**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA**

# ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK COMO FUENTE DE INFORMACIÓN Y SU IMPACTO COMUNICACIONAL EN EL SECTOR MAPASINGUE ESTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, AÑO 2016

## GUÍA INFORMATIVA MULTIMEDIA PARA DETECTAR INFORMACIÓN FALSA

**AUTOR: OSWALDO VERA GONZÁLEZ**

**TUTORA: LCDA. JANETH DÍAZ VERA. MGS.**

**GUAYAQUIL- GUAYAS**

**2016-2017**

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Carrera: Comunicación Social**

**DIRECTIVOS**

Lcdo. Kleber Loor Valdiviezo, Mgs.
**DECANO**

Lcda. Christel Matute Zhuma, Mgs.
**VICEDECANA**

Lcdo. Julio Armanza Astudillo, Mgs.
**DIRECTOR**
**CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Ab. Pedro Moncada
**SECRETARIO (E)**

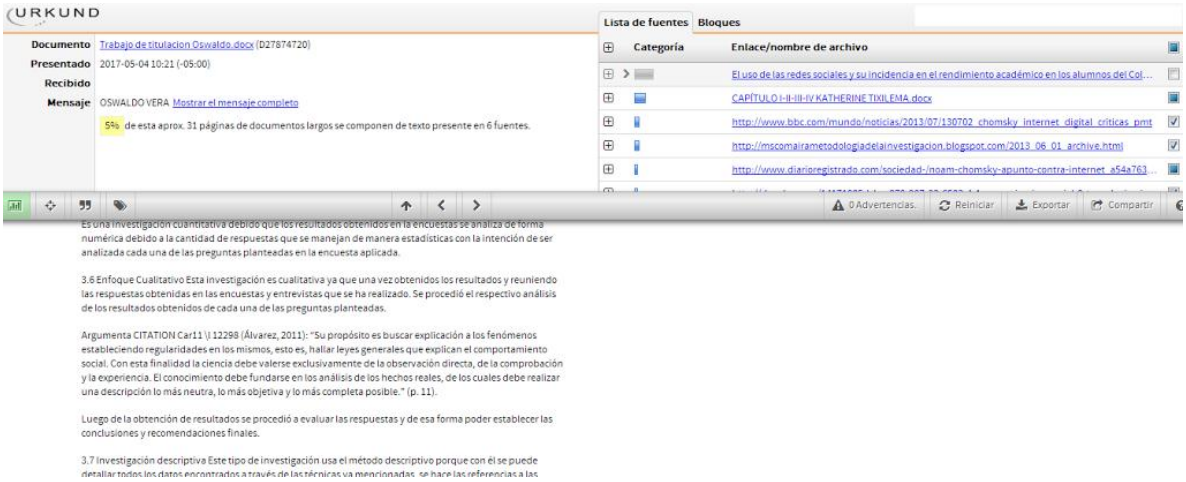
**REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS**

| | | |
|---|---|---|
| **Título y subtítulo:**<br>Análisis de la red social Facebook como fuente de información y su impacto comunicacional en el sector Mapasigue Este de la ciudad de Guayaquil. | | |
| **AUTOR:**<br>Oswaldo Enrique Vera Gonzalez | **Tutor:**<br>Lcda. Janeth Díaz Vera, Mgs. | |
| **INSTITUCIÓN:**<br>Universidad de Guayaquil | **FACULTAD:**<br>Comunicación Social | |
| **CARRERA:** Comunicación Social | | |
| **FECHA DE PUBLICACIÓN:** | **N. DE PAGS: 87** | |
| **ÁREAS TEMÁTICAS:** Comunicación Social | | |
| **PALABRAS CLAVE:**<br>Redes Sociales - información - Impacto Comunicacional | | |
| **RESUMEN:**<br>El siguiente tema de investigación está situado en el campo virtual fundamental del siglo XXI que son las redes sociales, especialmente en la red social Facebook. Como objetivo está en analizar esta red social como fuente de información y el impacto social que produce, y así conocer el tipo de desinformación que circula proponiendo alternativas que mejoren su uso. Los soportes teóricos están centrados en el estudio bibliográfico con ilustraciones que se mencionaran en el transcurso de la investigación. Los métodos y técnicas se emplearon a la población que está conformada por (2) periodistas a los que se le aplico la técnica de la entrevista y a (356) moradores habitantes del sector mapasigue este a los que se les aplico la técnica de la encuesta. Los resultados de la investigación revelan que la gran mayoría de los ciudadanos se encuentran a diario con este tipo de desinformación por lo que es necesario una guía multimedia de orientación para detectar información falsa como una alternativa que mejore el uso de los generadores de contenido. | | |
| **N° DE REGISTRO** | **N. DE CLASIFICACIÓN:** | |
| **DIRECCIÓN URL (tesis en la web):** | | |
| **ADJUNTO URL (tesis en la web):** | | |
| **ADJUNTO PDF:** | **SI: ( X )** | **NO: ( X )** |
| CONTACTO CON AUTORA:<br>Oswaldo Enrique Vera González | **Teléfono:**<br>0939219019 | **E-mail:**<br>Tecnicomverag@gmail.com |
| **CONTACTO EN LA INSTITUCION:**<br>Facultad De Comunicación Social | **Nombre:** Eco. Eduardo Romero<br>**Teléfono:** 042937993 - 09911432552<br>**E-mail:** | |

## CERTIFICADO SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND

La presente tiene por objeto informar a usted el resultado del análisis del sistema URKUND, al cual fue sometido el trabajo de titulación perteneciente a la señor Oswaldo Enrique Vera González, cuyo tema es: "ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK COMO FUENTE DE INFORMACIÓN Y SU IMPACTO COMUNICACIONAL EN EL SECTOR MAPASINGUE ESTE CIUDAD DE GUAYAQUIL, AÑO 2016"**,** dicho informe presentó el siguiente resultado: tiene un 5%, lo cual está dentro de los parámetros regulares. Adjunto captura de pantalla del Informe.




Lcda. Janeth Díaz Vera, Mgs.
TUTORA

## CERTIFICADO DE APROBACIÓN DE LA TUTORA

En mi calidad de tutora de la Facultad de Comunicación Social, por el presente, tengo a bien **CERTIFICAR:** Que el estudiante Oswaldo Enrique Vera González, realizó el proyecto de investigación con el tema: "ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK COMO FUENTE DE INFORMACIÓN Y SU IMPACTO COMUNICACIONAL EN EL SECTOR MAPASINGUE ESTE CIUDAD DE GUAYAQUIL, AÑO 2016"**,** de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil**.** El mismo que ha cumplido con las directrices y recomendaciones dadas por la suscrita.

El participante ha ejecutado satisfactoriamente las diferentes etapas constituidas del proyecto, por lo expuesto se procede a la **aprobación del trabajo de titulación**, y se pone a vuestra consideración el informe de rigor para los efectos legales correspondientes.

_____

Lcda. Janeth Díaz Vera, Mgs.

TUTORA

## CERTIFICACIÓN DE/LA LECTOR(A) REVISOR(A)

En mi calidad de lector(a) y revisor(a) de la Facultad de Comunicación Social, por el presente:

**CERTIFICO:**

Que he revisado el proyecto de trabajo de titulación presentado como requisito previo para la obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social, del estudiante Oswaldo Enrique Vera González, realizó el proyecto de investigación con el tema: "ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK COMO FUENTE DE INFORMACIÓN Y SU IMPACTO COMUNICACIONAL EN EL SECTOR MAPASINGUE ESTE CIUDAD DE GUAYAQUIL, AÑO 2016"**.**

_____

MSc. FÁTIMA CASTRO TORRES
DOCENTE-LECTOR(A)-REVISOR(A)

**RENUNCIA DERECHO DE AUTOR**

Comunico a usted, que los derechos intelectuales del proyecto de investigación con el tema: estudiante Oswaldo Enrique Vera González, realizó el proyecto de investigación con el tema: "ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK COMO FUENTE DE INFORMACIÓN Y SU IMPACTO COMUNICACIONAL EN EL SECTOR MAPASINGUE ESTE CIUDAD DE GUAYAQUIL, AÑO 2016"**,** de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Comunicación Social (FACSO) de la Universidad de Guayaquil; pertenecen a la unidad académica.

_____

Oswaldo Enrique Vera González

Céd. 0931178099

## DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a Dios quien me dio la vida y me brindó las oportunidades que me permitieron cumplir mis metas, a mis padres Oswaldo Vera Muñoz y Elsy González Armijos, a mis hermanas Samantha y Daniela que me dieron todo el apoyo incondicional y que creyeron en mí dándome su ayuda, soporte y estabilidad.

Mis familiares y amigos que motivaron para seguir adelante aconsejándome en el transcurso del proyecto y me apoyaron para lograr culminar mi trabajo.

Oswaldo Enrique Vera González

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, que es mi guía en todo momento y me acompaña dándome la sabiduría para convertirme en una profesional.

A mis padres, por el soporte y la ayuda incondicional brindándomela educación, creyendo en mí logrando hacer posible esta meta anhelada.

A mis amigos, que me ayudaron y motivaron en mi etapa académica.

A mi tutora Msc. Janeth Díaz, quien me brindó su ayuda y labor siendo parte importante por la paciencia, orientación brindándome los conocimientos y sabiduría para mi preparación y superación académica en esta fase tan importante que es el proyecto de titulación.

Oswaldo Enrique Vera González

## ÍNDICE GENERAL

Pág

CARÁTULA……...…….……..……I
DIRECTIVOS……...……..……...II
FICHA DE REGISTRO DE TESIS…….…….……III
CERTIFICADO SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND……..……..…IV
CERTIFICADO DE APROBACIÓN…….……..V
CERTIFICACIÓN DE/LA LECTOR(A) REVISOR(A)……..……VI
RENUNCIA DERECHO DE AUTOR……VII
DEDICATORIA……..……...……...….VIII
AGRADECIMIENTO…….……...……...…IX
ÍNDICE……..…….…..……X
ÍNDICE DE TABLAS……...XIII
ÍNDICE DE FIGURAS……..XIII
RESUMEN……...…….…...……...XIV
ABSTRACT…….…...…….....XV
INTRODUCCIÓN……...…….…….……...……1
ESTRUCTURA DE LOS CAPÍTULOS…….2

CAPÍTULO 1
EL PROBLEMA
1.1 Planteamiento del problema……..……3
1.2. Formulación del problema……..……..…5
1.3. Objetivos de la investigación…….…….…….5
1.4. Objetivo general……..……..……..……..5
1.5. Objetivo específico…….……..5
1.6. Justificación…….…….……..……..5
1.7. Delimitación del problema……...…….…….…….....7
1.8. Hipótesis……...…….…….……..……7

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de la Investigación..……..……...……..8
2.2. Bases teóricas de comunicación……..……...……..9
2.3. Importancia de la comunicación…….…….....10
2.4. Tipo de comunicación…….....……..……..…....….11
2.5. Evolución de la comunicación.……...…..…….……12
2.6. Comunicación 2.0……..……..……...….....14
2.7. Las redes sociales……...……15
2.8. Cambios de la comunicación en la sociedad actual…….…….....16
2.9. La desinformación…….……18
2.10. Las redes sociales como fuente de información….……..……19
2.11. Impacto de las redes sociales en la comunicación……...……20
2.12. Impacto de la desinformación en los ciudadanos ..……..……22
2.13. La Ley Orgánica de Comunicación y la regulación de información que circula en las redes sociales……..……..…..23
2.14. Marco legal……...24

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño de investigación…….…….....……29
3.2 Tipos de investigación …….……..…….……29
3.3. Investigación bibliográfica……....…….……29
3.4. Investigación de campo……...…….…….30
3.5. Enfoque cuantitativo…….....……..31
3.6. Enfoque cualitativo..……....…….…32
3.7. Investigación descriptiva…….……...…..…….……...…..32
3.8. Metodología de investigación……....……33
3.9. Método deductivo…….…….……33
3.10. Método inductivo……...…….…….33

3.11. Método analítico……..……..……..……...…34
3.12. Técnicas e instrumentos de investigación……...…….……34
3.13. La encuesta……..…….……34
3.14. Entrevista…….……...……..…….....35
3.15. Población y muestra…….……...…….……35
3.16. Análisis de los resultados……..…….……..…37
3.17. Entrevista 1……..…….……38
3.18. Entrevista 2……..…..……..…….....40
3.19 Resultado de encuestas aplicadas a los habitantes del sector Mapasingue Este de la ciudad de Guayaquil. …….……...…43

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS
4.1. Título…….…….53
4.2. Justificación……..…….…….53
4.3. Objetivo general……..…..…….……...…….54
4.4. Objetivos específicos…….....……54
4.5. Factibilidad…….54
4.6. Presupuesto……...……...……..…….55
4.7. Descripción de la propuesta…….……...……..55
4.8. Conclusiones y recomendaciones……..64
4.9.Bibliografía..……...……..……..64
Anexos……...…….....65

ÍNDICE DE TABLAS

Pág

1. Tabla población……..……...…….35
2. Muestra……...……..…….……...…….37
3. Género……...……..…..…….……..…….44
4. Cuenta activa…….....……..……..45
5. Uso de la red social Facebook……..…….46
6. Facebook como medio de comunicación alternativo……..……..….47
7. Influencia de las redes sociales y los medios tradicionales…..……..48
8. Facebook como medio informativo……..49
9. Falsos contenidos en Facebook..……...……..……..50
10. Alternativas que mejoren el uso de Facebook para detectar información falsa……..51
11. Guía para identificar información falsa……...52
12. Recursos……..55

ÍNDICE DE FIGURAS

Pág

1. Figura edades de los encuestados..……..……...……43
2. Género……..……..……...…….44
3. Cuenta activa……..…..…….……...……...…..45
4. Uso de la red social Facebook…….....……46
5. Facebook como medio de comunicación alternativo...……47
6. Influencia de las redes sociales y los medios tradicionales……..……48
7. Facebook como medio informativo……...……...49
8. Falsos contenidos en Facebook…….50
9. Alternativas que mejoren el uso de Facebook para detectar información falsa..……..51
10. Guía para identificar información falsa……...……52

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**

"ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK COMO FUENTE DE INFORMACIÖN Y SU IMPACTO COMUNICACIONAL EN EL SECTOR MAPASINGUE ESTE CIUDAD DE GUAYAQUIL, AÑO 2016"


## RESUMEN

El siguiente tema de investigación está situado en el campo virtual fundamental del siglo XXI que son las redes sociales, especialmente en la red social Facebook. Como objetivo está en analizar esta red social como fuente de información y el impacto social que produce, y así conocer el tipo de desinformación que circula proponiendo alternativas que mejoren su uso. Los soportes teóricos están centrados en el estudio bibliográfico con ilustraciones que se mencionaran en el transcurso de la investigación. Los métodos y técnicas se emplearon a la población que está conformada por (2) periodistas a los que se utilizó la técnica de la entrevista y a (356) moradores habitantes del sector mapasigue este a los que se les aplico la técnica de la encuesta. Los resultados de la investigación revelan que la gran mayoría de los ciudadanos se encuentran a diario con este tipo de desinformación por lo que es necesario una guía multimedia de orientación para detectar información falsa como una alternativa que mejore el uso de los generadores de contenido.



