

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2020-2021

¿Por qué ganó Hong Kong la opinión pública en occidente?: Una investigación sobre la formación de opinión pública del público occidental sobre las manifestaciones en 2019.

Autor: Jiaming Jin
Tutor: Jesús Bermejo Berros

SEGOVIA, JUNIO 2021

Resumen

Los manifestantes de Hong Kong ganaron la opinión pública en Occidente con una serie de protestas celebradas en 2019. El presente TFG toma como objeto de estudio los factores psicológicos y fenómenos mediáticos comunes que hacen esta opinión tan uniforme en Occidente. Partiré de la hipótesis de que, el público en occidente, aunque no está bien informado de la situación en Hong Kong, son propensos a ponerse del lado de los manifestantes por las heurísticas, el efecto Underdog y el clivaje, junto con sesgos mediáticos. Para el logro de probar la hipótesis se recurrió a la metodología cualitativa, por medio de un cuestionario realizado a 63 personas y un análisis de las 20 publicaciones más vistas sobre las protestas en Internet. Claramente hay mucho más a considerar cuando hablamos de la formación de opinión pública y buscamos develar algunos factores que se encuentran en juego.

Palabras Claves: Hong Kong, manifestaciones, opinión pública, factores psicológicos, sesgos mediáticos, occidente,

Abstract

Hong Kong protesters won public opinion in the West with a series of protests in 2019. This article takes as its object of study the psychological factors and common media phenomenon that make this opinion so uniform in the West. I will start from the hypothesis that the public in the West, although not well informed of the situation in Hong Kong, are prone to side with the protesters because of heuristics, the Underdog effect and cleavage, along with media biases. In order to test the hypothesis, the qualitative methodology was used, through a questionnaire made to 63 people and an analysis of the 20 most viewed publications about the protests on the Internet. Clearly there is much more to consider when we talk about the formation of public opinion and we seek to reveal some factors that are at play.

Keywords: Hong Kong, demonstrations, public opinion, psychological factors, media biases, West,

A mis padres, por su apoyo durante estos años. Por haber sido mi guía y estímulo.

A mi tutor Jesús Bermejo Berros, por su paciencia y dedicación.

Índex

CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN.....	4
1.1 Introducción.....	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	8
2.1 Cuadro de artículos científicos de referencia.....	8
2.2 Formulación Teórica.....	9
2.3 Factores Psicológicos.....	9
2.3.1 Heurísticas del Juicio.....	9
2.3.2 El Efecto “Underdog”.....	10
2.3.3 Clivaje.....	11
2.4 Factores Mediáticos.....	15
2.4.1 Sesgo Mediático.....	15
2.4.2 Relación Entre los Medios y las Audiencias (Audience Engagement).....	17
2.4.3 Prueba Social (Influencia Social Informativa).....	19
CAPÍTULO III: OBJETIVOS E HIPÓTESIS.....	20
3.1 Objetivos.....	20
3.1.1 Objetivo General.....	20
3.1.2 Objetivos Específicos.....	20
3.2 Hipótesis.....	20
3.2.1 Hipótesis General.....	20
3.2.1 Hipótesis Específicos.....	20
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA.....	21
4.1 Metodología.....	21
4.2 Sujetos y Procedimientos.....	21
CAPÍTULO V: RESULTADOS.....	22
5.1 Resultados de la Encuesta.....	22
5.2 Resultados del Análisis de Publicaciones.....	25
CAPÍTULO VI: CONCLUSIÓN.....	27
CAPÍTULO VII: BIBLIOGRAFÍA.....	29
CAPÍTULO VIII: ANEXO.....	30

CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN

1.1 Introducción



(Imagen 1, newsweek,
<https://www.newsweek.com/viral-video-furious-fearless-elderly-woman-confronting-hong-kong-police-protesters-1451540>)

Una poderosa imagen de una anciana gritando a la policía en Hong Kong se volvió viral después de que la fotógrafa Laurel Chor publicó su imagen en Twitter. En una sola hora, más de 30 medios principales informaron la situación allí usando esta imagen, la hicieron un icono de las protestas en Hong Kong, un símbolo del descontento que ha ido menguando en una ciudad que alza la voz contra lo que considera injusticia y opresión. Pero ninguno de los medios principales en occidente nos presentaron el video completo, en ello podemos ver que la señora estaba gritando a los manifestantes, pidiéndoles a parar las revueltas por el daño que hicieron a la ciudad. Esto puede ser un caso ilustrativo: Tal vez todos los días estamos expuestos a noticias reprochando las propagandas del gobierno de China hacia Hong Kong. No nos damos cuenta de que el público occidental también son víctimas de noticias sesgadas.

Hong Kong demonstrators compared an old lady to tankman, filming her confronting the police. But here is another segment of the video of her blocking the demonstrators. Obviously she and many Hong Kong people don't want to see escalation of the violence.



(Imagen 2, shanghaiist,
<https://shanghaiist.com/2019/07/29/fierce-grandma-gets-between-police-and-protesters-in-hong-kong-becomes-a-symbol-for-both-sides/>)

En junio 2019, nos acribillaban con noticias de Hong Kong, de una serie de concentraciones y manifestaciones celebradas allí. La imagen que han tratado los medios occidentales es que todos los ciudadanos de Hong Kong están luchando contra el gobierno de China para conseguir un sistema democrático, en cuanto la realidad va mucho más allá de esa sola frase. En una sola semana, esa cuestión obtuvo una amplia cobertura de los medios de comunicación por todo el mundo. Desde allí, miles de personas en Internet se apresuraron a ponerse del lado de los manifestantes en Hong Kong, ofrecían su apoyo por publicaciones en redes sociales. ¿Pero todo ellos estaban bien informado previamente antes de dar su voz de apoyo? Propongo que esto sea el resultado del efecto combinado de unos fenómenos psicológicos y el sesgo mediático. Para demostrar esa teoría, primero, es de suma importancia que explique brevemente el contexto histórico de este asunto.

Todo esto comenzó con un asesinato. El 8 de febrero de 2018, una joven pareja salió de su casa en Hong Kong y fueron a Taiwán para tomar unas vacaciones. Se alojaron en el Purple Garden Hotel en Taipei por nueve días. El 17 de febrero sólo uno de ellos regresó a Hong Kong. Allí, un mes después, el hombre confesó haber matado a su novia, que estaba embarazada en ese momento. Pero había un problema. Las autoridades de Hong Kong no podían acusarlo de asesinato, porque él había cometido el delito en Taiwán. Aún más, ellos no podían mandarlo de vuelta a Taiwán para ser acusado, debido a que entre Hong Kong y Taiwán no hay un acuerdo de extradición. Casos como este han habido muchos en los últimos años. Entonces, en 2019, el gobierno de Hong Kong propuso un acuerdo de extradición, permitiría la transferencia de delincuentes para que ellos puedan ser juzgados por sus crímenes. Pero al mismo tiempo, ese proyecto permitiría la extradición a la China continental. Y los críticos temían que esto pudiera minar la independencia judicial y poner en peligro a los disidentes. ¿Pero por qué? Para explicar esto necesitamos saber primero porque Hong Kong, aunque sea una ciudad de China, tiene su propio gobierno.

Hong Kong es una parte de China. Pero opera como una región semi-autónoma, diferente a otras ciudades en China. Todo comenzó a finales del siglo XIX, cuando China había perdido varias guerras contra la invasión de Gran Bretaña (Primera Guerra del Opio) y que terminó cediendo Hong Kong a Gran Bretaña. Según el tratado, toda la tierra y todos los ciudadanos de Hong Kong son súbditos de la Reina Británica. En aquella época, Hong Kong no tiene ninguna forma de democracia, La Patente de Cartas formó la base constitucional del gobierno colonial y las Instrucciones Reales detallaron cómo se debe gobernar y organizar el territorio.

En 1997, después de varias negociaciones, Gran Bretaña devolvió Hong Kong a China. Para facilitar la transferencia de gobierno, acordaron que Hong Kong podría operar bajo un sistema diferente que otras ciudades de China por un 50 años y en 2047 volvería definitivamente a China. Lo llamaron "un país, dos sistemas". Este

acuerdo anexó Hong Kong como parte de China, decía que Hong Kong podía retener "Un alto grado de autonomía", así como libertades democráticas como el derecho al voto, Libertad de Prensa, de asociación etc. Y eso hizo que Hong Kong fuera muy diferente de la China continental. En 2047, se espera que Hong Kong pueda volver a China enteramente según el trato. Pero un grupo de personas estaba aprovechando esta oportunidad para promover la independencia de Hong Kong a través de divulgar la idea de defender la democracia. Ahora, los manifestantes en Hong Kong están luchando contra el proyecto de extradición, porque tal acuerdo, es visto por algunos como el próximo paso del gobierno de China para invadir la autonomía de Hong Kong.

