

**ABSTRAC**  
**III CONGRESO LATINOAMERICANO Y CARIBEÑO DE CIENCIAS  
SOCIALES**

**ÁREA TEMÁTICA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES Y COMUNICACIÓN**

**MESA: MEDIOS Y POLÍTICA**

Jenny Proaño

Maestrante en Comunicación con mención en Opinión Pública de  
FLACSO-Ecuador

**Tema de ponencia: El anonimato en redes sociales: influencia en los  
contenidos y control a los medios de comunicación**

El objetivo de esta investigación es estudiar el comportamiento de los internautas, la regulación y control de contenidos en los medios de comunicación. Se ha aplicado la teoría de Richard Sennett de *El declive el hombre público* en una sociedad moderna, en la que las redes sociales imposibilitan establecer un límite entre lo que es privado y lo que se hace público, y, a su vez, de lo que se hace público, pero se desea mantener en privado a través del anonimato. Se analiza, además, las subjetividades en Internet con los conceptos de Paula Sibilia en su libro *La intimidad como espectáculo*.

Para este análisis, estudiamos un caso de sanción de un organismo de regulación de la información en Ecuador a partir de la publicación anónima de un video.

La Superintendencia de la Información y Comunicación (Supercom), organismo regulador creado en 2013, sancionó a diario *El Universo* y al caricaturista Xavier Bonilla (Bonil) por una viñeta al asambleísta del oficialismo, Agustín Delgado, producto de la publicación de un video del legislador leyendo con dificultad un texto. El video fue subido a Youtube y su viralización fue registrada de inmediato por sitios webs de medios nacionales.

El anonimato en redes sociales es un derecho que se debate en la actualidad por su poder implícito en influir en la opinión pública. Este hecho es muestra de aquello. La acción de un usuario anónimo conllevó a la aplicación de la Ley de Comunicación, aprobada en 2013 y que regula los contenidos discriminatorios.

La metodología que se usa en este trabajo es el análisis de contenido de las noticias (del 5 de agosto de 2014 al 16 de febrero de 2015) sobre este tema en las páginas web de los diarios privados *El Universo* y *El Comercio*; y de los públicos *El Telégrafo* y *El Ciudadano*. Se estudia cómo se dio el despliegue periodístico en estos portales reflejando una posición editorial de los medios ante este caso.

**Palabras clave:** Supercom, Ley de Comunicación, anonimato, medios de comunicación