**DESCRIPTORES:**

Redes Sociales – Información – Impacto Comunicacional

## ABSTRACT

"ANALYSIS OF THE SOCIAL NETWORK “FACEBOOK” AS A SOURCE OF INFORMATION AND ITS COMMUNICATIONAL IMPACT ON MAPASINGUE SECTOR, GUAYAQUIL-CITY, YEAR 2016"

The topic of this research is about fundamental virtual field of the 21st century, it is social networks, especially Facebook. The objective of this investigation is to analyze this social network as a source of information and the social impact it produces in order to know the type of disinformation circulating in this network and create a proposal to improve its use. The theoretical support is based on the bibliographic study with illustrations, which will be mentioned in the course of investigation. The methods and techniques used in this investigation are the interview; two journalists interviewed the inhabitants of this sector “Mapasingue” (356) according to the technique of the survey. The results of the investigation show, that the vast majority of citizens do receive misinformation every day, so it is necessary to have a multimedia guideline in order to detect false information as an alternative to improve the use of content generators.



DESCRIPTORS:

Social Networks - information - communications impact


**Traducción:**


**Lcda. Yana Inzhivotkina**

**Docente de Inglés**

**C.I. 0959126475**

# INTRODUCCIÓN

En este proyecto de investigación sobre el análisis de la red social Facebook como fuente de información y su impacto comunicacional en el sector Mapasingue Este de la ciudad de Guayaquil. Refleja en forma útil y necesaria, la verdadera realidad que enfrenta la población en general. Este problema mora también para las personas de distintos sectores de Guayaquil y del mundo, debido a que existe una mayor dependencia en el uso de las redes sociales como medio de interacción y comunicación por la rapidez y su facilidad de uso.

Siendo utilizado por la mayoría de las personas se ha convertido en un medio de comunicación alternativo dejando un poco de lado los medios de comunicación tradicionales como radio, prensa y televisión debido a la comodidad que brinda las redes sociales por ser una plataforma que puede ser utilizada desde cualquier dispositivo, además de recibir todo tipo de información casi instantáneamente y en algunos casos a tiempo real.

Las redes sociales lograron un avance en el mundo de la comunicación utilizado permanentemente por la gran mayoría de las personas e incluso en algunos casos como una herramienta fundamental, pero debido al acceso sin control, el anonimato y la falta de regulación hace que las personas estén expuestas a recibir información alterada.

La desinformación en las redes sociales llega a ser un problema mayor porque una noticia falsa puede darle la vuelta al mundo desencadenando una serie de calamidades dependiendo del tema que se trate es decir, si se crea una nota informativa sobre medicina y este llega a ser falso podría atentar con algo muy serio como la salud de los seres humanos.

Todas las personas están expuestas a recibir información falsa aunque sea persona joven o adulta, además de que no todos los usuarios tienen el mismo conocimiento de internet por ello es necesario establecer medidas ante esta situación que pone en riesgo el derecho de los seres humanos de recibir una información clara y verdadera.

**Este proyecto de titulación está estructurado de la siguiente manera:**

**Capítulo I**

**Planteamiento del problema:** Consiste en la problemática del tema, en la cual se desarrolla el planteamiento, formulación del problema, objetivos, justificación delimitación e hipótesis.

**Capítulo II**

**Marco teórico:** Aquí se detalla el campo científico de la investigación, los antecedentes, considerando las bases teóricas más importantes que se relacionen con el tema mencionado, esto incluye el marco teórico relacionando con varios trabajos académicos y el marco legal.

**Capítulo III**

**Metodología:** Se describe el diseño de investigación, los tipos de investigación, investigación bibliográfica, investigación de campo, métodos de investigación, técnicas e instrumentos de investigación, población y muestra, análisis de resultados de los instrumentos aplicados.

**Capítulo IV**

**Análisis de resultados:** Se presenta la interpretación de los resultados para así poder plantear la respectiva propuesta de acuerdo con el orden de los objetivos. Se establece las conclusiones y recomendaciones finales.

# CAPÍTULO

# 1. EL PROBLEMA

## 1.1 Planteamiento del problema

Las redes sociales influyen enormemente en la sociedad como una plataforma de interacción que asciende a diario convirtiéndose en el espacio virtual más utilizado por la población lo que lo lleva a ser manejado como un espacio información masiva.

El impacto del internet y las redes sociales en la población de cualquier país es inmenso, y esto influye mucho en las personas que lo utilizan como medio informativo porque ofrece muchas funciones como plataforma virtual, desde el cómodo acceso, el fácil uso y las diversas aplicaciones que este tiene, hasta la conexión global y la intercomunicación a tiempo real. De esta manera resalta su relevancia como medio informativo y participativo que a pesar de todos estos beneficios no tiene el control adecuado.

Por otro lado, al ser un ciberespacio de fácil uso sin restricciones existe el problema de la información falsa que se crea y se envía a la red. Esta desinformación que se hace pasar por verdadera puede o no ser percibido por los usuarios y al ser compartida se genera una cadena de desinformación expansiva lo que puede crear confusión, peligro y en casos extremos caos social.

Una noticia falsa en una red social puede generar desconcierto, inseguridad y llega a ser un riesgo para la persona que lo recibe dependiendo del contenido que este tenga, es decir, si el usuario se encuentra con un contenido que hable de medicina y este llega a ser falso puede atentar con algo muy serio que es la salud de los seres humanos.

Un ejemplo claro aconteció el 16 de abril del 2016 en Ecuador durante el terremoto de gran dimensión con una magnitud de 7.8 el sismo más fuerte en la historia de este país,

devastando gran parte de la población. En consecuencia de lo ocurrido muchos lugares utilizaron las redes sociales como principal fuente para informarse en otras palabras la forma más rápida de recibir información a tiempo real era por la red, por este motivo algunas páginas difundieron falsos contenidos acerca del terremoto argumentando que ocurriría una réplica más fuerte y que traería consigo un tsunami creando miedo y desconcierto en la población.

La información es sinónimo de conocimiento pero, a pesar de ello, es necesario que los usuarios tengan una educación y posean un criterio formado debido a que la información que muchas veces se maneja en internet especialmente en las redes sociales es falsas y manipulada con la intención de gestionar desconocimiento, confusión, o simplemente generar visitas.

La desinformación puede traer consecuencias muy graves que además de producir desconocimiento crea confusión social lo que puede generar caos e incluso desprestigio hacia personas o grupos determinados dependiendo del tema que se presente y se trate.

La manipulación de información es una realidad en la que se crea falsos contenidos o se distorsionan los hechos con el propósito de confundir un contexto concreto sobre cualquier hecho o situaciones de personajes en específico. Una forma de desinformar es crear rumores sobre algún suceso para confundir una verdad.

Por ello la saturación de información en internet especialmente en la red social Facebook que es la plataforma más usada en el mundo hace creer a la gente que está informada lo que lleva como resultado que las personas se adapten a novedades de interés general receptando información que en muchas ocasiones no es confirmada y se utiliza con intención de generar popularidad, visitas o en casos polémicos para desprestigiar a personas o grupos específicos.

## 1.2 Formulación del problema

¿Cuál es el impacto social de la red social facebook como fuente de información y su impacto comunicacional en el sector Mapasingue Este de la ciudad de Guayaquil, año 2016?

## 1.3 Objetivos de la investigación

## 1.4 Objetivo General

Analizar la red social facebook como fuente de información y su impacto social en el sector Mapasingue Este de la ciudad de Guayaquil, año 2016.

## 1.5 Objetivos Específicos

Conocer el tipo de desinformación que se circula en la red social Facebook.
Determinar de qué manera incide la desinformación en el sector Mapasingue Este.
Establecer los efectos negativos que produce la desinformación en la población.
Diseñar una guía multimedia de orientación para detectar información falsa proponiendo alternativas que mejoren el uso y generación de contenidos.

## 1.6 Justificación

A diario desde las primeras horas de la mañana hasta la noche la población de la ciudad de Guayaquil, que casi en su totalidad utiliza las redes sociales como medio de interacción e información, están expuestas a recibir información alterada y no verificada debido al acceso sin control, el anonimato y la falta de regulación para confirmar la fuente de las misma.

Al usar las redes sociales como fuente de conocimiento informativo y forma de comunicación es fácil acceder a publicaciones cómodas que muestran fotos, videos y títulos llamativos en forma de noticias y el inconveniente está en que se visualiza, escucha y se lee sin cuestionar el trabajo investigativo buscando la fuente oficial y solo se conforman con las publicaciones que se comparten en las redes sociales.

Por consiguiente se cae en un círculo de desinformación que no solo se fundamenta en comunicar voluntariamente información falsa, si no que conlleva una planificación y un diseño semiológico para que el mensaje falso se transporte en forma de noticia real y llegue a ser interpretado por el receptor causando un impacto positivo o negativo dependiente del mensaje que se envié.

Según la encuesta de condiciones de vida realizada por el Instituto Nacional de estadísticas y Censos del año 2016 (INEC), alrededor del 98% de la población ecuatoriana tienen una cuenta en Facebook lo que convierte a esta plataforma como la red social más usada en el país. De los cuales se verifico que en la población de la ciudad de Guayaquil el 96.8% de la población cuenta con su perfil en dicha red social.

En consecuencia, Facebook al ser el mayor generador de contenido como plataforma de interés social, es utilizado como la más grande herramienta para compartir información y puede ser usada por cualquier persona que tenga una cuenta en esta red social, además que no excluye a la población ya que es utilizada tanto por personas naturales como jurídicas, instituciones públicas, privadas o gubernamentales. Debido a esta razón la actividad social puede ser vulnerable a la proliferación de desinformación e dicha red.

La desinformación ha existido a lo largo de la historia, sin embargo, tras la existencia del internet y de Facebook esta se ha masificado. Del mismo modo que una desinformación de puede emitir por error, también existe los falsos contenidos colocados de manera intencionada para lograr confusión.

Muchas veces las personas llegan a ser partícipe de la distribución de estos falsos contenidos debido a que no siempre conocen la realidad o los intereses de los creadores de este tipo de información falsa por lo tanto los usuarios lo hacen de manera condicionada por la confusión existente por no haber una guía que permita detectar este tipo de información y así confirmar los diferentes contenidos encontrados en esta plataforma.

Por lo antes expuesto de todos los aspectos negativos que genera cierta desinformación que circula en esta plataforma social se justifica la realización de este trabajo de investigación que servirá como fuente de consulta y a la vez conocer mucho de los aspectos que se desconoce sobre el impacto social que ocasiona la red social Facebook como fuente de desinformación; y con ello aportar a la posible solución mediante la propuesta planteada que consiste en diseñar una guía de orientación para detectar información falsa, proponiendo alternativas que mejoren el uso y generación de contenidos.

### 1.7 Delimitación del problema

Campo: Social

Área: Comunicación Social.

Localización: Guayaquil.

Aspecto: Comunicación

Analizar la red social facebook como fuente de información y su impacto social en el sector Mapasingue Este de la ciudad de Guayaquil, año 2016.

Problema: Efectos negativos de recibir y emitir información falsa.

### 1.8 Hipótesis

La red social Facebook como medio de comunicación masiva de información y su uso descontrolado afecta a la población del sector Mapasingue Este de la ciudad de Guayaquil, debido a la desinformación que circula sin ningún tipo de orientación ni prevención.

# CAPÍTULO II

# MARCO TEÓRICO

## 2.1 Antecedentes del estudio

Revisando el repositorio institucional (http://repositorio.ug.edu.ec/) de la Universidad de Guayaquil, de la Facultad de Comunicación Social, se encontraron estudios similares al planteado en esta investigación. Los cuales son:

"El uso de las redes sociales y su incidencia en el rendimiento académico de los estudiantes del colegio Provincia de Bolívar", cuyo autor es el señor Ronald Fabricio Cañola Aveiga, quien planteó como objetivo de investigación analizar y determinar los efectos de las redes sociales en el rendimiento de los alumnos para implementar una campaña de concientización sobre el uso adecuado de las redes sociales.

Otro tema encontrado fue "influencia de las redes sociales en el comportamiento de los adolescentes estudiantes de la unidad educativa Francisco Huerta Rendón, Guayaquil, siendo el autor de esta estudio el señor Jhony Abel Proaño Vega. El objetivo general es capacitar a la juventud en el uso correcto de las redes sociales para su desarrollo como personas y buen vivir en busca de una mejor calidad de vida individual y colectiva.

Además de los temas antes mencionados se halló el siguiente: "influencia de las redes sociales como medio de comunicación alternativo, en los estudiantes de tercero bachillerato del colegio fiscal técnico provincia de Chimborazo. Implementar talleres del uso de las redes sociales", autor José Luis García Gómez; quien planteó como objetivo general analizar cómo influyen las redes sociales como medios de comunicación alternativos, en estudiantes del tercero bachillerato del colegio Provincia de Chimborazo.

Consecutivamente en el siguiente problema del proyecto planteado que es "análisis de la red social Facebook como fuente de desinformación y su impacto comunicacional en la población de la ciudad de Guayaquil", se asimila con los proyectos anteriormente

plasmados en que se encarga de conocer los efectos negativos que tienen las redes sociales y como estos afectan a la sociedad, pero por el contrario se diferencia de los temas previamente señalados porque el objetivo principal es analizar la red social facebook como fuente de información y su impacto social en el sector Mapasingue Este de la ciudad de Guayaquil, es decir determinar de qué manera la información directa que se recibe en las redes sociales teniendo como resultado la desinformación en la estructura comunicativa de la población porque la comunicación es la base de toda sociedad y si esta es deformada puede alterar la sociedad, la cultura y el derecho a recibir información veraz, precisa y contextualizada.

## 2.2 Bases teóricas

### Comunicación

La comunicación que proviene desde tiempos atrás, del latín comunicatio que tiene como significado comunicar, que es el proceso de intercambio de información entre un emisor y un receptor o varios receptores con el fin de trasmitir y recibir mensajes a través de un sistema de símbolos constituido por modelos semánticos.

Cuando signos semióticos se codifican para transferirse y ser descodificado por el destinatario se cumple el proceso de comunicación de los cuales existen diferentes tipos representa en comunicación verbal, no verbal (Gestual o corporal), y la comunicación escrita. En el proceso existen varias funciones, pero la primordial es informar y esta se logra mientras la transmisión y recepción de información (mensaje) se haga de forma correcta.

Según (García, 2010)

> "La comunicación es por necesidad un proceso bidireccional, podemos ver claramente en los conceptos anteriormente citados que para que exista comunicación debe haber un emisor y un receptor, de aquí deducimos que en el ejercicio de la comunicación debe haber como mínimo dos personas aunque esto es no limitativo. Aunque se entiende normalmente a la comunicación como el intercambio de información entre

> dos o más personas, esto no se limita al uso del lenguaje hablado o escrito, los gestos, las reacciones físicas ante un mensaje determinado son interpretadas por el emisor como una respuesta al mensaje que emite, por esta razón podemos decir que aun cuando alguna persona se niegue a recibir una información, esta es una respuesta a dicha información y por ende ha habido comunicación".