Entre 1842 y 1997, los ciudadanos en Hong Kong, aunque sean súbditos de la Reina Británica, no tienen el mismo derecho político y derecho civil que los súbditos en otras regiones. Desafortunadamente, Hong Kong no consiguió dirigir la atención internacional hacia su situación indeseable en esa época. Entonces, ¿porqué en 2019, aunque Hong Kong ya está en circunstancias mucho mejor que antes, de repente, la queja de los ciudadanos vino bajo el centro de atención y ganó la opinión pública en occidente? ¿por qué todas las noticias que podemos encontrar en internet sobre este asunto están narradas desde el punto de vista de los manifestantes? y ¿Por qué nos apresuramos a ponernos del lado de los manifestantes?

Ahora, el contexto histórico ha sido explicado suficientemente, podemos proceder a contestar estas preguntas por explorar el proceso de la comunicación. En este caso, no estamos hablando de una comunicación unidireccional, sino una comunicación bidireccional. Un tipo de comunicación que el emisor no solo está enviando mensajes al receptor, sino también amoldando los mensajes a las creencias establecidas del receptor a través de las retroalimentaciones.

Por parte del receptor, los posibles fenómenos psicológicos que pueden ser factores cruciales a la hora de elegir el bando son: Heurística del Juicio , The Underdog effect y Clivaje (black and white thinking). Podemos observar cómo se corrobora mi teoría por la encuesta que realizó. Por parte del emisor, encuentro factores como Sesgo mediático, Audience engagement y Demostración Social (influencia social informativa) los que contribuyen más al éxito de la comunicación de los manifestantes en Hong kong. Esta afirmación desde la teoría se ve corroborada por mi análisis de publicaciones en internet en 2019.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Cuadro de artículos científicos de Referencia

Título/ Referencia Apa.	Resumen	Valoración
Barbara Vis (2018) <i>Heuristics and Political Elites' Judgment and Decision-Making</i> https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1478929917750311	Se asume que las élites políticas se basan regularmente en la heurística en sus juicios o toma de decisiones. En este artículo, mi objetivo es reunir y discutir la literatura dispersa sobre este tema. Para abordar la falta de claridad conceptual actual, analizo dos tradiciones sobre heurísticas.	Barbar relaciona heurísticas con la política en esta tesis, nos ilustra cuando las élites políticas se basan en la heurística y, por lo tanto, comprenden mejor sus juicios y decisiones.
Ralph Hertwig, Peter M. Todd (2002), <i>Heuristics for the Judgment of Probability and Frequencies: Availability, Representativeness, and Anchoring and Adjustment</i>	Las heurísticas más estudiadas dentro de la psicología son aquellas que las personas utilizan para emitir juicios o estimaciones de probabilidades y frecuencias en situaciones de incertidumbre. Entre ellos, los más destacados son la disponibilidad, la representatividad y las heurísticas de anclaje y ajuste.	Una introducción bastante detallada sobre las heurísticas de disponibilidad, heurísticas de representatividad y las heurísticas de anclaje y ajuste, que vamos a ver en la formación de la opinión en occidente sobre las manifestaciones en Hong Kong.
Nadav Goldschmied (2005), <i>The underdog effect: Definition, limitations, and motivations. Why do we support those at a competitive disadvantage?</i> https://scholarcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3898&context=etd	Introduce el concepto de una biografía de marca desvalida para describir una tendencia emergente en la creación de marcas en la que las empresas escriben un relato histórico de sus orígenes humildes, falta de recursos y lucha decidida contra todo pronóstico.	Este es un informe exhaustivo sobre el efecto Underdog. Sirve para entender la profundidad del fenómeno psicológico.
Malcolm Gladwell (2015), <i>David and Goliath: Underdogs, Misfits, and the Art of Battling Giants</i> https://www.amazon.com/David-Goliath-Underdogs-Misfits	Explore el poder de los desamparados en el deslumbrante examen de Malcolm Gladwell sobre el éxito, la motivación y el papel de la adversidad en la	Me ofrece una nueva perspectiva de la historia David contra Goliath. Y es un ejemplo apto para ilustrar el efecto underdog-

-Battling/dp/0316204374	configuración de nuestras vidas.	
Shahram Heshmat Ph.D. (2016) <i>What Is Narrative Bias?</i> https://www.psychologytoday.com/us/blog/science-choice/201612/what-is-narrative-bias	Los seres humanos están programados evolutivamente para tratar de buscar patrones porque así es como navegamos por el mundo que nos rodea y, hasta cierto punto, lo controlamos.	Explica la tendencia de búsqueda de patrones se conoce como sesgo narrativo. Es importante que reconozco este sesgo mental incorporado para mi trabajo.

2.2 Formulación Teórica

La formación de la opinión pública se entiende como un proceso que ocurren en un grupo de individuos que empieza desde su experiencia e información ante sucesos sociales. Cada individuo procesa esta información, llegando así a un juicio que produce una actitud. Sea prudente y suponga que en el caso de Hong Kong, la opinión que tiene el público occidental es el resultado del efecto combinado de unos fenómenos psicológicos y del sesgo mediático. Es importante que la sociedad tenga opiniones públicas, sirven la construcción de relaciones públicas porque ayuda a una organización a comprender distintos puntos de vista de la masa y sumar esos puntos de vista para llegar a una conclusión. Pero a veces la conclusión puede ser errónea o no suficientemente exhaustiva debido a la manipulación política y sesgos personales.

Antes de entrar en la discusión de cómo los medios promocionan las protestas en Hong Kong, hay que reconocer la faceta psicológica del público a la hora de percibir noticias y formar opiniones propias. Porque en el siguiente análisis podemos observar evidencia de que la edición de las noticias, aprovechando dichos fenómenos psicológicos, intentan persuadir al público a alinearse con los manifestantes.

2.3 Factores Psicológicos

2.3.1 Heurística del Juicio

¿Qué trabajo es más peligroso, ser un oficial de policía o un maderero? Si bien los tiroteos pueden hacer que piensen que los policías tienen el trabajo más peligroso, las estadísticas muestran que los madereros tienen más probabilidades de morir en el trabajo que los policías. ¿Esto qué tiene que ver con nuestra opinión sobre la situación en Hong Kong? Pues, cuando nos ponemos del lado de los manifestantes, habíamos tomado una decisión, y esa decisión es uno de los resultados de Heurística,

como la pregunta anterior.

Las heurísticas son reglas prácticas y sencillas que desarrollamos en función de nuestros recuerdos de experiencias pasadas, son herramientas cognitivas que nos ayudan a tomar decisiones o juicios de una manera rápida (Beuchot, Mauricio, 1999, *Heurística y hermenéutica*). La vida sería muy pesada si tuviéramos que deliberar sobre cada una de las decisiones que encontramos todo los días. Entonces lo que hacemos es usar nuestras heurísticas como atajos para dar juicios sobre el mundo que nos rodea. Por ejemplo, en lugar de dedicar tiempo a decidir qué ponerse todos los días, podría tener algunos estilos predeterminados, una sudadera y unas bermudas por ejemplo. La heurística no se trata de tomar la decisión o el juicio perfecto, solo se trata de tomar uno rápidamente.

La heurística también juega un papel en nuestro razonamiento sobre el mundo en general. Como ejemplo, en este siglo, los medios y las redes sociales nos acibillaban con noticias negativas del mundo, el razonamiento heurístico podría llevar a pensar que el mundo es más violento hoy de lo que ha sido en el pasado. Supondremos que el mundo es más violento hoy que nunca, usando lo que se llama una "heurística de disponibilidad". Es decir, ejemplos de violencia que están fácilmente disponibles, asumimos naturalmente que el mundo es más violento hoy. Pero, de hecho, el mundo es hoy más pacífico que nunca. Estamos expuestos a noticias globales en este siglo más que nunca, pero en realidad, la cantidad de situaciones violentas y tragedias han disminuido considerablemente. Entonces esa heurística sobre el mundo es incorrecta.

