	69	102	16	11	36	1	3	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
63	7-oct-2016	Soy502	La joven está sana y salva	1,010	466	504	N/A	N/A	318	N/A	167	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
64	7-oct-2016	Soy502	Lucía Samayoa se encuentra en Izabal	554	164	190	7	48	53	1	4	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento

65	7-oct-2016	Noticias de Guatemala Global	¡Gracias a su apoyo!	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
66	7-oct-2016	Me llega tu casaca	¿Se enteraron que Astrid Lucía Samayoa Morales estaba desaparecida?	72	2	4	N/A	N/A	19	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Difamar		Si	No imparte valores, refleja una mentalidad machista, así como la objetivización de la mujer
67	7-oct-2016	Chubanews	Hallan con vida a Lucía	42	N/A	7	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
68	7-oct-2016	Escuintla Friends Bienvenidos	Astrid Lucía Samayoa Morales es localizada sana y salva	27	3	1	2	N/A	N/A	N/A	1	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
69	8-oct-2016	Emisoras Unidas Mazatenango	Localizan en Izabal a Lucía Samayoa	23	1	N/A	N/A	1	1	N/A	1	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
70	9-oct-2016	Lenguaje Corporal	Análisis de Lenguaje Corporal	14	4	11	1	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
71	9-oct-2016	Prensa Comunitaria	Comunicado en apoyo a Astrid Lucía Samayoa	54	3	28	4	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
72	9-oct-2016	Lenguaje Corporal	El caso de Astrid Lucía Samayoa	6	1	N/A	1	N/A	N/A	N/A	N/A	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento
73	9-oct-2016	Soy502	La familia Samayoa dio la versión oficial sobre lo que sucedió a Lucía	992	227	245	40	13	164	4	7	Mujeres y hombres (18-50 años)	Informar	Si, ya que brinda detalles a los usuarios sobre el caso de Astrid	Si	Imparte el valor de la comunicación ya que por medio de las redes sociales se puede informar en tiempo real a los usuarios sobre un acontecimiento