Por esta razón se manifiesta de diferentes formas en todos los lugares del mundo llegando a ser y coexistir en nuestra vida cotidiana, siendo parte de nuestras diferentes actividades diarias.

Debido a que la comunicación se convirtió en una necesidad para los seres humanos, esta trasciende a través de la historia adaptándose a distintas formas y evolucionando para así expandirse, acomodarse, educarse y entenderse.

**2.3 Importancia de la comunicación**

La comunicación es un proceso de vital importancia en el mundo desde tiempos atrás hasta la actualidad, esta actividad conlleva a interrelacionarnos con la humanidad con el fin de recibir y transmitir indistintos tipos de mensajes a través de códigos dentro de un conjunto de normas semióticas que ayudan a percibir el mensaje desde el canal en el que este se encuentre. Habitualmente se valora a la comunicación como un convenio apropiado entre las personas para llegar a acuerdos de entendimiento hacia aprender y compartir información y así poder coexistir en comunidad.

Es significativo entender que la comunicación ayuda a transmitir diversas formas de pensamiento, además de ideas, hechos, sentimientos y estos a su vez se transforman en signos para que la información pueda ser descodificada y entendida por uno o varios receptores. Este intercambio de información da la habilidad a los seres humanos para que se desarrollen en conjunto y compartan conocimientos, experiencias e ideas y así estas se registran para el entendimiento hacia un convivir más próspero.

Con el avance de la comunicación se logró constituir culturas estableciendo medios por los cuales el conocimiento pudo ser conservado y compartido para que las generaciones que preceden logren avanzar, intensificando sus relaciones de conocimiento logrando expandirse hacia un escenario global para que cada generación contribuya un futuro de conocimiento que pueda ser utilizado y compartido.

De acuerdo con (Caballero, TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA INFORMACION, 2010):

> "Los contenidos didácticos de teoría de la comunicación y de la información tienen por objeto el estudio de los principios y fundamentos de la comunicación pública, así como de los fenómenos informativos, el análisis de la interacción con la vida política y social, las leyes precisas que gobiernan la actividad de los medios, así como los elementos y componentes fundamentales que determinan la comunicación como objeto de estudio". (p. 9)

Resulta transcendental que a través de la comunicación surjan diferentes ramas que apunten hacia un avance informativo que se pueda dirigir al mundo en la vida y a la sociedad.

**2.4 Tipos de comunicación**

La comunicación es la habilidad que tiene el ser humano para proyectarse con sus semejantes, y existen diferentes formas que se clasifica en los siguientes tipos.

La comunicación oral o verbal; se manifiesta a través del sonido codificado generado por el emisor (habla), y este a su vez necesita del sentido del oído del receptor por el cual escucha y descodifica el mensaje cumpliendo el proceso de comunicación.

La comunicación no verbal; se emite a través de simbologías en imágenes sensoriales representadas por movimientos corporales usando espacios físicos. En este tipo de

comunicación no se usan las palabras pero sin embargo se puede emitir diferentes clases de sonido que representen una simbología semiótica.

La comunicación escrita; se muestra a través de un conjunto de símbolos semióticos plasmados en un "canal" donde el o los receptores pueden descodificar los signos a través del sentido de la vista y así interpretar correctamente los mensajes escritos. Este tipo de comunicación es muy importante y de cuidado ya que el emisor y receptor deben tener conocimiento para cumplir con todas las normas de la escritura y poder hacerlo de la manera correcta.

La comunicación gráfica; se utilizan diferentes clases de simbología descrita en un medio o canal semiótico donde se representan y se interpretan signos que no necesariamente son palabras, si no es una combinación de esquemas ubicados en una imagen que el receptor pueda ver e interpretar de los cuales las representaciones varían e un mensaje objetivo o subjetivo dependiendo del emisor o receptor.

**2.5 Evolución de la comunicación**

La comunicación ha sido utilizada desde la época primitiva hasta actualidad y con ella se han desarrollado muchas formas de comunicación que se transformaron con el pasar del tiempo para que estas a su vez vayan mejorando y tengan más accesibilidad para la población de los cuales se ha necesitado medios de fácil uso y entendimiento que logren adaptarse a la necesidad de una comunidad. La historia los ha catalogado en las siguientes etapas desde la era primitiva hasta la actualidad y la tecnología.

La primera etapa se produce a través de pinturas rupestres hasta los jeroglíficos plasmados en piedra o en una pared de los que son responsable los egipcios. Luego con el tiempo los romanos utilizaban a las personas para transmitir información de un lugar a otro mientras que en otro lado del mundo en el continente americano, los indios utilizaban el humo de las fogatas para enviar mensajes.

Luego en una segunda etapa los medios de comunicación evolucionaron con la invención del telégrafo que fue un salto en el mundo de la comunicación porque permitió enviar mensajes a distancia basados en signos llamados código morse.

Dentro de esta etapa otra forma de enviar mensajes a largas distancias era a través de palomas mensajeras que permitían llevar comunicados a diferentes lugares.

Luego con el pasar de los años la comunicación dio un gran salto con la invención del teléfono, que se convirtió en un instrumento de gran utilidad hasta la actualidad ya que permite enviar mensajes cruzando dispositivos telefónicos en tiempo real.

Otro gran salto en la comunicación fue el invento del radio que se convirtió en un sistema de comunicación atractivo para transmitir mensajes en masas a través del sentido de la audición.

El invento de la televisión revoluciono el sistema de comunicación porque permite ver y escuchar al mismo tiempo un mensaje informativo. Este a su vez supero cualquier tipo de comunicación hasta el invento de la computadora que al pasar de los años se transformaron en ordenadores más atractivos que utilizaban mucho menos espacio.

Así mismo, por la necesidad y para la facilidad de comunicarse se creó los dispositivos móviles que en muy poco tiempo se convirtieron en un recurso indispensable para la comunicación ya que son capaces de conectar en cualquier lugar del mundo con cualquier persona que posea estos dispositivos.

Dentro de los adelantos tecnológicos para enlazar a las personas del mundo surgió el internet que supero y cambio la forma de comunicación porque vincula a la población a nivel global y satisface la mayor demanda de necesidades por ser útil y de fácil uso ayudando a conectarse con un mundo cada vez más adaptado a este sistema que interrelacionan a la humanidad de manera sencilla y rápida.

## 2.6 Comunicación 2.0

La comunicación 2.0 es un gran salto en el mundo informativo y de interacción, esta evolución en la tecnología ayuda a la población a tener una comunicación más abierta, eficaz, que no solo se limita en observación pasiva de cualquier contenido de modo que tiene por peculiaridad la interacción expansiva de espacios de información a través del internet.

La web permite crear espacios informativos a través plataformas de interacción con una gran cantidad de funciones útiles por este motivo los usuarios pueden interactuar entre sí no solo limitándose a receptar la información si no a su vez creando contenido y compartiendo los mismos. La ventaja de la comunicación 2.0 es que se puede establecer conexión con la web global desde cualquier dispositivo que disponga internet lo que se aprovecha su potencial por ser de fácil uso y fácil movilidad.

(Valerio-Ureña & Valenzuela-González, Redes sociales y estudiantes universitarios: del nativo digital al informívoro saludable., 2011):

> "Los medios impresos, la radio, la televisión, la telefonía mó- vil y por supuesto internet, han favorecido el surgimiento de millones de fuentes de información en toda la Tierra. El mundo de hoy está regido por la información; todos los días creamos y consumimos grandes cantidades gracias a los avances tecnológicos. Si bien se tiene claro que no todo el mundo tiene acceso a internet, y en ocasiones ni siquiera a los servicios básicos, no se puede negar que su presencia, en la mayoría de las poblaciones urbanas, ha transformado el quehacer cotidiano. Estos cambios tecnológicos han venido necesariamente acompañados de un cambio en la perspectiva sociocultural. Parte de ellos están ligados a la nueva mentalidad de los jóvenes y cómo éstos están mucho más abiertos al cambio y tienen una mayor cantidad de hábitos relacionados con la comunicación con otros". (p. 668)

Por consiguiente se demuestra una gran ventaja de la comunicación 2.0 en comparación de los medios tradicionales en los que no se podía ser participe en contenido si no que solo se limitaban a ser observado.

## 2.7 Las redes sociales

Entre las plataformas sociales más utilizadas en el internet se encuentran las redes sociales que es el producto del ciberespacio que contiene múltiples usos además de su función principal que es comunicarse entre usuarios que comparten algún tipo de conexión social también al pasar de los años se ha incorporado en estas plataformas diferentes aplicaciones útiles que facilitan compartir y recibir información.

Dentro de las condiciones de las redes sociales se han implementado una gran cantidad de funciones que además de comunicar de forma directa se puede participar de forma indirecta en ella subiendo fotos, compartiendo estados, blog de noticias, hasta el punto de transmitir en vivo desde cualquier lugar del mundo sin restricciones de edad. Conforme el pasar de los años se suma miles de personas que se vuelven participes en el uso de estas redes sociales, desde adolecentes, jóvenes, e incluso adultos mayores cuentan en su mayoría con un perfil de los cuales son revisados diariamente.

Por consiguiente argumenta (Valerio-Ureña, Redes sociales y estudiantes universitarios: del nativo digital al informívoro saludable, 2011):

> "Las redes sociales en línea son una más de las múltiples herramientas que hoy están al alcance de todos. "Sin embargo, ninguna herramienta es por sí misma positiva o negativa. Es la forma en que se utiliza lo que hará la diferencia entre un resultado positivo y uno negativo". (p. 669)

Por esta razón se considera que las redes sociales son una ventaja en el mundo de la comunicación de lo cual como instrumento y usado de manera adecuada permite expandir los límites de una sociedad, ayudando a globalizar contenidos que pueden ser aprovechados desde cualquier usuario en algún lugar del mundo.

## 2.8 Cambios de la comunicación en la sociedad actual

Los medios que se utilizan para comunicarse han avanzado con el pasar de los años, esto hace que en pleno siglo XXI se tenga la facilidad de participar en la comunicación global a tiempo real a través de la disposición que tenemos por medio del internet.

Con el internet y los avances de la tecnología que se utiliza para informar y comunicar se ha logrado establecer una evolución en este proceso llamado comunicación 2.0 que se maneja a través de la red de internet y debido a facilidad de su uso y los servicios que estos ofrece hace que la demanda de usuarios sea bastante alta. Lo que singulariza su uso generalmente es la interrelación entre las personas que a través de un servidor o cualquier dispositivo que tenga conexión a internet pueda ocupar los contenidos y además de interrelacionarse con las demás personas pueda informarse a tiempo casi real, pero, de la misma forma al ser una plataforma de fácil uso existe mucha desinformación de la misma.

Las plataformas globales más utilizadas sin duda alguna son las redes sociales que tuvieron sus inicios a mediados de la primera década del siglo XXI que son espacios virtuales o páginas web que permiten que los usuarios interactúen entre sí por diferentes motivos o algunos intereses en común, a través de sus utilidades y novedosas ideas, hacen que las personas tengan la necesidad de tener su cuenta activa por la facilidad de uso y su interacción a tiempo real para manejar información.

Según (Arriagada, 2013):

> "De hecho, el espacio virtual generado por el internet representa un nuevo espacio público para interrelaciones sin restricciones de tiempo ni de espacio, siendo las redes sociales la mayor expresión de este fenómeno. En ellas la dinámica de grupos y la comunicación interpersonal se manifiesta de manera similar a los grupos sociales en el mundo físico, generándose también relaciones de poder, emergencia de líderes, jerarquización de los miembros y monopolización de las opiniones". (p. 26)

Para enfrentar ambas realidades es necesario que las personas desarrollen; por un lado, una actitud crítica para analizar contenidos mientras que; por otro, estimulen una participación activa en las redes sociales para evitar la hegemonía.

Tener una cuenta en las redes sociales se ha vuelto indispensable para todas las personas, desde los estudiantes, organizaciones institucionales, hasta personas que lo utilizan como medio de trabajo, incluso personalidades públicas eminentes desde cualquier dispositivo en cualquier lugar del mundo.

Se determina según estudio global que en el 2016 la población en el mundo sobrepasa los 7.395 millones de habitantes del planeta, de los cuales 3.419 millones tienen acceso a internet por cual más de y 2.307.000.000 de personas usan regularmente las redes sociales con un incremento de más del 10% por año.

En una población cada vez más acoplada a la web, la tecnología y al uso de las redes sociales crea e innova con diferentes contenidos informativos que en consecuencia convierte a las redes sociales como fuentes de noticias lo que da como resultado que se produzcan competencias entre las mismas para emitir la información con mayor rapidez en lugar de mayor calidad.

De acuerdo con (Cabrero, 2012):

> "Esto es, algo específico. Tal conjunto (pensamiento-y-realidad) relacional solamente in extremis es dicotómico (ambivalente, dual, etc.) o confuso: normalmente tiene una estructura de redes, conecta, liga, crea interdependencias; lo que conlleva tensiones y conflictos relacionados. Las normas (y reglas) son una forma absolutamente necesaria e inevitable para regular «normalmente», es decir, en condiciones no extremas, las contingencias de situaciones y acontecimientos que, en lo social, no están en ningún momento determinadas a priori." (p. 266)

Por consiguiente es necesario saber qué tipo de contenido se distribuye en las redes para poder determinar el manejo de información y así clasificar la utilidad que está presente.

La información cada vez se maneja con mayor rapidez y la utilización de la misma se masifica con lo que puede resultar como desinformación ya que las fuentes muchas veces no son fiables y por la rapidez que se maneja pasa por alto ese punto esencial que ayuda a verificar la información que se nos presenta en las misma.

**2.9 La desinformación**

El término desinformación proviene de la traducción literal del término Ruso dezinformatsia, que fue empleada para referirse a intoxicación informativa o informaciones falsas.

De la misma forma se generan de manera intencionada los falsos contenidos en internet con temas polémicos que llamen la atención del público para generar grandes cantidades de visita en poco tiempo y a base de esto se genera una cadena de contenidos desinformativos lo que resulta un grave problema.

(Martinez E. , 2013), argumenta:

> "Señalar las fuentes más frecuentes de desinformación es importante, porque las personas no podemos reconocer una información incorrecta a no ser que se nos advierta de ello. En otras palabras: solemos dar por supuesta la veracidad de las informaciones que consumimos, a no ser que tengamos una fuerte motivación que nos lleve a examinarlas con más atención. De hecho, las personas solemos dar por correcta una determinada información sí. Es consistente con otras cosas que la gente asume: es el conocido fenómeno del sesgo de confirmación".

El predominio de las redes sociales como ente desinformativo tiene como procedencia el acceso sin control, la falta de regulación y el anonimato. Esto causa que los

contenidos publicados en la red carezcan de veracidad, credibilidad, confiabilidad, etc. Lo que crea más desinformación y genera destrucción de la inteligencia colectiva.