De hecho, una gran cantidad de otras heurísticas pueden fácilmente llegar a conclusiones erróneas. Y no importa si somos inteligentes o educados, todos nosotros podemos tener malos juicios. Cualquiera puede contar demasiado con los atajos mentales que utilizan para darle sentido al mundo.

¿Y cometimos errores a la hora de formar opiniones políticas? Claro que sí. Por ejemplo, imaginamos este caso, que una persona se ha dado positivo de HIV, suponemos que solo una por 1000 personas tiene HIV. Pues la mayoría de nosotros diría que la probabilidad es muy alta basándonos solo en los resultados de la prueba. Pero, ¿y si los resultados fueran incorrectos el 10% de las veces? Si la tasa de falsos positivos es del 10%, entonces es poco probable que nuestro paciente tenga la enfermedad. De hecho, según la prevalencia de la enfermedad y el resultado de la prueba, podemos estar 99% seguros de que esa paciente no tiene la enfermedad. Esto se debe a que las probabilidades de obtener un resultado falso positivo, una de cada 10, son muy elevadas. Más alta que las probabilidades de tener la enfermedad, una de cada 1.000. Pero en múltiples estudios, los médicos habitualmente se equivocan y proceden a sobrestimar la probabilidad. Los psicólogos llaman a esto la "heurística de representatividad". La gente asume que un caso individual es más representativo de lo que realmente es.

Esto nos pasa todos los días cuando procesamos informaciones sobre asuntos políticos, la mayoría de nosotros ya tenemos un modo de pensar predeterminado sobre ciertos temas. Cuando nos informan noticias relacionadas con estas, usamos dichos modos predeterminados para procesar la información y formar nuestras opiniones. Las opiniones políticas pueden sufrir especialmente por una dependencia excesiva de la heurística. En lugar de detalles e información importantes, necesitamos tener un punto de vista informado. Nuestras heurísticas pueden llevarnos fácilmente a conclusiones erróneas, es importante que nosotros seamos humildes con nuestras opiniones. Por ejemplo, cuando vemos que más de un millón de ciudadanos salen por la calle a demostrar, es muy probable asumir que la mayoría de las personas están en favor de lo que están manifestando. Pero en el caso de Hong Kong, los que están protestando por la calle son predominantemente jóvenes que nacen después del año 1997, la generación no ha sufrido bajo el control del gobierno británico. Y la mayoría de las personas mayor de 35 años se quedan en casa porque no están en contra de la ideología y los comportamientos de los manifestantes.

Además de las heurísticas de representatividad, según el informe de Marc Trussler y Stuart Soroka (Marc Trussler y Stuart Soroka, 18 de marzo de 2014, *Consumer Demand for Cynical and Negative News Frames*), nosotros como seres humanos tenemos lo que se llama un "sesgo de negatividad" porque hemos evolucionado para reaccionar a las amenazas. Somos animales de descubrimiento de patrones; cuando algo se destaca, como una amenaza, nuestra mente lo resalta. ¿Por qué la noticia es tan negativa? Porque los medios aprovechan el sesgo de negatividad para aumentar las ganancias. El hecho es que las malas noticias reciben más atención, más clics y generan más ingresos para la publicación. (En punto 3.2 voy a desarrollar esto y dar más detalles.) Así que la mayoría de las noticias que nos presentan los medios occidentales sobre China son noticias negativas. En consecuencia, por la heurística de representatividad, estamos en disposición de percibir China negativamente. Esta observación se ve corroborada por un informe hecho por Laura Silver en mayo de 2019, justo antes del comienzo de las manifestaciones.

2.3.2 El efecto "underdog"

A continuación, se va a examinar el punto común que tiene la protesta de Hong Kong, con otras protestas. A lo largo de la historia de la humanidad hay innumerables acontecimientos de rebeliones, todos ellos tienen el mismo denominador.

La forma inicial de las rebeliones son invariablemente protestas. Las protestas generalmente surgen cuando un grupo de personas se siente ignorado o oprimido por otro grupo. Con el tiempo, este reúne a personas con experiencias similares

logrando así, darle voz a sí mismo. Cuando el grupo crece lo suficiente, tiene el potencial de expresar su posición en forma de protesta.

¿Pero os habéis dado cuenta de que casi todas las historias suenan alentadoras? ¿Y casi siempre nosotros, los observadores, nos ponemos del lado del grupo menos poderoso?

Podemos observar que desde la política hasta los deportes y los negocios, la mayoría del público se apresura a clasificar a los que están en un desventaja competitiva como "underdog". En muchas ocasiones, la mayoría de la gente prefiere alinearse con los underdogs, llamando este fenómeno "el efecto de los underdog".

Tenemos muchos ejemplos clásicos de rivales con disparidad de poder, las personas se sienten atraídas por las competiciones que enfrentan a rivales con poderes dispares. Por ejemplo, David contra Goliat.

La motivación principal que muchos científicos ven es la simpatía. Hay muchos informes que ilustran la autorelevancia como factor crucial a la hora de conectarnos con el underdog. Nos vemos reflejados en el partido que tiene menos ventajas. Al animarlo es como nos animamos nosotros mismos. Pero en los últimos años, se realizaron una serie de estudios para examinar el alcance y limitaciones de este efecto psicológico. Al contrario de la noción de que los observadores no afiliados tienden a apoyar el lado más fuerte (siguiendo el supuesto de la teoría de la identidad social), hay varios informes que indican que los individuos se sienten atraídos por apoyar a las entidades dominantes.

Por ejemplo, Frazier y Snyder (1991) demostraron que estudiantes expuestos a escenarios cortos que describen una competencia entre un equipo favorecido por el público y una contraparte menor en una serie de playoffs de siete juegos (sin otra información disponible) mostró un favoritismo significativo, un 88,1% , hacia los underdogs (la contraparte menor). Después de que los participantes dieron su juicio, se les dijo que el equipo más favorecido perdió los tres primeros juegos consecutivos y por lo tanto estuvo al borde de la eliminación de la serie. Frente a esa nueva información (nueva inversión de roles), aproximadamente la mitad de los participantes (49 de los 99 personas que favorecen a los underdogs originales) cambiaron su juicio y prefirieron que el equipo menos capaz perdiera el siguiente juego, un posible testimonio de la naturaleza transitoria de quién califica como un underdog.

Después de una investigación exhaustiva de las motivaciones del efecto underdog, encontré dos teorías principales:

Primero, mientras que había varias pruebas de motivaciones como la simpatía, la mayoría de ellas descubrieron que la gente no apoya tanto los underdogs como

arraigan contra la entidad más dominante. Es decir, lo que a priori puede parecer simpatía, suele estar motivada más por el placer de ver el poderoso o equipo dominante derribado de su pedestal, un fenómeno conocido como *schadenfreude*. Nietzsche propuso este concepto de *schadenfreude* como reacción emocional de los seres humanos. Lo describió como el placer malicioso que la gente siente en la desgracia de otros. En otras palabras, la gente disfruta de la caída del poder de los demás. El deporte, por ejemplo, es por definición un Juego de suma cero: un equipo gana, el otro equipo pierde. Se puede considerar que apoyar a los *underdogs* es el equivalente de aspirar a la caída del poderoso.

En 1996, Smith y sus colegas buscaron verificar la existencia de *schadenfreude* en nuestras vidas cotidianas, introduciendo la envidia como una disposición predispuesta al gozo que la gente siente por la caída en desgracia de otros. Feather y Sherman en 2002 probaron la hipótesis de que *schadenfreude* estaría más estrechamente relacionado con el resentimiento y el deseo de corregir una injusticia que la envidia.

Además de envidia, sentimiento de justicia y *schadenfreude*, también existe una teoría que introduce el concepto de expectativas. En ella, dice que las expectativas de los observadores juegan un papel significativo en el fenómeno de que la gente apoya a los *underdogs*.

Primero hay que destacar que el fenómeno solo ocurre cuando los observadores no tienen ningún efecto en el desarrollo de la naturaleza o resultado de la competencia. Los observadores no tienen nada que perder al apoyar a los *underdogs*. Se espera perder y, por lo tanto, no conlleva ningunas implicaciones adversas significativas, mientras que ganar podría traer consecuencias favorables como el placer de sorpresa. Por otro lado, si el apoyo se extiende al poderoso, la gente está en una disposición de perder algo. Se espera ganar y, por lo tanto, conlleva un menor impacto emocional positivo. Mientras que perder, debido a lo inesperado, podría resultar emociones negativas.