Al recibir información no verificada haciéndose pasar por confirmada, atenta directamente con el conocimiento y a la vez, transgrede con nuestro juicio para procesar información además que nos condiciona a dar por supuesta la autenticidad a las informaciones que recibimos.

**2.10 Las redes sociales como fuente de información**

Con la evolución de la tecnología, su facilidad de uso y su importancia en un mundo globalizado que se adapta al cambio haciendo que cada vez sea más accesible ha convertido a las redes sociales como la nueva fuente de información.

Los sitios web, principalmente la red social facebook, ha superado los medios de comunicación convencionales como la televisión o la radio y se ha posicionado como el principal proveedor de información para la población cambiando los esquemas debido a la adaptación de la comunicación 2.0.

Debido a los nuevos dispositivos móviles que facilita la accesibilidad a las redes sociales y por consiguiente a la información que esta plataforma brinda aumenta el consumo informativo debido a que se participa directamente con las paginas fuentes comunicación e información.

Las redes sociales contribuyen a un nuevo espacio amplio en la comunicación gracias a la inmediatez y la opción que tiene los usuarios de participar en los contenidos, contribuyendo a que se vuelva viral. Esto cambio la forma de hacer periodismo, brindando contenidos en formatos digitales e interactuando con los usuarios que participen en las redes sociales

Según (Becerra, 2014):

> "El llamado periodismo 2.0 trajo aparejado una serie de cambios importantes, entre ellos la hipertextualidad, el uso de contenidos multimedia, la interactividad y la inmediatez en la difusión de contenidos. Dichas modificaciones produjeron un viraje significativo en cuanto a los modos de establecer relaciones con la información por parte de los periodistas online". (p.15)

Las noticias web o la información digital, son ahora la representación de la nueva forma de periodismo que permite que los periodistas respondan a la evolución tecnológica a la que se han adaptado la población, lo que rompe con la línea unidireccional de la comunicación y el ciudadano o el usuario tiene la posibilidad de participar con esta nueva herramienta comunicativa.

### 2.11 Impacto de las redes sociales en la comunicación

El internet se convirtió en la principal herramienta de comunicación gracias a todas las comodidades y utilidades que este ofrece a la sociedad, provocando que sus contenidos en las redes sociales se conviertan en el principal medio de comunicación e información dejando atrás a los medios convencionales posicionándose como el más importante y el más usado, inversamente, la facilidad de recibir equivocaciones, engaños y un conjunto de reacciones erradas de manipulación, chantaje y desinformación pueden ser desencadenadas con solo un clic.

Es impresionante la facilidad con la que se puede manejar información incorrecta en una red social transformando la opinión pública, degradando muchas veces la información auténtica. En este sentido se disminuye la calidad de los contenidos informativos provocando un efecto contrario al que se proyecta.

En muchas ocasiones las publicaciones en las redes sociales son modificadas con la intención de desinformar, en otras ocasiones pueden ser mal interpretadas o mal entendidas como la publicación de alguna imagen, video o cualquier post informativo.

Según el sociólogo (Chomsky N. , 2013):

> "Si sabes lo que estás buscando y tienes un sentido razonable de cómo proceder, internet puede ampliar tus perspectivas. Pero si te aproximas a internet de manera desinformada, el efecto puede ser el opuesto. La mayoría usa internet como entretenimiento, diversión. Pero de la minoría que la usa para adquirir información, lo que se puede ver es que las personas localizan muy rápidamente sus sitios favoritos y los visitan porque refuerzan sus propias ideas. Entonces te vuelves adicto a esos sitios, que te dicen lo que estás pensando y no miras otros. Eso tiene un efecto de auto reforzamiento; el sitio se vuelve más extremista, y tú te vuelves más extremista y te separas más de los demás".

La relevancia de las redes sociales en un mundo de información que avanza día a día globalizando la población puede contribuir como base de un desarrollo pero a su vez se tiene el riesgo de desinformar deliberadamente en formas descomunales alejando a la sociedad de la realidad creando confusión y aquel desconcierto puede generar reacciones en cadena expandiendo los contenidos desinformativos.

En el mundo de la comunicación esto tiene un gran impacto en la sociedad debido a que la gran variedad de creadores de contenido en las redes comparten incesantemente notas informativas muchas veces falsas haciéndose pasar como información verídica contradiciendo o descreditando a los espacios de comunicación lo que termina en una confusión mediática.

La producción masiva de los contenidos en la web genera un consumo abundante de información lo que en este sentido acaba en una sobresaturación informativa y esto a su vez crea un impacto negativo en los contextos informativos para manipular o distorsionar la opinión pública y esto puede concluir en distracción de la sociedad.

Para (Caballero, La comunicación es utilizada como sistema de control para la guerra que oculta formas de poder en la aldea global del capitalismo, 2013):

> “Esa ilusión de transparencia, la falsa idea de que Internet nos hace libres, que la información nos libera de la realidad, es este dispositivo positivista, moderno de control y vigilancia que oculta las formas de poder y control que se dan en la aldea global del capitalismo”.

En el enfoque de las redes sociales estas reconocen a los usuarios permitiéndoles realizar diferentes funciones entre ellas la opción de crear perfiles subir y compartir contenidos tanto personales como de relevancia noticiosa o informativa convirtiéndose en el nuevo medio de comunicación evolucionado que globaliza a la sociedad expandiéndose y diversificando este nuevo medio.

**2.12 Impacto de la desinformación en los ciudadanos**

En un mundo interconectado donde la saturación de información es evidente a diario se vuelve muy fácil que un contenido en forma de noticia sea falso y que aun así circule con rapidez en las redes llegando a volverse viral. La velocidad progresiva de la sociedad en el uso de Facebook crea una avalancha de información de forma instantánea donde más importante es la rapidez que la eficacidad.

Una mentira en forma de noticia puede darle la vuelta al mundo antes de que la verdad sea confirmada, todo esto surge porque las personas ya no son precavidas en emitir una información o compartir un contenido, así mismo al expresar un comentario al mundo aunque estén errados. Esto causa un gran perjuicio para la población debido a que la desinformación desplaza a la verdad.

Errar en una información y emitirla equivale a equivocarse lo que en un ser humano no es nada nuevo, pero las redes sociales generan impacto en las publicaciones generando reacciones a nivel global debido a que es fácil que se vuelva viral un contenido, y debido a su gran alcance es complicado contrarrestar algún tipo de desinformación.

(Chomsky N. , 2013) asegura:

"Se puede hacer un buen uso de la red, teniendo en claro qué es lo que se está buscando, y pudiendo interactuar con amigos auténticos en diferentes partes del mundo... Por otro lado, el internet también tiene el efecto opuesto. Es como cualquier tecnología es básicamente neutra, puedas usarla en forma constructiva o dañina. Las formas constructivas son reales, pero muy pocas."

La consecuencia primordial que genera la desinformación en la sociedad es la ignorancia, porque una persona desinformada puede ignorar contexto de la verdad y esto hace que la capacidad crítica de la población se vea directamente afectada puesto que la acción de discusión, análisis o debate se encuentran engañados ya que no están en el real contenido de los hechos.

## 2.13 La Ley Orgánica de Comunicación y la regulación de información que circula en las redes sociales

Según en la Ley Orgánica de Comunicación del registro oficial Nº 22 - Martes 25 de junio de 2013.

En el artículo 4 de la Ley Orgánica de Comunicación indica q todos los contenidos emitidos en internet desde datos personales hasta un informe propio en un comentario en una publicación de cualquier tipo en las redes sociales o en alguna plataforma de internet no será regulada pero esto a su vez no descarta alguna infracción o sanción penal por algún delito o contravención en otras leyes.

Así mismo en el artículo 16 resalta la importancia que tiene el público en recibir información verídica de los medios de comunicación y a su vez que estos sean difundidos en la web para que estén al alcance de todos los ciudadanos.

### 2.1.4 MARCO LEGAL

**Constitución de la república del Ecuador año 2008**

Artículo 4.- Contenidos personales en internet. "Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet."

DERECHOS SECCIÓN TERCERA
COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social y al acceso en igualdad de al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras, que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución, en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN 2013

La Ley de Comunicación se refiere al tema de las redes sociales en el siguiente artículo:

Capítulo I

DISPOSICIONES PRELIMINARES Y DEFINICIÓN

Art.4.- Contenidos en redes sociales.- Esta ley no regula la información u opinión que circula a través de las redes sociales.

Artículo 17.- Derecho a la libertad de expresión y opinión. "Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la Ley"

Artículo 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.

1.- Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos administrativo, civil y penal cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Los comentarios formulados al pie de las publicaciones electrónicas en las páginas web de los medios de comunicación legalmente constituidos serán responsabilidad personal de quienes los efectúen, salvo que los medios omitan cumplir con una de las siguientes acciones:

2.- Informar de, manera clara al usuario sobre su responsabilidad personal respecto de los comentarios emitidos.

3.- Generar mecanismos de registro de los datos personales que permitan su identificación, como nombre, dirección electrónica, cedula de ciudadanía o identidad o; 60

4.- Diseñar e implementar mecanismos de autorregulación que eviten la publicación, y permitan la denuncia y eliminación de contenidos que lesionen los derechos consagrados en la Constitución y la ley.

Los medios de comunicación solo podrán reproducir mensajes de las redes sociales cuando el emisor de tales mensajes esté debidamente identificado; si los medios de comunicación no cumplen con esta obligación, tendrán la misma responsabilidad establecida para los contenidos publicados en su página web que no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Artículo 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. "Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo" (LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN 2013).

CÓDIGO ORGÁNICO INTEGRAL PENAL

En el nuevo Código Orgánico Integral Penal (COIP) hay sanciones contra quienes violen la privacidad de las redes sociales:

SECCIÓN SEXTA

Delitos contra el derecho a la intimidad personal y Familiar Artículo

178.- Violación a la intimidad.- La persona que, sin contar con el consentimiento o la autorización legal, acceda, intercepte, examine, retenga, grabe, reproduzca, difunda o publique datos personales, mensajes de datos, voz, audio y vídeo, objetos postales, información contenida en soportes informáticos, comunicaciones privadas o reservadas de otra persona por cualquier medio, será sancionada con pena privativa de libertad de uno a tres años. No son aplicables estas normas para la persona que divulgue grabaciones de audio y vídeo en las que interviene personalmente, ni cuando se trata de información pública de acuerdo con lo previsto en la ley.

2.5.- Definición de términos Al invadir el mundo de la investigación aparece la duda de cómo encarar el proceso de la recolección de datos; además de habilidades para redactar e interpretar el contenido de la información pero el más grande obstáculos a la hora de hacer un trabajo investigativo es la cantidad de vocablos y términos que complican el verdadero sentido del trabajo. Tergiversar una palabra puede cambiar el sentido de todo un texto por lo tanto es necesario aclarar ciertas palabras.

Internet y redes sociales: Internet se convirtió en un neologismo a partir del año 2000 y literalmente significa red informática descentralizada, su global alcance ha generado servicios y recursos que han beneficiado a millones de usuarios, entre esos las redes sociales las cuales son usadas como medios de comunicación.

Faltas leves: Se consideran faltas leves aquellas que no desestabilizan las actividades propias del grupo, del proceso de formación o del proceso metodológico, en el instante en que se producen y que son pasajeras, no permanentes o repetitivas, entendiéndose por reincidencia a partir de la segunda vez en que ocurra dicha falta.

Educación: Educación viene del latín "educere" que significa 'sacar, extraer', y "educare" que significa 'formar, instruir'. En su sentido más amplio, la educación se entiende como el medio en el que los hábitos, costumbres y valores de una comunidad son transferidos de una generación a la siguiente generación. La educación se va desarrollando a través de situaciones y experiencias vividas por cada individuo durante toda su vida.

# CAPÍTULO III

# 3 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Para el desarrollo de esta investigación se consideró un conjunto de técnicas, métodos y normas que de forma ordenada se encargan de los procedimientos sistematizados a seguir para la elaboración de la investigación, para que a través de estos procesos se pueda recolectar, analizar la información obtenida para que los resultados cumplan con los objetivos propuestos en la investigación.

A continuación se describe todos los elementos como son los métodos y técnicas que forman parte de este estudio.

Examinando la información bibliográfica previa en el repositorio institucional (http://repositorio.ug.edu.ec/) de la Universidad de Guayaquil, de la Facultad de Comunicación Social, no se encontró estudios de investigación con el tema: "ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK COMO FUENTE DE INFORMACIÓN Y SU IMPACTO COMUNICACIONAL EN EL SECTOR MAPASINGUE ESTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL". Esto reconoce la importancia del progreso del tema por lo que se utilizará los métodos de investigación para obtener los mejores resultados de los cuales se considera como técnica de exploración conseguir mejores deducciones.

## 3.1 Tipos de investigación

Dentro de los tipos de investigación que se enmarca en este estudio se tienen:

## 3.2 Investigación bibliográfica

Dentro del siguiente trabajo de investigación se utiliza el tipo bibliográfico debido a que concierne con el estudio y comparación de trabajos anteriormente ya mencionados, por lo que se considera una investigación de estilo bibliográfica y de campo. Debido a que como enfoque se propone buscar alternativas para la solución del problema de la red social

Facebook como fuente de desinformación, preparando estudios bibliográficos como fuentes primarias de información y así analizar para ampliar el conocimiento.

Según (Contreras, 2013): Se refiere como:

> "El diseño bibliográfico, utiliza los procedimientos lógicos y mentales propios de toda investigación: análisis, síntesis, deducción, inducción, entre otros. Además el investigador efectúa un proceso de abstracción científica, generalizando sobre la base de lo fundamental. También realiza una recopilación adecuada de datos que le permiten redescubrir hechos, sugerir problemas, orientar hacia otras fuentes de investigación, descubrir formas para elaborar instrumentos de investigación, elaborar hipótesis. Es un proceso que se realiza en forma ordenada y con objetivos precisos, con la finalidad de fundamentar la construcción de conocimientos. Se basa en diferentes técnicas de localización y fijación de datos, análisis de documentos y de contenidos."

Para la realización de la investigación está se basó en el estudio que se realiza a partir de la revisión de diferentes fuentes bibliográficas y se hizo el reconocimiento sobre el tema de investigación. Por esta razón en esta modalidad de la investigación predomina el análisis, la interpretación, las opiniones, y las terminaciones del autor o los autores.

El proceso fundamental del proyecto es el estudio para obtener los conocimientos necesarios para llevar a cabo un trabajo más amplio en este caso un análisis de la red social Facebook como fuente de desinformación y su impacto comunicacional en la población de Guayaquil. Este proceso investigativo tiene como fin la elaboración de listas de obras bajo un título determinado que puede responder a aspectos generales, especializados, cronológicos, geográficos o de cualquier otro tipo.

### 3.3 Investigación de campo

Así mismo, la siguiente investigación se considera de campo porque se reúne la información necesaria ya que acude directamente con el problema de estudio, es decir se buscan los hechos en las diferentes situaciones que ocurren con los efectos negativos que produce la desinformación en la red social Facebook. En este caso, el trabajo de

investigación se encuentra en la plataforma Facebook en la que participa la población de la ciudad de Guayaquil.

Para (Martins, 2010)

> "La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta." (p. 88).

### 3.4 Enfoque Cuantitativo;

Para (Álvarez, 2011):

> "La metodología cuantitativa usualmente parte cuerpos teóricos aceptados por la comunidad científica con base en los cuales formula hipótesis sobre recolecciones esperadas entre variables que hacen parte del problema que se estudia. Su constatación se realiza mediante la recolección de información orientada por conceptos empíricos medibles, derivados de los conceptos teóricos con los que se construyen las hipótesis conceptuales. El análisis de la información recolectada tiene por fin determinar el grado de significación de las relaciones previas entre las variables. El procedimiento que se sigue es hipotético-deductivo el cual inicia con la formulación de las hipótesis derivadas de la teoría, continúa con la operación de las variables, la recolección, el procesamiento de los datos y la interpretación." (p. 13).

Es una investigación cuantitativa debido que los resultados obtenidos en la encuestas se analiza de forma numérica debido a la cantidad de respuestas que se manejan de manera estadísticas con la intención de ser analizada cada una de las preguntas planteadas en la encuesta aplicada.

### 3.5 Enfoque Cualitativo

Esta investigación es cualitativa ya que una vez obtenidos los resultados y reuniendo las respuestas obtenidas en las encuestas y entrevistas que se ha realizado. Se procedió el respectivo análisis de los resultados obtenidos de cada una de las preguntas planteadas.

Argumenta (Álvarez, 2011):

> "Su propósito es buscar explicación a los fenómenos estableciendo regularidades en los mismos, esto es, hallar leyes generales que explican el comportamiento social. Con esta finalidad la ciencia debe valerse exclusivamente de la observación directa, de la comprobación y la experiencia. El conocimiento debe fundarse en los análisis de los hechos reales, de los cuales debe realizar una descripción lo más neutra, lo más objetiva y lo más completa posible." (p. 11).

Luego de la obtención de resultados se procedió a evaluar las respuestas y de esa forma poder establecer las conclusiones y recomendaciones finales.

### 3.6 Investigación descriptiva

Este tipo de investigación usa el método descriptivo porque con él se puede detallar todos los datos encontrados a través de las técnicas ya mencionadas, se hace las referencias a las características que se hallen en este fenómeno social o situación. Además permiten evaluar las características de alguna situación que presente la problemáticas de la desinformación a nivel de Facebook, para luego de ser analizado todos los datos reunidos previamente. El propósito de la investigación descriptiva, no solo está fundamentada en la recopilación de datos, sino que sirve para ayudar a conocer, entender y transmitir la relación que pueden tener dos o más variables.

Define (Arias, 2012):

> "La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere." (p. 24)

### 3.7 Metodología de investigación

Para realizar una investigación de forma correcta es necesario la utilización de métodos que permitan la adecuada búsqueda de información. La dualidad de los métodos y técnicas atribuyen al desarrollo entre los pasos que deben seguir y las herramientas que se tienen que utilizar. Existen varios métodos de investigación según su objeto de estudio, entre los cuales se utilizaron los siguientes métodos:

### 3.8 Método deductivo:

Se utilizó este método de investigación porque permite acumular datos que servirán para una clasificación de la información y así poder obtener conclusiones. Este método permite examinar, observar, comparar, analizar y concluir respuestas, esto es parte de un proceso de investigación. La solución de un problema surge a partir de una idea que mediante la observación y el razonamiento acompañado de las reglas de un proceso deductivo se puede llegar a la conclusión.

Este tipo de método es muy importante en esta investigación puesto que el tema de las redes sociales es un contenido sumamente amplio y al ser muy extenso se necesita el análisis y razonamiento que se obtiene con el método deductivo. En este estudio del problema se tiene una gran cantidad de información ya recopilada por lo que es un elemento esencial fortalecer el trabajo y tener una mejor perspectiva sobre la desinformación en las redes sociales.

### 3.9 Método inductivo:

Se consideró este método porque es aquel procedimiento que va desde un resultado general a uno específico. Con la utilización de este método se mostró las respuestas generales sobre la conducta de los usuarios de la red social Facebook partiendo desde casos particulares.

Este método es uno de los más utilizados porque se maneja en algunos pasos fundamentales entre ellas la observación de los hechos para su reconocimiento, la

clasificación y estudio de los registros, y la derivación inductiva que ayuda a llegar a una generalización. Por ello es muy importante fortalecer y acumular el conocimiento de la red social Facebook como fuente de desinformación. La ventaja de este método es que ayuda a la recolección de varias hipótesis para luego profundizar en cada una y así obtener un resultado fiable.

### 3.10 Método analítico:

Este método servirá para diferenciar los elementos de problema de estudio, es decir, la desinformación que circula en las redes sociales y el impacto que este tiene en la población de la ciudad de Guayaquil. Radica en distinguir los factores del problema por partes para así poder obtener las causas y los efectos que estas tienen en la población.

Por consiguiente este método ayudó a detallar el problema, es decir buscar cómo se crea una información falsa en una red social, como esta se vuelve viral, qué causas y efectos tiene en la población guayaquileña, cómo las personas que recién están incursionando en el mundo de las redes sociales son más propensas a este tipo de desinformación, y de qué manera este fenómeno social los afecta.

### 3.11 Técnicas e instrumentos de investigación

Para realizar este trabajo de investigación de carácter social es necesario la utilización de instrumentos imprescindibles para que la recolección de información se haga de forma correcta, a estas herramientas se les llama técnicas de investigación. Existen dos técnicas de estudio, medición y recolección de datos que se utilizó para la recaudación de información las cuales son: encuesta y entrevista.

### 3.12 La encuesta:

Esta técnica se aplicó a los ciudadanos de Guayaquil del sector Mapasingue. Para obtener la información solicitada se empleó un formulario de preguntas previamente elaboradas con preguntas cerradas como: edad, genero (sexo), tiempo que pasan en las redes sociales, etc. Y las siguientes preguntas serán abiertas y mixtas, que tienen relación

con el contenido del tema como: de qué manera afecta una información falsa a la sociedad, o si verifican que la información que reciben a diario en la red social Facebook es cierta, etc.

La encuesta se realizó mediante un formulario de google la misma que fue compartida por Facebook, whatsApp, y por correos electrónicos.

### 3.13 Entrevista:

Este recurso se aplicó a periodistas que dominen el tema para poder conocer más desde su perspectiva de la comunicación, este instrumento está acompañado de un formulario de preguntas abiertas y fue utilizado para conocer los beneficios y problemas de la red social Facebook, así como los efectos negativos que tiene la desinformación en la estructura comunicativa, planteando posibles soluciones o propuestas para un correcto uso de la plataforma.

### 3.14 Población y muestra.

La población es esencial en el proyecto porque es la base de toda investigación debido a que su conjunto de elementos pueden solventar el análisis necesario para aspirar a conseguir la conclusión fiable. En este estudio el universo de la población se centra en los ciudadanos Guayaquil del sector Mapasigue Este que tiene un número de 4899 de personas.

Tabla 1. Población

| **Estrato** | **Cantidad** |
|---|---|
| Periodistas | 2 |
| Habitantes de Mapasingue Este | 4899 |
| **Total** | **5901** |

**Fuente:** Los datos de la investigación poblacional según el libro de estadística del registro electoral 2017 de Consejo Nacional Electoral.

Muestra (Wigodski, 2010)

> "El muestreo es indispensable para el investigador ya que es imposible entrevistar a todos los miembros de una población debido a problemas de tiempo, recursos y esfuerzo. Al seleccionar una muestra lo que se hace es estudiar una parte o un subconjunto de la población, pero que la misma sea lo suficientemente representativa de ésta para que luego pueda generalizarse con seguridad de ellas a la población."

Como la población del sector Mapasingue Este es muy extenso, se necesita aplicar la siguiente fórmula para extraer la muestra de la población a las cuales se les va a realizar la encuesta.

| | | |
|---|---|---|
| Nivel de confianza | Z=96% valor | 1.96 |
| Error de estimación | E=5% valor | 0.05 |
| Probabilidad de éxito | P= 50% valor estándar | 0,5 |
| Probabilidad de fracaso | Q= 50% valor | 0,5 |
| Población | N= | 4899 |

$$N = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 (N-1) + Z^2 * P * Q}$$

$$N = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 4899}{(0,05)^2 (4899 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$N = \frac{3.8416 * 0,25 * 4899}{0,0025 (4898) + 3.8416 * 0,25}$$

$$N = \frac{4704.996}{(12.245) + (0.9604)}$$

$$N = \frac{4704.996}{13.2054}$$

N= 356

Tabla 2. Muestra

| **Estrato** | **Cantidad** |
|---|---|
| Periodistas | 2 |
| Habitantes de Mapasingue Este | 356 |
| **Total** | **358** |

**Fuente:** Los datos de la investigación poblacional según el libro de estadística del registro electoral 2017 de Consejo Nacional Electoral.

### 3.15 Análisis de los resultados

Una vez aplicados los instrumentos de investigación, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, es decir, el análisis y organización estadística de resultados, se hizo uso del utilitario informático Microsoft Excel para la elaboración de las tablas y gráficos estadísticos, representación gráfica y el respectivo análisis con las conclusiones que sustenten la propuesta a ejecutar. A continuación se observan los resultados en cuadros, gráficos y análisis de cada una de las interrogantes de las encuestas. Las encuestas constan de preguntas sencillas y de fácil comprensión para los encuestados, estas fueron desarrolladas en el formulario de google, y difundidas a través de Facebook, correo electrónico y whatsapp. Así también se tienen las entrevistas realizadas al periodista Licenciado Félix Albeto Gómez, Periodista, reportero en noticias del canal RTS y la licenciada Diana Díaz Peñafiel Coordinadora y presentadora de noticias de Radio Morena.

## 3.16 ENTREVISTAS REALIZADA AL LCDO. FÈLIX GÒMEZ, REPORTERO DE NOTICIAS

**1. ¿Considera usted que las redes sociales son un medio de comunicación alternativo?**

La red social Facebook que está en la multimedia entre los medios no tradicional, es una fuente que en primera instancia se convirtió inválida para poder subir información como noticias de interés. Primero fue para crear contactos, luego esto fue ampliando el espectro y se empezó a subir informaciones. Personas que de pronto son testigos de un suceso graban con su teléfono un accidente, ejemplo, un incendio, un choque, cualquier tragedia o algo de carácter noticioso, la suben en su cuenta de Facebook y la comparten, y al compartirla se difunde la noticia.

Pero hay noticias que son creíbles porque se las puede comprobar pero también el Facebook ha sido un campo abierto para que muchas personas suban videos e informaciones en contra de otras personas, entidades, organizaciones, políticas, entre otras Para hacer daño, porque también se le puede causar daño a una persona subiendo una información errónea que desoriente o desinforme a la ciudadanía o las personas que están conectadas.

**2. ¿Cree usted que las redes sociales tienen mayor influencia que los medios de comunicación tradicionales? ¿Por qué?**

No, todavía no. Yo creo que tienen influencia en un 50% como impacto mediático porque el medio tradicional radio, prensa y televisión sigue teniendo mayor cobertura. Un claro ejemplo el terremoto de 16 abril del 2016 se fue la energía en muchos cantones y provincias y si no se puede conectar a un teléfono o no hay internet por estar en un lugar apartado no se puede informar. Pero pocas radios se encontraban transmitiendo en vivo, entonces esa cobertura de los medios tradicionales tienen un poco más de ventaja todavía, el impacto mediático sigue siendo mayor para los medios tradicionales, porque si llega a

suceder otra tragedia los medios están en la vanguardia y comunican enseguida transmitiendo vía satélite o vía microonda y transmiten la información en vivo.

**3. ¿Por qué cree usted que la red social Facebook tiene mayor alcance al emitir un contenido informativo como una noticia que los medios de comunicación tradicionales?**

No, porque hay un espacio limitado, una persona puede subir a Facebook un video de 3 a 5 o 10 minutos, entonces la información es muy limitada a diferencia de youtube que puede subir videos de más de una hora. El campo espectral es mucho más amplio. El Facebook tiene todavía algunos límites.

Por rapidez de la noticia, mientras nos conectamos al Facebook la información puede llegar por una vía más rápida como una llamada o una información por vía whatsapp te envían una foto con el contenido de una noticia. La rapidez es algo que otros medios multimedia le llevan algo de ventaja.

**4. ¿De qué manera afectan los falsos contenidos informativos que se encuentran posteados en las redes sociales a la población?**

A la población le afecta porque si se difunde una información errónea que no ha sido confirmada, ejemplo en el terremoto del año pasado se decía que iba a ver maremotos en las redes sociales no solamente en Facebook entonces esto crea pánico, crea mucho miedo mucha expectativa cuando no es una fuente oficial que valide esa información.

Y esto podría ocasionar otro tipo de tragedias y consecuencias porque toda acción genera su reacción inclusive provocar una calamidad con efecto en cadena.

**5. ¿Cree usted que se necesitan alternativas que mejoren el uso de la red social Facebook para que el usuario en general pueda identificar cuando un contenido informativo es falso?**

Claro la alternativa sería que fueran regulados, Facebook no está regulado no está en la legislación ecuatoriana, entonces no puede ser sancionado. Cualquier persona puede crear una cuenta falsa subir una información a Facebook para hacer daño a cualquier persona entidad pública o privada o empresa y no hay sanción, porque Facebook no está penalizado y por esa razón falta esa alternativa que regule.

**6. ¿Cree usted que diseñar una guía de orientación para detectar información falsa puede mejorar el uso de la red social Facebook como medio alternativo de comunicación y generación de contenidos?**

Sí, esa guía de orientación es necesaria y hace falta porque si se crea algún tipo de alternativa que ayude a saber cuándo una información es creíble o este verificada, esa guía de orientación dará la pauta para saber si lo que uno está viendo en el Facebook de interés ciudadano puede ayudar a alertar cuando una información es confiable pero si la guía no es confiable. Y es una ventaja saber cuándo una información de Facebook un texto, una imagen, un video, contenido periodístico o contenido de un contenido de un ciudadano es creíble o no.

## 3.17 ENTREVISTAS REALIZADA A DIANA DÍAZ PEÑAFIEL, COORDINADORAY PRESENTADORA DE NOTICIAS EN RADIO MORENA

**1. ¿Considera usted que las redes sociales son un medio de comunicación alternativo?**

Si, en la actualidad sí. Desde el principio del internet y la creación de las redes sociales todo cambio, todo revoluciono. Es por eso que la informaciones de último momento uno se entera a través de las redes sociales por su rapidez y su fácil acceso y uso.