En la encuesta siguiente voy a examinar si el público considera a los manifestantes en Hong Kong los *underdogs*, y si esa percepción ha afectado su opinión sobre la situación.

2.3.3 Clivaje

El clivaje es un término que usan en la ciencia política y sociología para describir una tendencia de voto (Pacheco Méndez, Guadalupe, 13 de marzo de 2016, *El clivaje urbano-rural y el sistema de partidos en la transición política de México*). Esa tendencia se basa en una falla en el pensamiento, que no podemos reconocer la dicotomía de las cualidades positivas y negativas del yo y de los demás. Según esa

falla, el individuo tiende a pensar en extremos. Este modo de pensamiento, que la Asociación Estadounidense de Psicología también llama dicotómico o pensamiento polarizado, se considera una distorsión cognitiva porque evita que veamos el mundo como suele ser: complejo, matizado y lleno de todos los matices intermedios. Lo llamamos una distorsión, pero en realidad todos nosotros tenemos este modo de pensamiento y lo usamos de vez en cuando, especialmente en el entorno político.

En casi todas las comunicaciones políticas podemos percibir que hay un mensaje oculto -- La frase "Estás con nosotros o contra nosotros" y variaciones similares. Si votas a Trump, estás en contra de todas las creencias de sus oponentes. Esto hace que diálogos políticos sean polarizados y nos obliguen a tomar lados. La consecuencia implícita de no unirse al esfuerzo del equipo es ser considerado enemigo. Tengo un ejemplo perfecto que es el eslogan utilizado una vez por George W. Bush, presidente de los Estados Unidos, quien dijo después del 11 de septiembre en el lanzamiento de su campaña antiterrorista en la forma "Cada nación, en cada región, ahora tiene una decisión que tomar. O usted está con nosotros, o estás con los terroristas , insinuando que si no le soportas, estás apoyando a los terroristas. También podemos observar lo mismo en las comunicaciones en Hong Kong. "Si no sales de la casa a protestar con nosotros, estás en contra de la democracia".

Puedo decir de primera mano, porque fui un pensador de blanco y negro casi toda mi vida. Suelo categorizar cosas en cuanto las cosas tienen muchas otras facetas. Me imagino que hay varias razones. En primer lugar, muchas de las personas cercanas a mí pensaban de esta manera y continúan pensando así hoy. Por lo tanto, llegué a creer que todo estaba bien o mal. O amaba las cosas o las odiaba. Y estaba bastante seguro de que mi camino era EL camino. Segunda, el deseo de sentir que pertenecía también contribuyó a este modo de pensamiento. Si tomas el lado de algo, eres instantáneamente parte de algo más grande. Si bien satisface nuestra necesidad de pertenencia, puede tener efecto negativo en nuestra vida. Si estás en un grupo de personas, a veces puedes no estar de acuerdo con los pensamientos de otros pero optas amoldarse a conformar. La combinación de estas dos motivaciones, la necesidad de pertenecer y entorno lleno de individuos que piensan lo mismo, así las creencias en blanco y negro se convertirían en la realidad.

Con la llegada de internet, cabría pensar que la gente va a dejar ese modo de pensamiento debido a que la información de casi todos los temas está más accesible que nunca. Pero en realidad los seres humanos son básicamente primates buscadores de patrones. Las personas tienden a creer que sus percepciones son representaciones reales del mundo, pero también suelen informar que perciben lo que quieren ver u oír. ¿Por qué tanta gente cree en cosas de las que hay poca o ninguna evidencia, como por ejemplo las conspiraciones? La respuesta parece ser que creen porque quieren creer. Es decir, aunque estamos en una era, en la que tenemos acceso a casi cualquier información, siguen encontrando la información que creemos con antelación. Entonces, ahora es aún más fácil que caer en propagandas

con el internet cuando ya somos susceptibles al pensamiento clivaje.

2.4 Factores mediáticos

En esta parte trato los 3 fenómenos que pueden observarse en la divulgación masiva. Aquí no voy a tratar las comunicaciones relacionadas con las manifestaciones en Hong Kong como propagandas, porque al llamarlas propagandas, es inevitable discutir la intención de los medios. Y eso no es el propósito de este trabajo. Solo pretendo explorar los fenómenos universales que ponen al público en peligro de ser mal informado sobre las manifestaciones en Hong Kong.

2.4.1 Sesgo mediático

Según una encuesta hecha por Pew Research de 38 países. Los públicos de todo el mundo están abrumadoramente de acuerdo en que los medios de comunicación deben ser imparciales en su cobertura de temas políticos. En todo el mundo, existe un consenso sobre cómo los medios de comunicación deberían informar sobre cuestiones políticas. La mayoría en casi todos los países encuestados dicen que sus medios de comunicación siempre deben ser imparciales en su cobertura. A pesar de las diferencias en los medios de comunicación y las estructuras políticas, una mayoría en 35 de los 38 países encuestados están de acuerdo en que nunca es aceptable que una organización de noticias favorezca a un partido político sobre otros cuando informa la noticia. Cuando se trata de si los medios están haciendo un buen trabajo al informar asuntos políticos de manera justa a nivel mundial, solo la mitad cree que sus medios de comunicación están haciendo bien en este ámbito. Entonces, ¿qué es la objetividad periodística? y ¿porqué es tan difícil para que los medios lo consiguen?

La objetividad periodística es una noción considerable dentro de la discusión sobre el profesionalismo periodístico. La objetividad periodística puede referirse a la imparcialidad, el desinterés, la objetividad. La fuente de la mayoría de las noticias que vemos en televisión y periódicos son de las principales agencias de noticias. Para lograr una aceptabilidad tan amplia, las agencias evitan la parcialidad obvia. Aunque sus fundadores no usaron la palabra, la objetividad es la base de sus operaciones. La objetividad en el periodismo tiene como objetivo ayudar a la audiencia a tomar una decisión sobre una historia, proporcionando sólo los hechos y luego permitiendo que la audiencia los interprete por su cuenta.

Para mantener la objetividad en el periodismo, los periodistas deben presentar los hechos, les guste o no o no estén de acuerdo con esos hechos. Los informes objetivos están destinados a retratar problemas y eventos de una manera neutral e

imparcial, independientemente de la opinión o creencias personales del escritor. Pero en realidad, es casi imposible mantener una objetividad absoluta en el periodismo debido a varios factores innatos en el proceso de comunicación.

La multiperspectividad es una característica universal de la narración o representación, todas las historias tienen esa característica. ¿Qué significa esto? Pues las noticias que vemos todos los días en los periódicos y la televisión no son historias, son narrativas del autor, y cada narrativa tiene su propia perspectiva. La narrativa es la elección de qué eventos relatar y en qué orden, por lo que es una representación o manifestación específica de la historia, más que la historia en sí. Si cambias el orden de los eventos, cambias la narrativa. La narrativa convierte la historia en información, o mejor, en conocimiento para el destinatario. Cada evento de la historia es una unidad de conocimiento que la audiencia requiere. Así que una narración es una paradoja, porque el propósito de una narrativa es transmitir la verdad. Pero el autor ordena los conocimientos de tal manera que se van revelando gradualmente. Este esfuerzo deliberado por parte del autor crea una impresión en su audiencia que corresponde con la del autor. En este sentido, una narrativa es efectivamente lo contrario de un relato o un informe.

Para desarrollar esa cuestión, vamos a ver un ejemplo: Imagínese que un conductor ebrio mata a una persona. A una periodista, para elaborar esta historia a una noticia, tiene que elegir una perspectiva e informaciones importantes a informar. Entonces, ¿Qué hechos son relevantes para informar? ¿Importa dónde ocurrió el accidente? ¿Qué hay de las identidades de las personas involucradas? ¿Importan sus antecedentes? ¿Y de dónde venía el conductor y adónde iba? ¿Es importante la raza? ¿Deberían los medios informar algo sobre las reacciones de sus familias al incidente? ¿Se deben informar los detalles del vehículo?

Además, si más tarde se revela que los frenos estaban defectuosos, ¿van a seguir informando y exonerar al conductor o van a abandonar esa historia simplemente porque el público ya no les interesa? ¿Es importante que si el conductor es ciudadano o un inmigrante ilegal? ¿Existen entonces posibles implicaciones para las políticas públicas y, si las hay, se deben informar? Además, ¿cuánto tiempo deberían dedicar los medios de comunicación a este asunto? ¿Un segmento de noticias de 10 minutos, una hora o posiblemente incluso un ciclo de noticias de 24 horas o más? Ante cualquier historia, los periodistas deben responder a algunas de esas preguntas.