**2. ¿Cree usted que las redes sociales tienen mayor influencia que los medios de comunicación tradicionales? ¿Por qué?**

Mayor influencia todavía no, pero de que son un medio alternativo de largo alcance si lo son y que lo utilizaremos permanentemente en todo momento. La información en un medio de comunicación se recepta por contenidos informativos ya definidos, pero en las redes sociales al interactuar con la gente al instante hace que la información llegue más rápido pero su importancia y veracidad siempre será dudosa porque no todo lo que sale en la red es verdad.

**3. ¿Por qué cree usted que la red social Facebook tiene mayor alcance al emitir un contenido informativo como una noticia que los medios de comunicación tradicionales?**

Sí, porque el internet ha revolucionado el mundo de la comunicación, casi todas las personas en la actualidad cuentan con un teléfono inteligente que da acceso a las redes sociales y a la información. Antes era muy difícil acceder a cierto tipo de comunicación por falta de acceso al internet o a estos dispositivos, en la actualidad casi en todos los hogares hay acceso a internet desde cualquier punto de conexión ya sea computadora, tablets o celular, entre otros.

**4. ¿De qué manera afectan los falsos contenidos informativos que se encuentran posteados en las redes sociales a la población?**

Nos afecta porque las personas lamentablemente se dejan llevar por una notica falsa por lo interesante que parece una noticia muchas veces no verificamos. Un ejemplo reciente percibí en mis redes sociales que varias personas posteaban el fallecimiento de Eugenio Derbez, el actor cómico mexicano muy reconocido. Entonces me llamo mucho la atención y como representante de un medio tengo la experiencia de reconocer e investigar una información cuando es veraz y reconocer las páginas falsas que postean falsos contenidos. Pero no todas las personas tienen conocimiento de aquello y al no saber identificar una información puede afectar mucho dependiendo de la gravedad de información causando

caos desprestigio de personas o entidades conocidas generando especulaciones haciendo daño a la población.

**5. ¿Cree usted que se necesitan alternativas que mejoren el uso de la red social Facebook para que el usuario en general pueda identificar cuando un contenido informativo es falso?**

En la actualidad de todas las redes sociales la que tiene mayor acogida es Facebook porque es la más fácil de manejar y de cómodo acceso, además debido a sus diferentes aplicaciones es más fácil y más factible compartir cualquier tipo de información ya sea a través de texto, fotografías, incluso videos con trasmisiones en vivo. Estoy segura que la mejor alternativa que tendría Facebook es que se pueda verificar una información y de esa forma mejoraría mucho el uso para los usuarios.

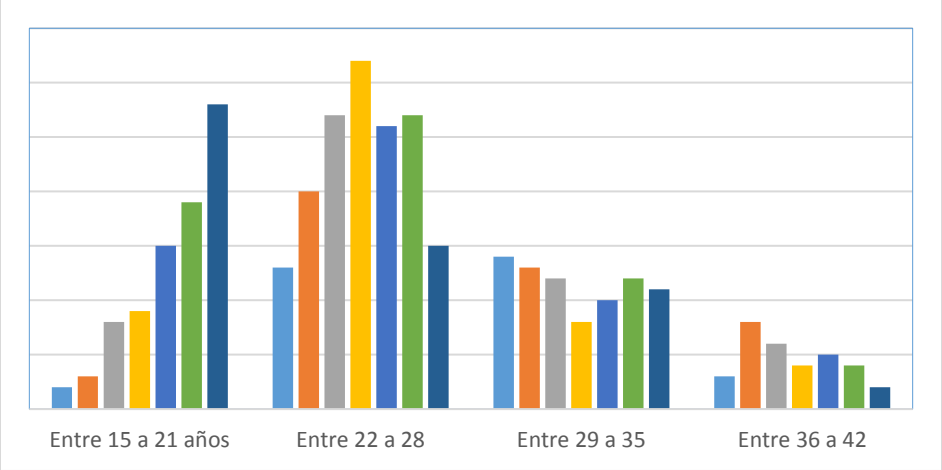
**6. ¿Cree usted que diseñar una guía de orientación para detectar información falsa puede mejorar el uso de la red social Facebook como medio alternativo de comunicación y generación de contenidos?**

Como usuario de Facebook puedo emitir una información u opinión y muchas veces por la no es tan creíble la información porque no genera mucho impacto, pero existen paginas falsas que al tener gran cantidad de seguidores vuelven viral una información aunque esta sea falsa entonces el problema es que estas páginas no son reguladas lo que dificulta el acceso de una información verdadera. Creo que si es necesario que los usuarios aprendan a reconocer cuando una información es fiable, mejoraría el uso de sus contenidos.

## 3.18 Resultado de encuestas aplicadas a los habitantes del sector Mapasingue Este de la ciudad de Guayaquil

### 1. Porcentaje de edad de los encuestados

Figura 1. Edades de los encuestados




Fuente: Encuesta a los moradores del sector Mapasingue Este de la ciudad de Guayaquil.

**Análisis:**

Entre las personas encuestadas se encuentran diferentes variedades de edades de las cuales varían entre la edad mínima que son 15 años, hasta la máxima en la encuesta que son los 42 años. De las 356 personas encuestadas 2 tienen 15 años, 3 de ellas tienen 16 años, 8 tienen 17 años, 9 tienen 18 años, 15 tienen 19 años, 19 tienen 20 años, 28 tienen 21 años, 13 tienen 22 años, 20 tienen 23 años, 27 tienen 24 años, 32 tienen 25 años, 26 tienen 26 años, 27 tienen 27 años, 15 tienen 28 años, 14 tienen 29 años, 13 tienen 30 años, 12 tienen 31 años, 8 tienen 32 años, 10 tienen 33 años, 12 tienen 34años, 11 tienen 35 años, 3 tienen 36 años, 8 tienen 37 años, 6 tienen 38 años, 4 tienen 39 años, 5 tienen 40 años, 4 tienen 41 años y 2 personas tienen 42 años.

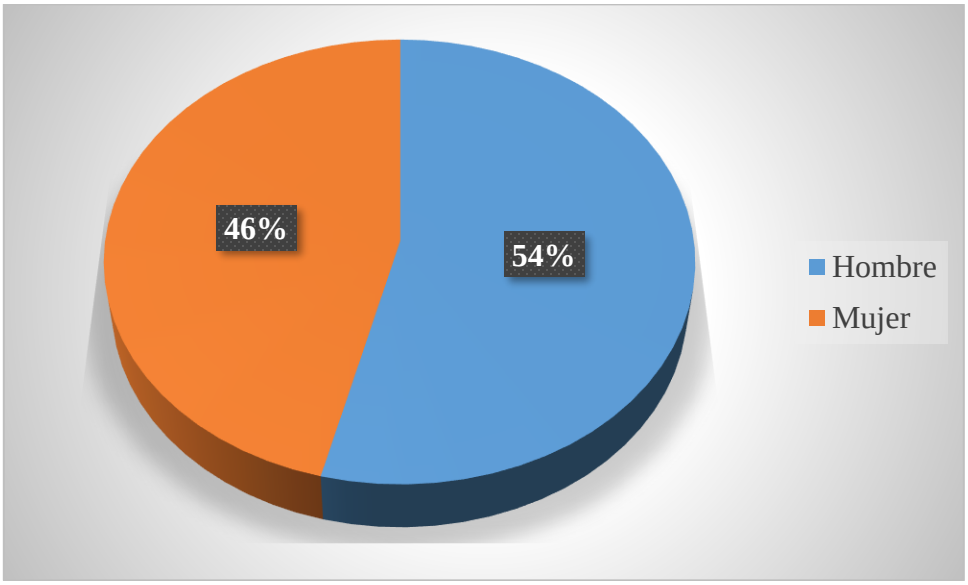
**2. Porcentaje del género de los encuestados**

Tabla 3. Género

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| Hombre | 192 | 54 % |
| Mujer | 164 | 46 % |
| **Total:** | **356** | **100%** |

Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

Figura 2. Género




Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

**Análisis:**

De las 356 personas encuestadas; el 54% son hombres y el 46% son mujeres. Lo que refleja que es muy poca la diferencia debido que las redes sociales son utilizado por todas las personas indistinto del género.

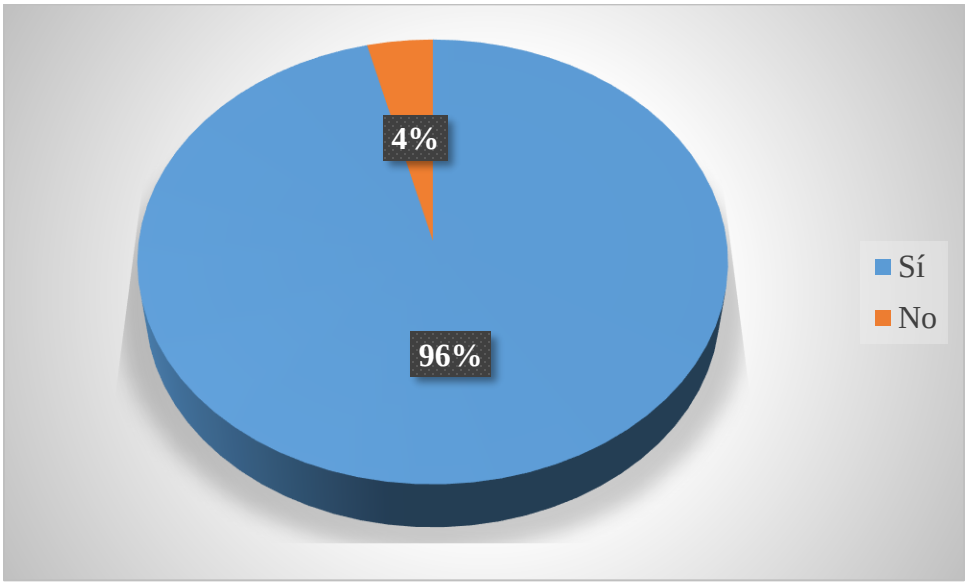
**3. ¿Posee una cuenta activa en la red social Facebook?**

Tabla 4. Cuenta activa

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| Si | 342 | 96 % |
| No | 14 | 4 % |
| **Total:** | **356** | **100%** |

Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

Figura 3. Cuenta activa




Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

**Análisis:**

El resultado de las personas encuestadas; el 96 % afirmaron que poseen una cuenta activa en la red social Facebook; mientras que el 4 % respondieron que no tiene una cuenta activa. Lo que significa que casi en su totalidad los encuestados revisan su cuenta en Facebook a diario mientras que el pequeño porcentaje restante no.

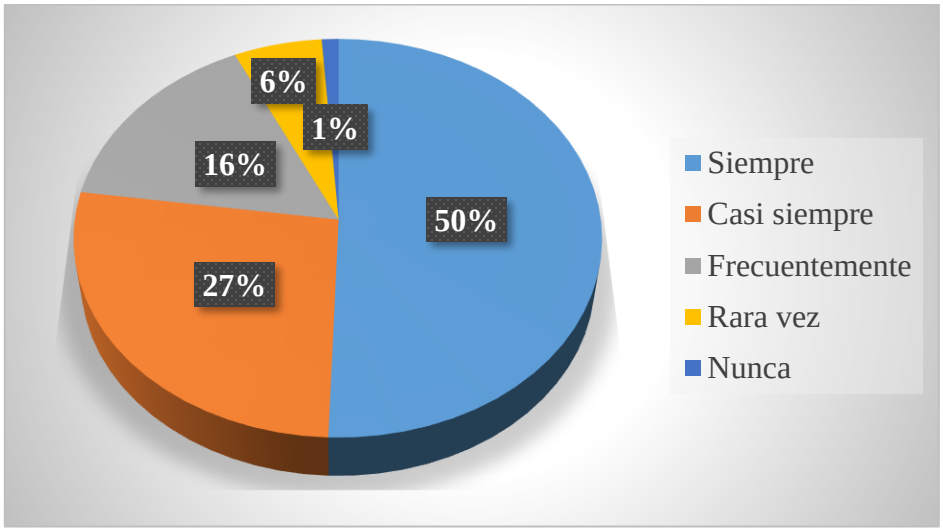
**4. ¿Con que frecuencia hace uso de la red social Facebook para conocer sobre noticias para informarse?**

Tabla 5. Uso de la red social facebook

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| Siempre | 180 | 50 % |
| Casi siempre | 95 | 27 % |
| Frecuentemente | 56 | 16 % |
| Rara vez | 21 | 6 % |
| Nunca | 4 | 1 % |
| **Total:** | **356** | **100%** |

Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

Figura 4. Uso de la red social Facebook




Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

**Análisis:**

El resultado de esta pregunta refleja que de las personas encuestadas un 50% utilizan siempre la red social Facebook para conocer sobre noticias e informarse; mientras el 27% casi siempre lo utiliza para dicho propósito; un 16% frecuentemente le da uso para conocer sobre noticias; el 6% rara vez utiliza con este fin y el 1% restante nunca utiliza la red social con fines informativos.

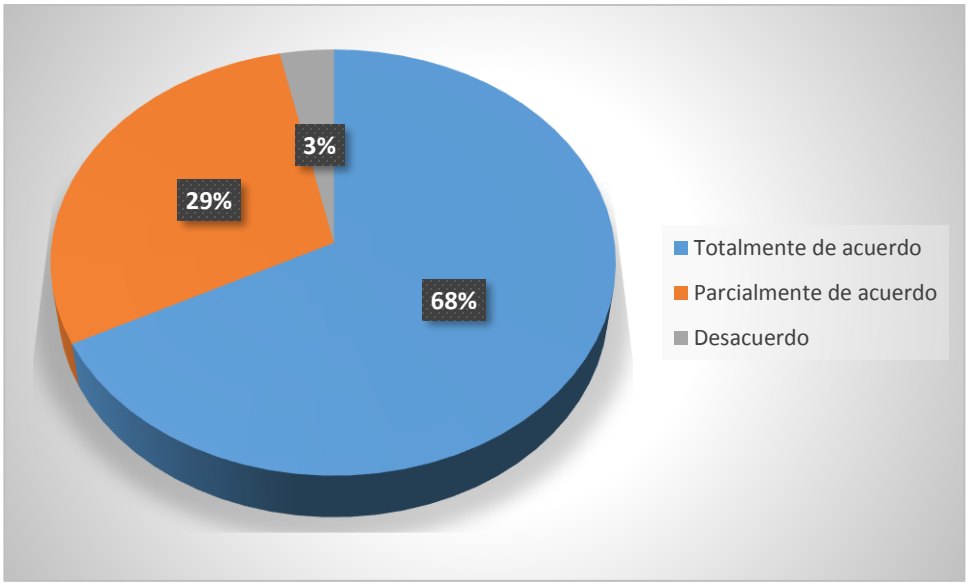
**5 ¿Considera usted que la red sociales es un medio de comunicación alternativo?**

Tabla 6. Facebook como medio de comunicación alternativo.

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| Totalmente de acuerdo | 240 | 68% |
| Parcialmente de acuerdo | 104 | 29% |
| Desacuerdo | 12 | 3% |
| **Total:** | **356** | **100%** |

Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

Figura 5. Facebook como medio de comunicación alternativo.




Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

**Análisis:**

El 68% de las personas están de acuerdo; mientras el 29% está parcialmente de acuerdo en considerar a la red social Facebook como un medio de comunicación alternativo; y el 3% está en total desacuerdo.

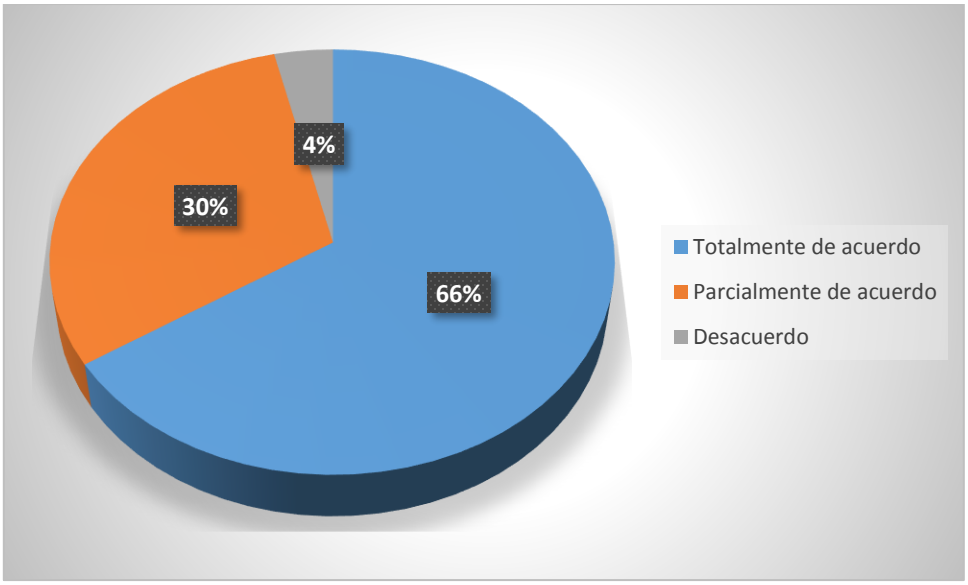
**6 ¿Cree usted que las redes sociales tienen mayor influencia que los medios de comunicación tradicionales?**

Tabla 7. Influencia de las redes sociales y los medios tradicionales.

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| Totalmente de acuerdo | 234 | 66% |
| Parcialmente de acuerdo | 109 | 30% |
| Desacuerdo | 13 | 4% |
| **Total:** | **356** | **100%** |

Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

Figura 6. Influencia de las redes sociales y los medios tradicionales.




Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

**Análisis:**

De los encuestados el 66% está totalmente de acuerdo que las redes sociales tienen mayor influencia que los medios de comunicación convencionales; mientras que el 30% se encuentra parcialmente de acuerdo; y el 4% se encuentra en desacuerdo.

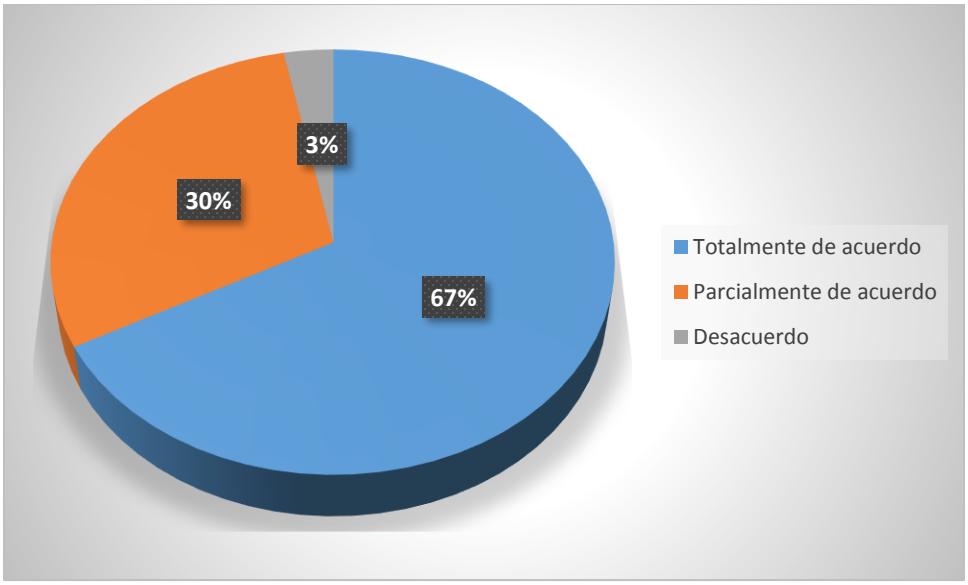
**7 ¿Considera usted que Facebook a más de entretener, mantiene informado a los usuarios de los últimos acontecimientos a nivel nacional e internacional?**

Tabla 8. Facebook como medio informativo.

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| Totalmente de acuerdo | 239 | 67% |
| Parcialmente de acuerdo | 106 | 30% |
| Desacuerdo | 11 | 3% |
| **Total:** | **356** | **100%** |

Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

Figura 7. Facebook como medio informativo.




Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

**Análisis:**

El uso de las redes sociales no se limita solo al entretenimiento sino que también es aprovechado en áreas informativas tal como lo demuestran los datos estadísticos de los encuestados donde el 67% de los encuestados está totalmente de acuerdo; mientras que el 30% está parcialmente de acuerdo; y el 3% se encuentra en total desacuerdo.

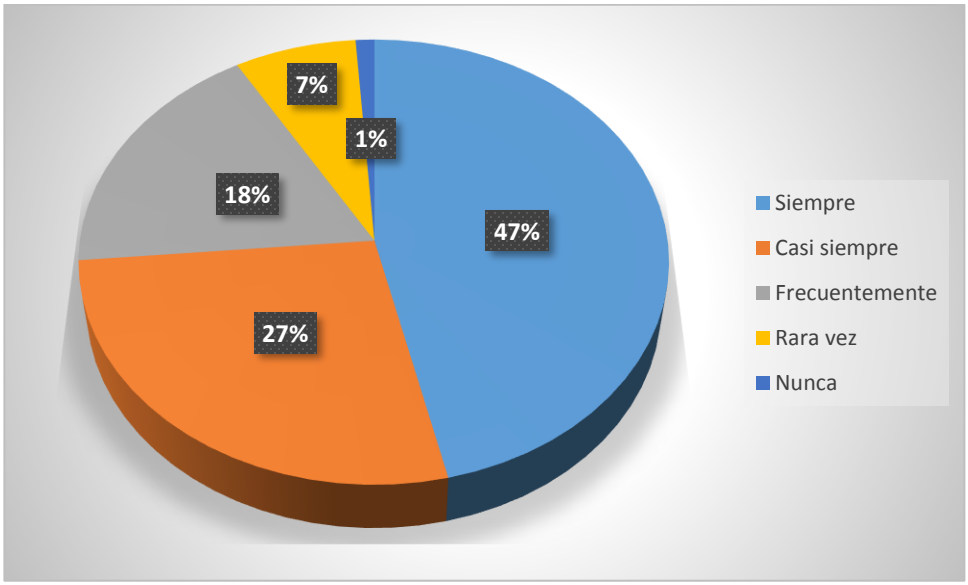
**8 ¿Alguna vez se ha encontrado con alguna publicación que tenga un contenido falso o editado ya sea a través de una imagen, video o algún texto en Facebook?**

Tabla 9. Falsos contenidos en Facebook.

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| Siempre | 165 | 47 % |
| Casi siempre | 97 | 27 % |
| Frecuentemente | 64 | 18 % |
| Rara vez | 26 | 7 % |
| Nunca | 4 | 1 % |
| **Total:** | **356** | **100%** |

Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

Figura 8. Falsos contenidos en Facebook




Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

**Análisis:**

El 47 % de los encuestados siempre se han encontrado con contenido falso en internet; mientras que el 27 % asegura que casi siempre; el 18 % frecuentemente se este tipo de información; el 7 % rara vez; y el 1 % nunca.

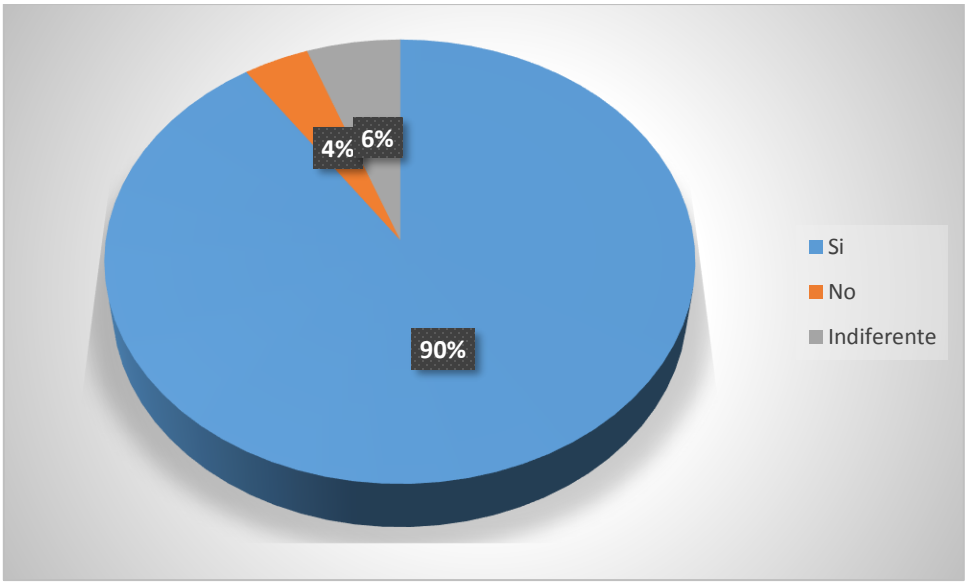
**9 ¿Considera usted necesario que los usuarios de Facebook posean alternativas que mejoren el uso y generación de contenidos para detectar información falsa?**

Tabla 10. Alternativas que mejoren el uso de Facebook para detectar información falsa.

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| Si | 322 | 90 % |
| No | 14 | 4 % |
| Indiferente | 20 | 6 % |
| **Total:** | **356** | **100%** |

Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

Figura 9. Alternativas que mejoren el uso de facebook para detectar informacion falsa.




Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

**Análisis:**

Para un 90 % de los usuarios considera si es necesario contar con alternativas que mejoren el uso del mismo; mientras que el 4 % de ellos dicen que no; y un 6 % se encuentran indiferentes.

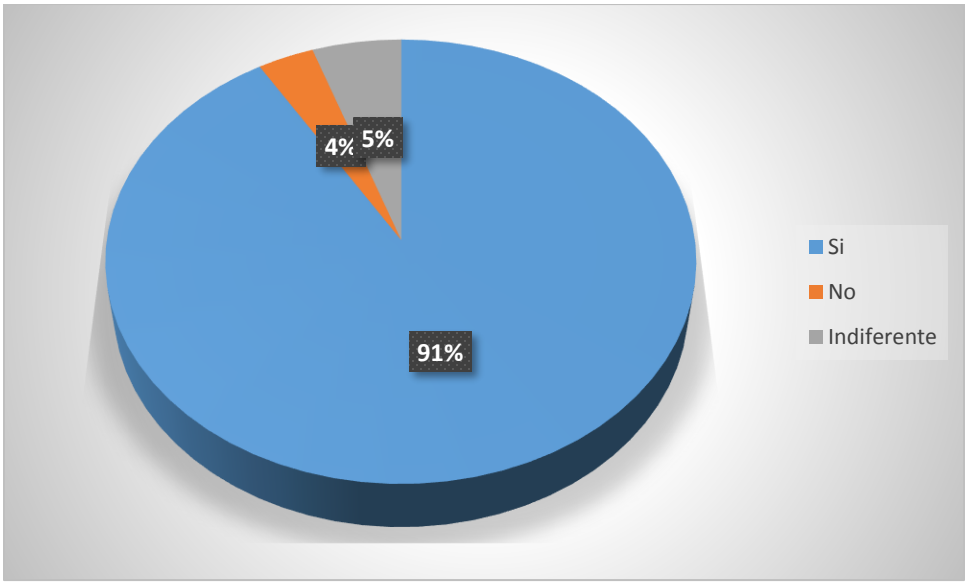
**10 ¿Cree usted es importante que los usuarios de Facebook cuenten con una guía comunicacional que les permita identificar cuando una información no es confiable?**

Tabla 11. Guía para identificar información falsa.

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| Si | 325 | 91 % |
| No | 12 | 4 % |
| Indiferente | 19 | 5 % |
| **Total:** | **356** | **100%** |

Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

Figura 10. Guía para detectar informacion falsa.




Fuente: Encuesta a los habitantes del sector Mapasingue Este.

**Análisis:**

El 91 % de los encuestados consideran necesario una guía para comunicacional para identificar información falsa y optaron por el sí; mientras que el 4% no considera necesario; y un 5 % muestran indiferente.

# CAPÍTULO IV

# 4. LA PROPUESTA

**4.1 Título:** Guía multimedia para detectar información falsa en las redes sociales.

## 4.2 Justificación

En la actualidad el uso de las redes sociales es cada vez mayor y sin duda alguna su expansión y el intercambio de información que esta brinda a sus usuarios serán constante a nivel global.

Los progresos tecnológicos lograron crear un nuevo nivel de vínculo social apartando los muros de la distancia y el tiempo para que las personas logren interactuar compartiendo sus pensamientos y los contenidos informativos que ayudan a que una población se vuelva más desarrollada. Con la facilidad de acceso al mundo virtual por diferentes dispositivos como computadoras, celulares, tablets, entre otros. Es por lo que cuenta con millones de usuarios y se reconoce su predominio informativo.

De acuerdo con los resultados productos de esta investigación, se ha logrado establecer que las redes sociales son usadas con fines informativos lo que las convierte en un medio indispensable para compartir información, y también existe un alto índice de contenido falso, editado y manipulado que circula libremente en la red. Existe muchas veces en que la población logra identificar este tipo de información cuando se encuentra con un contenido falso en las redes sociales, pero hay ocasiones en que estos mismos contenidos falsos logran pasar como reales debido a su viralidad en la web, su contexto y su cantidad de vistas.

La siguiente propuesta busca solucionar el problema planteado del proyecto denominado por analizar la red social Facebook como fuente de información y su impacto

social en el sector Mapasingue Este de la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de concientizar y crear medidas que ayuden a detectar este tipo de información falsa.

El interés primordial es reducir el efecto negativo de la información falsa en las redes sociales conociendo que tipo de desinformación circula en la red y a su vez diseñando una guía que mejore el uso de los contenidos de Facebook.

### 4.3 Objetivo General

Diseñar una guía informativa multimedia para detectar información falsa y concientizar a las personas sobre la difusión de contenidos no confiables.

### 4.4 Objetivos Específicos

- Establecer los efectos negativos que produce la desinformación en la población.
- Concientizar a la población guayaquileña sobre el perjuicio que ocasiona adquirir información falsa y proponer alternativas que mejores el uso de los contenidos.
- Difundir la guía informativa multimedia a través de las redes sociales para conocimiento de la población como fuente de orientación.