Pues, los hechos por sí mismos no pueden responder a estas preguntas. Elegir cuáles hechos a informar requiere juicios, y juicios requiere normas conductuales (moral y ética). No podemos observar hechos sin seleccionar hechos y, por lo tanto, debemos tener principios que guíen nuestra selección. Esos principios se diferencian entre personas y sociedades. En pocas palabras, la noción de que los hechos son completamente separables de los valores, no es convincente y ningún medio de

comunicación debería pretender que sus puntos de vistas son imparciales.

Para que esto no se entienda mal, los medios de comunicación tienen la responsabilidad de informar los hechos que seleccionan con la mayor precisión posible, pero los hechos no se seleccionan a sí mismos. En lugar de fingir objetividad, sería más responsable que los medios de comunicación dejaran de fingir e invitaran a pensamientos opuestos a debatir los problemas del día. Porque si no, las noticias solo sirven para inducir a error al público. Por ejemplo, en 2017, el referéndum de independencia de Cataluña se celebró de manera irregular en la comunidad autónoma española de Cataluña el 1 de octubre de 2017. Un 90% de 'síes' con 2,2 millones de votos y una participación del 42%. Ese resultado era muy llamativo, porque parece que casi toda la comunidad está de acuerdo con la independencia. Y debido a que la voz de independencia está en el centro de la mirada. Naturalmente los periodistas centran sus informes en ayudar a los manifestantes a expresar sus opiniones. Entonces observamos que la mayoría de los medios fuera de España informaron este acontecimiento usando ese resultado para destacar el "éxito" de este referéndum. Por consiguiente, el público fuera de España, según varias encuestas, tenía la impresión de que casi toda la Cataluña quería la independencia. Sin embargo, debido a que este referéndum es constitucionalmente ilegal, y fue suspendido por el Tribunal Constitucional el 7 de septiembre de 2017, la mayoría del público que no estuvo a favor de la independencia, con respecto al poder constitucional, no participaron en el referéndum. Por tanto, la opinión pública estaba mal informada porque el asunto estaba mal representado en los medios, aunque desde el periodismo se puedan considerar orgullosos de su "objetividad".

2.4.2 Relación Entre los Medios y las Audiencias (Audience Engagement)

Ya he comentado largo y tendido en punto 4.1 la naturaleza de las noticias, que todas las noticias son narrativas. Y como productos y servicios, las narrativas no sirven para todos, cada narrativa tiene su público objetivo. Pero las narrativas de los medios son más que productos. Son seres vivos que han sido influenciados por el mundo y tienen al público en contacto con ellos de diferentes formas. No es suficiente pensar en cómo se creó el producto de medios, también es importante considerar cómo las diferentes audiencias interactúan con el producto en una variedad de formas diferentes. A través de esto, los medios tienen una relación con la audiencia.

La relación entre una narrativa mediática y su audiencia es compleja y depende en gran medida de la propia audiencia. La audiencia de los medios puede ser una persona específica, o un determinado grupo o tipo de persona, pero todos se involucran, consumen y leen la narrativa de manera diferente, lo que tendrá un efecto en la relación.

Algunas narrativas de los medios intentan atraer a una audiencia amplia. A menudo, las grandes películas de Hollywood necesitan considerar cómo se recibirá la película en otros países, como China, para obtener la mayor cantidad de ingresos de taquilla.

Otras narrativas de los medios pueden luchar por una audiencia de nicho: un subconjunto más específico de personas. A menudo, las audiencias de nicho disfrutan de cierto género. Estas audiencias suelen conocer muy bien las convenciones de género y tienen expectativas particulares sobre los productos que consumen. Por ejemplo, *The Economic Journal*, una revista académica de economía publicada por la Royal Economic Society de Oxford University Press, que tiene una audiencia muy específica.

En el pasado, los periodistas sólo informaban sobre temas que les atraían a ellos y a sus editores, así como aquellos que habían sido cubiertos por sus competidores. La audiencia era vista como pasiva. El periodismo diario producido en el siglo XX era una conversación unidireccional que privilegiaba la información obtenida de las élites políticas, indiferentes al interés de la audiencia.

La industria de noticias en estas dos décadas ha sufrido muchos cambios debido a la llegada de Internet. Los editores se sienten ahora incómodos, conscientes de que ya no pueden tener un grupo de lectores lo suficientemente robusto como para generar ingresos o afectar las políticas públicas. Los interesados en las noticias y los académicos han propuesto muchas soluciones, una de las más populares es la búsqueda más activa de la "participación de la audiencia" (*audience engagement*). El resultado es un entorno en el que los periodistas se enfrentan habitualmente a pruebas de que las noticias de asuntos públicos son aparentemente impopulares (Jorrih Schaap, 4 de agosto de 2016, *6 audience engagement metrics that matter most*). Si los medios se basan en los clics y las visitas para generar ingresos publicitarios, las noticias que la mayoría de los periodistas consideran "importantes" son notoriamente no rentables.

Hay muchos factores que influyen en las noticias. Algunos de estos factores son el alcance geográfico de los periódicos, el foco directo en sectores específicos de la población o la ideología política del propio medio de comunicación. Muchos estudios sugieren que para atraer anunciantes y aumentar sus suscriptores, los medios intentarán satisfacer las expectativas de un grupo demográfico objetivo, en lugar de ser justos en su tratamiento de las noticias.

Por ejemplo, un estudio internacional descubrió que los consumidores de todo el mundo tienen reacciones psicofisiológicas más fuertes a las noticias negativas en comparación con las positivas. Y eso ha generado que las noticias que vemos son predominantemente negativas. Al ser expuestos a esas noticias negativas, tenemos una visión negativa y pesimista del mundo actual, que no es una representación

correcta.

En mi análisis siguiente podemos observar que casi todas las noticias publicadas en occidente son historias favoreciendo a los manifestantes en Hong Kong, en vez de mostrar una actitud neutra, debido a que el público objetivo, en este caso las personas occidentales, es más probable que se pongan al lado de los manifestantes(explicado en el punto 3).

2.4.3 Prueba Social (Influencia Social Informativa)

Antes de la llegada de las redes sociales, la opinión pública está básicamente dictada por los principales medios porque en muchas ocasiones, la interpretación de los medios son la fuente única del público. Pero ahora, las redes sociales convierten las mismas audiencia a los creadores de las opiniones públicas. Al tener acceso a las opiniones de otras personas de la misma sociedad, somos más susceptibles a la opinión dominante de la sociedad y moldear nuestro propio pensamiento a conformar(Alex González, 28 de julio de 2020, *El poder de la prueba social en marketing*). Eso se llama la prueba social o la influencia social informativa.

La prueba social, es un fenómeno psicológico donde las personas asumen que la acción de otras personas refleja un comportamiento correcto en una situación específica. Según Robert Cialdini, en su libro: la psicología de la persuasión, “vemos un comportamiento como más correcto en una situación dada en la medida en que vemos que otros lo realizan”. En muchas ocasiones, cuando dudamos, podemos fijarnos en otras personas que nos rodean en nuestro mismo entorno social, expertos, celebridades, amigos, etc. Asumimos que ellos tienen más conocimiento sobre lo que está sucediendo y la reacción correspondiente. Una prueba social principal es "La mayoría": Este tipo de prueba social es cuando se ve que un gran grupo de personas respalda un partido. Por ejemplo, tener miles de clientes o millones de seguidores en sus perfiles de redes sociales equivale a un experto.

Además de eso, a menudo emitimos juicios basados en nuestra impresión general de alguien, también se llama el efecto halo. Por ejemplo: Creemos que todo lo que usan los expertos es excelente porque probablemente tengan más conocimientos que nosotros en su área de especialización. También confiamos en las opiniones de los usuarios porque han experimentado el producto o servicio, a diferencia de nosotros. Por ejemplo, si vemos una entrevista de un ciudadano de Hong Kong habla de la situación allí en Hong Kong, le creemos aunque su interpretación no es una representación correcta o exhaustiva de la situación real.

Pero la prueba social no es solo un fenómeno psicológico, con el advenimiento de las redes sociales, ha nacido el activismo de sillón. Una práctica que hace que un fenómeno psicológico de las personas llegue a ser el medio más influyente que los

medios tradicionales. Activismo de sillón es la práctica de apoyar una causa política o social a través de medios como las redes sociales o peticiones en línea, caracterizada por implicar muy poco esfuerzo o compromiso. La acción puede tener poco efecto pero puede hacer que la participante tenga un sentido de satisfacción de haber contribuido. Esa práctica contribuye considerablemente la formación de una opinión pública uniforme.

CAPÍTULO III: OBJETIVOS E HIPÓTESIS

3.1 Objetivos

3.1.1 Objetivo General:

Verificar si los factores psicológicos (las heurísticas, el efecto underdog y clivaje) y fenómenos mediáticos comunes hacen que la opinión pública en occidente uniforme en apoyar los manifestantes en Hong Kong en 2019

3.1.2 Objetivos Específicos:

- Comprobar si el público occidental tiene impresiones preestablecidas sobre China
- Indagar la relación entre los fenómenos psicológicos y la formación de la opinión pública del público occidental sobre las manifestaciones en Hong Kong.
- Comprobar si existen sesgos mediáticos en las noticias sobre las protestas en Hong Kong.
- Indagar si la opinión pública occidental sobre las protestas en Hong Kong está afectada por los sesgos mediáticos.

3.2 Hipótesis

3.2.1 Hipótesis General:

Hay factores psicológicos (las heurísticas, el efecto underdog y clivaje) y fenómenos mediáticos comunes que hacen que la opinión pública en occidente sea uniforme en apoyar los manifestantes en Hong Kong en 2019.

3.2.2 Hipótesis Específicos:

- El público occidental ya tiene impresiones preestablecidas sobre China que juega un papel importante en las heurísticas.

- Hay una relación entre los fenómenos psicológicos y la formación de la opinión pública del público occidental sobre las manifestaciones en Hong Kong.
- Existe sesgos mediáticos en las noticias sobre las protestas en Hong Kong.
- Los encuestados tienen actitudes sesgadas sobre las manifestaciones debido a desinformación.

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1 Metodología

Esta investigación consiste en dos partes, una encuesta para investigar los fenómenos psicológicos y un análisis para verificar sesgos mediáticos. Incluye métodos tanto cualitativos como cuantitativos. Para recopilar datos sobre la actitud de las personas occidentales hacia las manifestaciones en Hong Kong, utilizo métodos mixtos de instrumentos cuantitativos y cualitativos. Durante el mes de mayo de 2021 realicé una encuesta a través de la plataforma Survio y por la calle. El uso de dos métodos me permitirá obtener una mejor comprensión de la opinión pública en occidente sobre las manifestaciones. Con el resultado de esa encuesta, puedo tener las respuestas para las siguientes preguntas: ¿La impresión que tiene el público sobre el Gobierno de China es negativa? Si la respuesta es sí, ¿dicha impresión contribuye en la formación de la opinión sobre las manifestaciones de forma heurísticas? ¿Es visible el efecto underdog en la formación de opinión? ¿Si el público percibe esta cuestión sólo tendrá dos partidos?. Por la segunda parte, recopilaré las 40 publicaciones más vistas en Internet sobre las manifestaciones en Hong Kong. Establecer un programa con parámetros relativamente objetivos para analizar esas 30 publicaciones. Con el resultado de esa encuesta, puedo tener las respuestas para las siguientes preguntas: ¿las narrativas de las noticias son sesgadas? ¿se apelan a su público objetivo?

4.2 Sujetos y procedimientos

La encuesta se corrigió, revisó y cronometró por parte de un grupo piloto que contestó con antelación, y fue llevada a cabo en una plataforma digital, se llama survio, expuesta durante 3 días a estudiantes de la universidad de valladolid, estudiantes de la universidad de Londres, gente por la calle de Segovia, dos familias que residen en EEUU; se registraron 63 respuestas, de las cuales se tomaron 59 que

cumplían con los requisitos: gente que tiene acceso a noticias sobre Hong Kong, con una edad comprendida entre los 18 y los 36 años, que reside en países occidentales.

Para el estudio mediático, las 20 publicaciones más vistas sobre las protestas según el buscador Google Noticias han sido seleccionadas, con un filtro de fecha entre el 1 de junio, 2019 y el 30 de diciembre, 2019. Todas las publicaciones fueron seleccionadas antes de que las revisé.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1 Resultados de la Encuesta

Información demográfica(pregunta 1,2):

El 91% de los encuestados reside en países occidentales, así que los resultados de esas encuestas son válidas en representar la opinión pública en Occidente sobre las manifestaciones en Hong Kong. Aquí se entiende por “Occidente” a la Unión Europea, el Reino Unido y los Estados Unidos.



(Figura 1 demográficos de los encuestados: edad
Figura 2 demográficos de los encuestados: residencia)

Conocimiento sobre las manifestaciones(pregunta 3,4):

En cuanto a las 3 preguntas destinadas a conocer el conocimiento que tiene el público sobre Hong Kong, un 92.1% de los encuestados saben las manifestaciones en

Hong Kong. Pero en los 63 encuestados, nadie sabe definitivamente la historia de Hong Kong cuando era una colonia británica o porqué Hong Kong tiene su propio gobierno.



(Figura 3 conocimiento de los encuestados sobre las protestas en Hong Kong

Figura 4 conocimiento de los encuestados sobre la historia de Hong Kong)

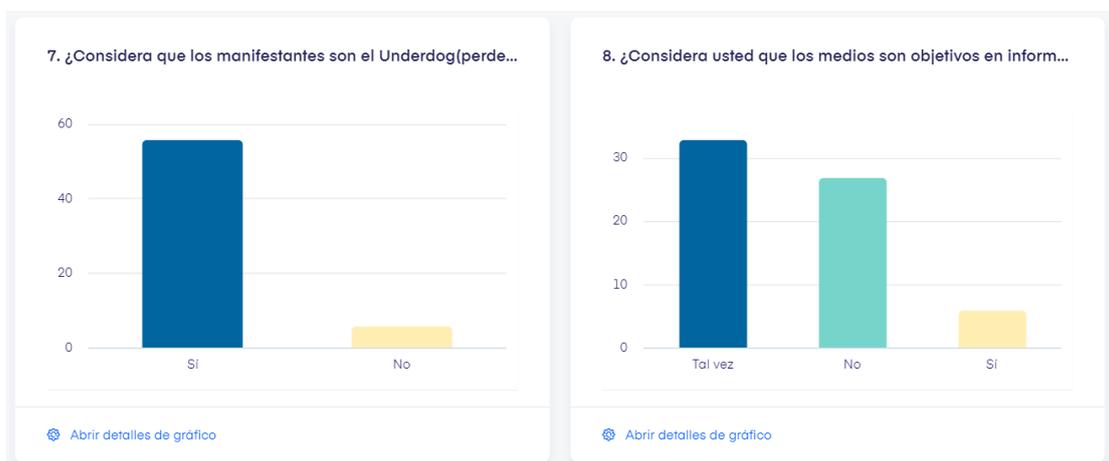
La actitud(pregunta 5,6,7):

Las respuestas revelan que un 40.3% de los encuestados considera que la situación actual de Hong Kong ha empeorado después de que Reino Unido la devolvió a China. Y un 56.7% cree que el gobierno de China tiene parte de la culpa del conflicto en Hong Kong. La siguiente pregunta revela la actitud del público hacia el acuerdo de extradición. La mitad de los encuestados no están en contra ni a favor del acuerdo, en cuanto la otra mitad está en contra al acuerdo, sólo 2.9% de los encuestados está a favor. Para la última pregunta de este bloque, un 90.3% de las personas encuestadas considera que los manifestantes es el grupo Underdog, que tiene pocas posibilidades de ganar.



(Figura 5 actitud de los encuestados sobre la situación en Hong Kong

Figura 6 actitud de los encuestados sobre la ley de extradición)



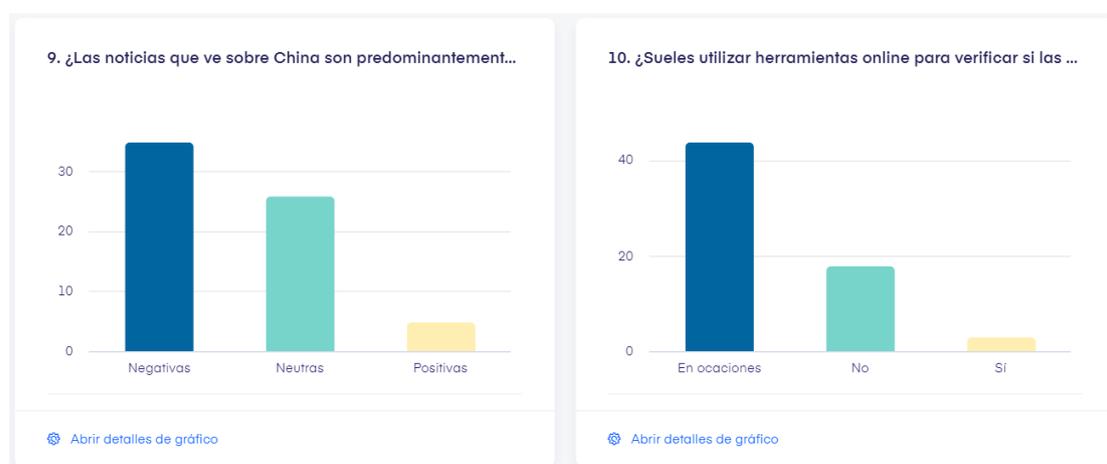
(Figura 7 opinión de los encuestados sobre la dominación "Underdog"

Figura 8 opinión de los encuestados sobre los sesgos mediáticos)

Opiniones sobre los medios(pregunta 8,9,10):

En lo relativo a la opinión sobre los medios la mayoría de los encuestados afirma no creer que los medios son objetivos en informar la situación en China. Un 9.1% si considera que los medios son imparciales. Solo un 4.6% utiliza herramientas online para verificar si las noticias son veraces habitualmente, y un 67.7% de los encuestados verifica las noticias en ocasiones La respuesta de la siguiente pregunta

desvela que en un 53% de los encuestados, ve noticias negativas sobre China frecuentemente.



(Figura 9 el tono de las noticias en occidente sobre China

Figura 10 el hábito de los encuestados de verificar noticias falsas)

5.2 Resultados del Análisis de Publicaciones

Tono de la Publicación:

El primer grupo de parámetros(A, B) están diseñados para determinar el tono de las publicaciones. En las 20 publicaciones más vistas por Internet que he analizado, puede detectar que 70% están a favor de las manifestaciones, mientras que 30% de las publicaciones tiene un tono neutro y relativamente objetivo, y ninguna de ellas están a favor del gobierno de China. Habló la objetividad en el periodismo en el punto 3.2.1, que las agencias de noticias deben pretender ayudar a la audiencia a tomar una decisión sobre una historia, proporcionando sólo los hechos y luego permitiendo que la audiencia los interprete por su cuenta. Pero a la hora de informar el conflicto muy complicado en Hong Kong en 2019, parece que la mayoría de los medios en Occidente ha tomado su lado para la audiencia. Tal vez la audiencia sí sería capaz de tomar su propia decisión, pero el tono de los principales medios está afectando su proceso de tomar decisiones sin duda.

Puntos de vistas:

Según el segundo grupo de parámetros(C, D, E, F) destinados a determinar los puntos de vistas diferentes y opiniones dispares involucrado en la publicación, 62% contiene opiniones o comentarios propios del periodista, un 75% está narrado desde el punto de vista de los manifestantes. Y ninguna de las publicaciones recopiladas contiene opiniones a favor del gobierno. Los medios solo presentan un solo argumento, sino, en realidad, el conflicto allí es más como una discusión que una rebelión. No todos los ciudadanos en Hong Kong están a favor de las manifestaciones, y más que 57% de ellos no participan en las manifestaciones.

Fuente:

Los resultados del análisis desvelan que el fuente de 45% de las publicaciones son observaciones de los periodistas, un 20% realiza entrevistas con los manifestantes y un 55% tiene los materiales de las agencias de noticias como fuente. Noto que solo 20% de las publicaciones usan más que un tipo de fuente. A la hora de informar un conflicto nacional, una sola entrevista con un ciudadano no puede ser suficiente en representar la situación.

Foco:

En todas las publicaciones que mencionan el conflicto entre la policía y los manifestantes, 85% de ellas solo destacan la mala conducta de la policía, solo 15% de las publicaciones informan las acciones agravadas de ambas partes. A la luz de esta evidencia, sería difícil argumentar que los medios son imparciales en informar al público.

Información engañosa:

Acerca de la ley de extradición, 55% de las publicaciones se refiere a esa ley como "una ley que permitiría extraditar a China a los acusado de ciertos delitos." Esa descripción puede ser correcta teóricamente. Los medios pretenden informar este acontecimiento cuando en realidad solo se trata conformar su propia teoría de que el gobierno orquesta la aprobación de esa ley. El acuerdo de extradición sí permitiría la extradición a la China continental, pero también es una ley que permitiría la transferencia de delincuentes para que ellos puedan ser juzgados por sus crímenes

por todo el mundo. Miles de delincuentes por todo el mundo huyen a Hong Kong, aprovechando ese resquicio legal en el sistema de justicia de Hong Kong. Ese acuerdo de extradición pondrá fin a ese resquicio legal, pero ninguna de las publicaciones menciona esa parte.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIÓN

La investigación ha puesto de relevancia la influencia tanto positiva como negativa que ejercen los fenómenos psicológicos y los fenómenos mediáticos sobre la formación de opinión pública occidental sobre las manifestaciones de Hong Kong. Comprobó que los fenómenos psicológicos y las noticias sesgadas se afectan mutuamente. Es indiscutible que los medios en general producen noticias con sesgo percibido de periodistas y productores de noticias en la selección de eventos e historias que se informan y cómo se cubren. Dichas noticias afirman las creencias establecidas del público objetivo de los medios. En consecuencia, el público forma una opinión predominante que conforma la del emisor de noticias. De hecho observé que, acerca de las manifestaciones en Hong Kong, un acontecimiento muy polémico y complejo, la opinión pública en países occidentales es prácticamente uniforme.

En 2019, un estudio de la Universidad de Princeton nos ofrece la evidencia transnacional de un sesgo de negatividad en reacciones psicofisiológicas a las noticias y afirma que los medios de comunicación usan ese sesgo para apelar a las emociones fuertes de su público con el objetivo de capturar la atención del público y atraer más vistas. De hecho, el resultado de mi encuesta también afirma que las noticias que ven los ciudadanos occidentales sobre China son predominantemente negativas. Así que las impresiones negativas sobre China llegan a ser parte del desarrollo de las heurísticas que el público occidental utiliza para tomar juicios de manera rápida sobre informaciones nuevas. Además, la encuesta revela que la gran mayoría del público considera que los manifestantes son el grupo Underdog. Según un estudio de Nadav Goldschmied de la Universidad de South Florida, esa categorización juega un papel importante en el apoyo que cuenta el público. Asimismo, el clivaje, una tendencia muy común en pensamiento político, también impide al público percibir ese acontecimiento desde perspectivas diferentes.

Por parte de los medios, el análisis de unas publicaciones más vistas en Internet nos proporciona una mirada nueva a las narrativas de los medios occidentales acerca de las manifestaciones en Hong Kong en 2019. Afortunadamente, después de unas verificaciones profundas, no encuentro ninguna noticia falsa en las publicaciones elegidas. Sin embargo, una gran mayoría de las publicaciones son sesgadas conforme a una serie de parámetros. Casi todas las publicaciones están narradas desde la óptica de las manifestantes y ninguna de ellas involucra las opiniones de los ciudadanos que están en contra de la protesta. Ese tipo de narración incumple las promesas de los medios de crear noticias imparciales. También encuentro las descripciones del acuerdo como "La propuesta permitiría que delincuentes fueran extraditados a China continental", que no son incorrectas, pero la descontextualización puede crear confusión y navegar en la mentira.

Hoy en día, cuando aparece una noticia nueva, es importante hacer funcionar nuestro pensamiento crítico. Esto no significa poner todo en duda, sino abrir nuestra mente, hacernos preguntas y buscar diferentes puntos de vista para crear nuestra propia opinión. Tenemos que reconocer nuestra falibilidad y darnos cuenta de que el mundo es un lugar incierto y que nuestros juicios sobre él a menudo son incorrectos. Debemos escuchar las opiniones que inicialmente consideremos incorrectas o incluso ofensivas.

Además, tenemos que reconocer la imparcialidad de las noticias. Elegir cuáles de los hechos a informar requiere juicios, y juicios requieren normas conductuales(moral y ética). La narración de los hechos y los valores de los periodistas son inseparables. Es importante que los medios de comunicación reconozcan su imparcialidad y presentar al público perspectivas diferentes. La exactitud de los hechos es importante, pero una presentación diversa de los hechos también es esencial. Porque si no, ¿cómo podemos esperar mantener la mente abierta?

CAPÍTULO VII: BIBLIOGRAFÍA

Alex Linder(2019)*Fierce grandma gets between police and protesters in Hong Kong becomes a symbol... for both sides*

<https://shanghaiist.com/2019/07/29/fierce-grandma-gets-between-police-and-protesters-in-hong-kong-becomes-a-symbol-for-both-sides/>

Alberto Silva Clavería, Rodrigo Silva Clavería(2004)*HEURISTICAS - Repositorio Académico - Universidad de Chile*

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108254/Heurísticas%20Origen%20y%20Consecuencias.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Barbara Vis (2018) *Heuristics and Political Elites' Judgment and Decision-Making*

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1478929917750311>

NadavGoldschmied (2005), *The underdog effect: Definition, limitations, and motivations. Why do we support those at a competitive disadvantage?*

<https://scholarcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3898&context=etd>

ShahramHeshmat Ph.D. (2016) *What Is Narrative Bias?*

<https://www.psychologytoday.com/us/blog/science-choice/201612/what-is-narrative-bias>

Laura Silver, Kat Devlin and Christine Huang (2019) *People around the globe are divided in their opinions of China*

<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/12/05/people-around-the-globe-are-divided-in-their-opinions-of-china/>

Stuart Soroka, Patrick Fournier, and LilachNir (2019) *Cross-national evidence of a negativity bias in psychophysiological reactions to news*

<https://www.pnas.org/content/116/38/18888>

Pacheco Méndez, Guadalupe (13 de marzo de 2016) *El clivaje urbano-rural y el sistema de partidos en la transición política de México*

<https://web.archive.org/web/20160313083840/http://www.revistasociologica.com.mx/pdf/5203.pdf>

Beuchot, Mauricio(1999), *Heurística y hermenéutica*

https://books.google.es/books?id=QZ9Ics0JoWIC&pg=PP1&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

CAPÍTULO VIII: ANEXO

Análisis de publicaciones

Parámetros:

A. Tono de la noticia: a favor de los manifestantes

B. Tono de la noticia: neutro, solo informa los hechos

C. Involucra opiniones propios del periodista sobre China

D. Narrada desde el punto de vista de los manifestantes

E. Solo presenta opiniones de los manifestantes

F. Involucra opiniones diferentes de los ciudadanos en Hong Kong

G. Fuente: Observación del periodista

H. Fuente: entrevistas con manifestantes

I. Fuente: Agencias de noticias

J. A la hora de informar el conflicto entre los manifestantes y la policía, destaca la mala conducta de los manifestantes.

K. A la hora de informar el conflicto entre los manifestantes y la policía, destaca la mala conducta de la policía.

L. Información engañosa(no es necesariamente falsa pero puede crear confusión): aseveraciones como “lo que protestan es una ley que permitiría extraditar a China a los acusados de ciertos delitos.”

M. Información engañosa: aseveraciones como “Informa la cantidad de los manifestantes, pero no el porcentaje.”

N. Información engañosa: aseveraciones como “Hong Kong tenía un sistema democrático cuando era una colonia británica.”

		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	CNN Español, <i>¿Por qué hay protestas en Hong Kong?</i> (14 de agosto, 2019) https://cnnspanol.cnn.com/2019/08/14/por-que-continuan-las-protestas-en-hong-kong/	X		X		X				X					X
2	The Conversation, <i>Hong Kong protests: history lessons for Beijing from British colonial era uprising</i> (14 de agosto, 2019) https://theconversation.com/hong-kong-protests-history-lessons-for-beijing-from-british-colonial-era-uprising	X		X				X				X	X		

	ng-121782																		
3	BBC News, <i>The Hong Kong protests explained in 100 and 500 words</i> (28 de noviembre, 2019) https://www.bbc.com/news/world-asia-china-49317695	X			X				X	X									X
4	Human rights first, <i>October 1: A turning point for Hong Kong Protests?</i> (27 de septiembre, 2019) https://www.humanrightsfirst.org/blog/october-1-turning-point-hong-kong-protests	X	X	X	X	X					X	X							
5	El Mundo, <i>China denuncia "terrorismo" por protestas en Hong Kong</i> (14 de agosto, 2019) https://www.dw.com/es/china-denuncia-terrorismo-por-protestas-en-hong-kong/a-50023251	X		X			X	X	X										
6	NPR, <i>As Hong Kong Protests Continue, China's Response Is Increasingly Ominous</i> (13 de agosto, 2019) https://www.npr.org/2019/08/13/750695968/as-hong-kong-protests-continue-chinas-response-is-increasingly-ominous?t=162162022245	X	X	X	X	X					X	X							
7	VOX, <i>9 questions about the Hong Kong protests you were too embarrassed to ask</i> (26 de noviembre, 2019) https://www.vox.com/world/2019/8/22/20804294/hong-kong-protests-9-questions	X	X	X	X	X						X	X	X					
8	CNN world, <i>From an extradition bill to a political crisis: A guide to the Hong Kong protests</i> (20 de diciembre, 2019) https://edition.cnn.com/2019/11/15/asia/hong-kong-protests-explainer-intl-hnk-scli/index.html	X	X	X	X	X					X	X	X	X					
9	CSB news, <i>Hong Kong protests: How did we get here?</i> (15 de agosto, 2019) https://www.cbsnews.com/news/hong-kong-protests-how-did-we-get-here-2019-08-15/	X			X			X	X										
10	El país, <i>La violencia marca un nuevo domingo de protestas en Hong Kong</i> (28 de julio, 2019) https://elpais.com/internacional/2019/07/28/actualidad/1564329635_813393.html	X	X	X	X			X											X
11	La Vanguardia, <i>La protesta prohibida de Hong Kong se salda con 11 detenidos y 23 heridos</i> (28 de julio, 2019) https://www.lavanguardia.com/internacional/20190728/463737211962/protesta-prohibida-hong-kong-detenidos-heridos.html	X	X	X	X	X					X	X							
12	BBC news, <i>Protestas en Hong Kong: retiran la controvertida ley de extradición a China que desencadenó la actual ola de protestas</i> (4 de	X	X	X	X			X			X								

	septiembre, 2019) https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-49580340																		
1 3	VOX, Hong Kong's huge protests, explained (https://www.youtube.com/watch?v=6_RdnVtfZPY&t=18s)	X		X		X			X	X				X	X	X			
1 4	DW, Prominent Hong Kong democracy activists convicted over protest (1 de abril, 2021) https://www.youtube.com/watch?v=Ab2Xa6iUZMw	X				X			X	X				X					
1 5	El Confidencial, <i>Fear of the year 2017</i> (9 de octubre, 2019) https://www.youtube.com/watch?v=yRmxE4pCqzI		X		X	X				X				X	X	X			
1 6	BuzzFeed News World, <i>Hong Kong Protesters are wearing eye patches after Police allegedly shot a woman medic in the eye</i> (16 de agosto, 2019) https://www.instagram.com/p/B1Ohj6EDrhW/?utm_source=ig_web_copy_link	X		X	X	X			X	X				X					
1 7	BuzzFeed News World, <i>This elderly Hong Kong woman stood up to police to protect young pro democracy protesters</i> (30 de julio, 2019) https://www.instagram.com/p/B0iosNCDz4A/?utm_source=ig_web_copy_link	X		X	X				X	X				X					
1 8	The Guardian, <i>Hong Kong police use pepper spray against people</i> (28 de diciembre, 2019) https://www.theguardian.com/world/video/2019/dec/28/hong-kong-police-use-pepper-spray-against-people-in-shopping-protest-video?utm_term=Autofeed&CMP=twg_gu&utm_medium=&utm_source=Twitter#Echobox=1577554101	X			X			X						X					
1 9	The New York Times, <i>The Infinity war in the streets of Hong Kong</i> (27 de diciembre, 2019) https://www.nytimes.com/2019/12/27/opinion/hong-kong-protests.html?smid=nytcore-ios-share	X		X	X	X		X						X	X				X
2 0	Reuters, <i>More than 1,000 gather for rain-soaked Hong Kong rally</i> (29 de diciembre, 2019) https://www.reuters.com/article/us-hongkong-protests/more-than-1000-gather-for-rain-soaked-hong-kong-rally-idUSKBN1YX04V		X			X			X						X				