### 4.5 Factibilidad

La propuesta consiste en diseñar una guía informativa multimedia que permita reconocer o detectar una información que no es fiable. Esto es de gran importancia debido a que implementar una guía de orientación a través de una plataforma de fácil uso permitirá que los usuarios puedan disponer de una buena alternativa para identificar algún contenido informativo.

Esta propuesta busca solucionar el impacto negativo que tiene la información falsa en la población implementando una opción que permita resolver esta problemática que atenta contra la veracidad informativa de la población guayaquileña. Para la ciudadanía que utiliza la red social Facebook a diario es fácil que acceda a una plataforma que le permita detectar información falsa con solo un clic.

### 4.6 Presupuesto

Los recursos constaran con los materiales, tecnológicos, y humano. Entre las principales herramientas se utilizara los siguientes recursos que señalan un trabajo posible y realizable.

Tabla 12. Recursos

| **Recursos** | **Gastos** |
|---|---|
| Copias | $ 300 |
| Impresiones | $ 300 |
| Transporte | $ 60 |
| Internet | $ 50 |
| CD | $ 40 |
| Otros gastos | $ 50 |
| **Total:** | **$ 800** |

Fuente: recursos materiales.

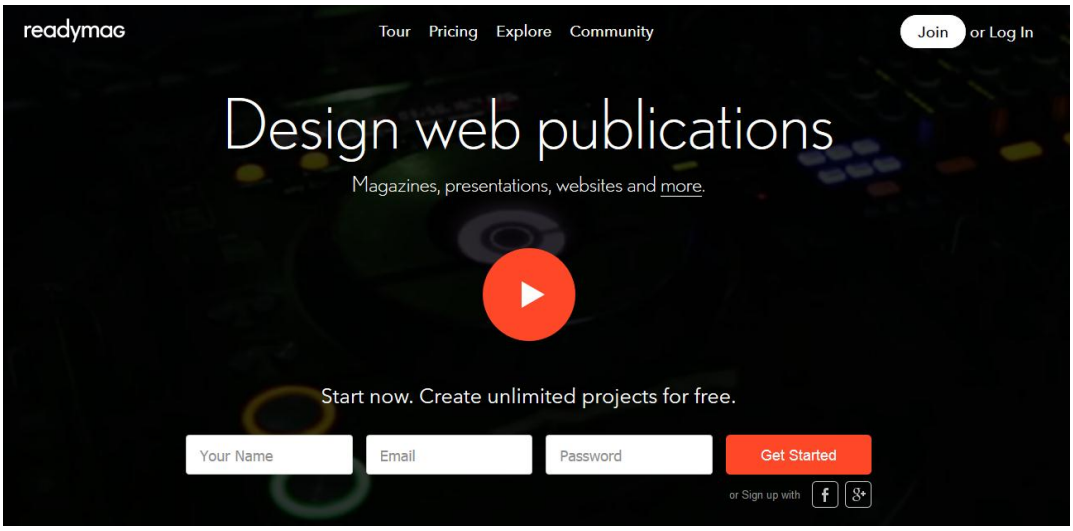
### 4.7 Descripción de la propuesta

El contenido de la siguiente propuesta es diseñar una guía estructurada que transmitirá información que permita descifrar cuando una noticia no es verdadera. Esta información se impartirá en una plataforma de fácil acceso y ayudara además de reconocer a educar a la población sobre la información que se comparte en la red social Facebook.

Para el diseño de esta guía se ha utilizado la plataforma readymag, la cual es una plataforma gratuita que permite crear productos multimedia de manera interactiva.

La plataforma readymag es una herramienta que permite construir la página indicada para establecer una guía multimedia para detectar información falsa y poder reducir el impacto de la desinformación en la red social Facebook.

Esta guía está estructurada con una variedad de información con fundamento periodístico que permitirá reconocer el tipo de información que circula en las redes sociales y determinar cuál información es real y cual es falsa.




**Pantalla principal de la plataforma readymag**

Esta página web puede ser compartida a través y difundida por Facebook, twitter, correo electrónico o cualquier dispositivo que tenga acceso a internet mediante el siguiente link: https://readymag.com/u77182612/734769/

Publicación de la página web, opciones para su difusión.

Descripción principal de la página web.

**Contenido de la guía multimedia:**

A continuación se muestra el contenido de la guía multimedia la cual tiene imágenes, videos y toda la información con fundamento periodístico que ayudara al usuario a reconocer la información falsa.

Descripción y justificación de la guía multimedia para detectar información falsa.

Objetivo del sitio para reducir el impacto negativo de la desinformación.

La influencia de las redes sociales en la sociedad.

Las noticias falsas, efectos de compartir una noticia no verificada.

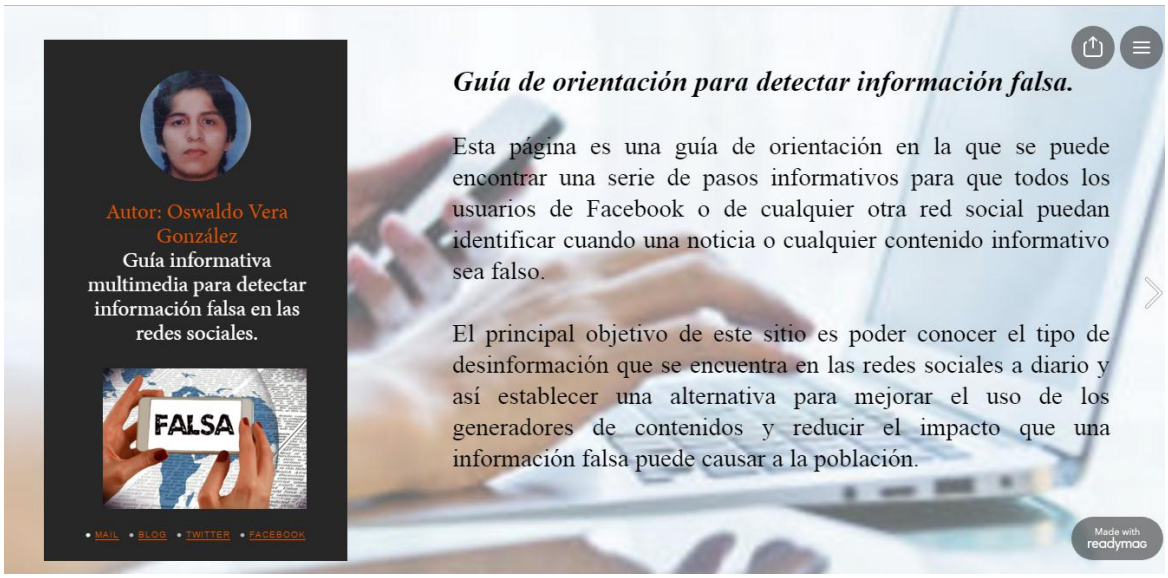
Tipos de noticias falsas y como identificarlas.

Videos interactivos que explica cómo surge una noticia falsa y como identificarla.

9 Pasos con fundamento investigativo para reconocer información falsa.

Importancia de reconocer los contenidos falsos en redes sociales. Concientización.

Otros métodos; disposición herramientas de plagio para mejor reconocimiento.




**Página principal de la guía multimedia para detectar información falsa en redes sociales**

Esta página está diseñada para crear el sitio web indicado, que de forma digital e interactiva establece una guía fácil de entender y de ser compartida en las redes sociales con la facilidad de interactuar e ingresar.

**Página en la guía multimedia que explica los riesgos que ocasiona una noticia falsa.**

Se demuestra y explica lo esencial relacionado al uso de las redes sociales, señalando como surge la desinformación en la web mostrando el peligro que existe al creer y compartir este tipo de noticias haciendo un llamado a los usuarios que están expuestos día a día a encontrarse con este fenómeno social.

**Guía que explica el impacto social que tiene compartir una información falsa**

La guía también contiene un videos que explica cómo surgen las noticias falsas en las redes sociales y como identificarlas.

**Video que explica cómo identificar las noticias falsas en redes sociales.**

Con la finalidad de contribuir al cuidado preventivo del problema de la desinformación social en Facebook, se desarrolló técnicas mostradas en una serie de pasos con fundamento periodístico investigativo para que sean implementadas cada vez que los usuarios se encuentren con un contenido informativo y así se logre reconocer si la noticia es falsa o verdadera.

**Pasos para reconocer la información falsa de las redes sociales**

**Pasos para reconocer información falsa en redes sociales.**

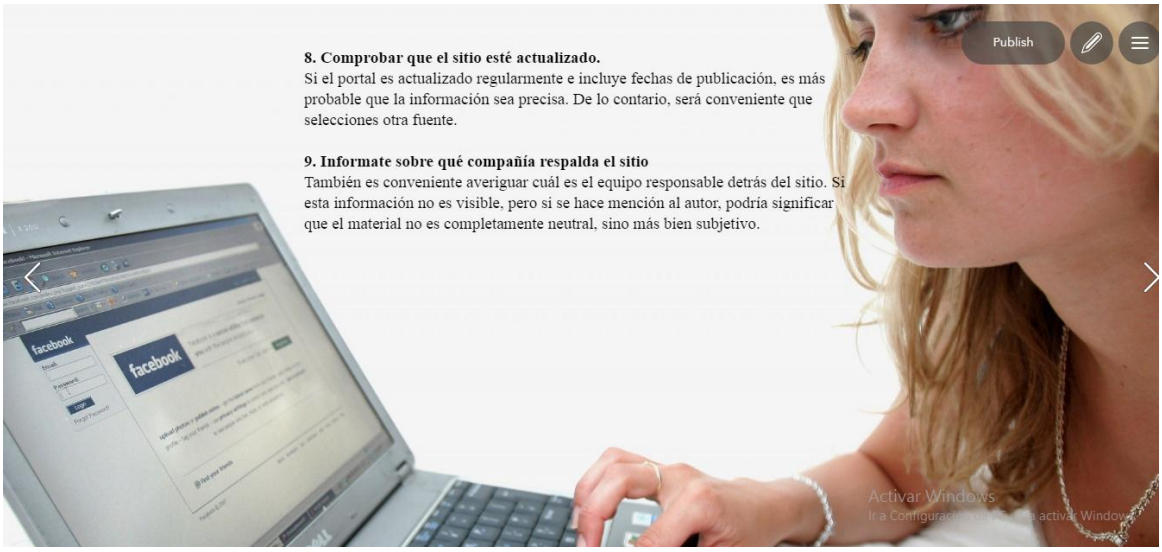
Esta serie de pasos ayudarán y brindarán el conocimiento necesario a la población para lograr descubrir e identificar todo tipo de noticias que provienen de las redes sociales y de esta forma se ayuda a promover y reducir el impacto negativo que ocasiona las noticias con contenido falso.

**Pasos para reconocer información falsa en redes sociales.**

Las personas que han sido afectadas con este problema tendrán una verdadera alternativa de cómodo acceso y fácil de compartir para lograr hacer conciencia en las personas, y así lograr identificar todo tipo de información que es compartida en Facebook.

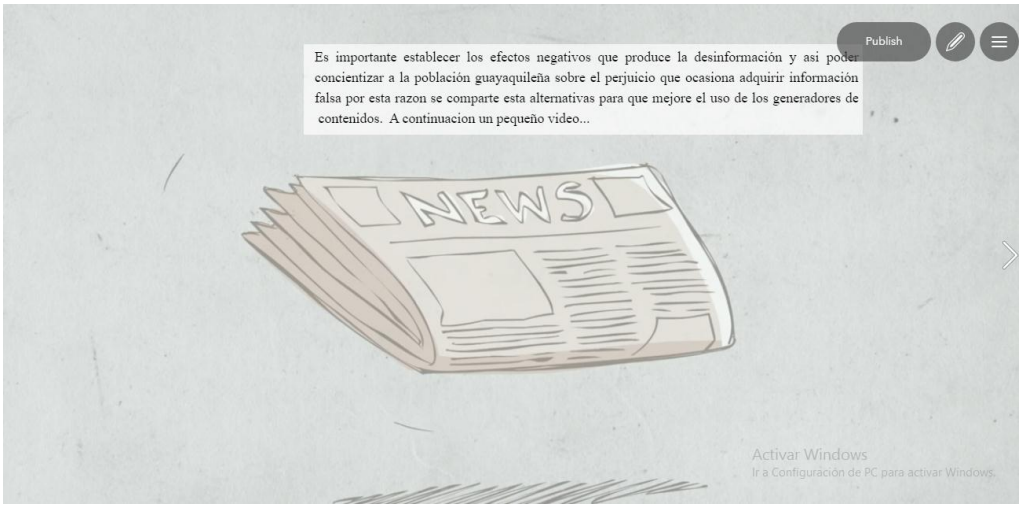
**Pasos para reconocer información falsa en redes sociales.**

Los pasos ayudan a analizar el contenido utilizando el sentido común, por lo que se considera una buena estrategia debido a que el conocimiento perdura logrando que los usuarios tengan precaución, logrando así evitar y disminuirlos efectos negativos que representa adquirís una noticia falsa.




**Pasos para reconocer información falsa en redes sociales**

La guía contiene otro video reflexivo que muestra cómo surge una noticia falsa, mostrando el impacto peligroso que tiene al ser compartida, logrando hacer conciencia para así evitar desencadenar las vicisitudes que ocasionan estas clases de contenidos que se podrían desatar con solo hacer un clic.




**Video reflexivo acerca del surgimiento de las noticias falsas en internet.**

**Video reflexivo acerca del surgimiento de las noticias falsas en internet.**

Este proyecto contiene las estrategias de comunicación necesarias para identificar las noticias falsas, además se es consciente que no todos los navegadores en las redes sociales tienen el mismo conocimiento sobre internet, por lo que con este proyecto serán capaces de identificar una noticia falsa solo con el uso del sentido común.

Además para finalizar, en la guía multimedia para identificar noticias falsas deja a la disposición para los usuarios varias herramientas de plagio para facilitar aún más el reconocimiento de algún contenido y lograr detectar cuales son reales y cuales falsos.

**Guía con herramientas que facilitan el reconocimiento de los contenidos falsos.**

**4.8 Conclusiones:**

Luego de analizar el uso de las redes sociales como fuente de información a través de investigación y los resultados estadísticos obtenidos se determina lo siguiente:

Con la atribución de las nuevas tecnologías que facilita el uso de Facebook, éste se establece como el medio de comunicación alternativo con mayor influencia que los medios tradicionales.

Los resultados muestran que la población en general, joven o adulta experimentada muchas veces cae en el error de recibir una información falsa llegando a creer que es real por falta de conocimiento.

La población se encuentra diariamente con material informativo alterado, ya sea esta imagen, video o texto. Debido a la masividad de usuarios sumado al anonimato y falta de regulación crea que mucho de los contenidos de información sean falsos

**4.9 Recomendaciones:**

Después de haber investigado por medio de las encuestas, y las entrevistas a personas especializadas se ha llegado a establecer las siguientes recomendaciones:

Los resultados demuestran que es indispensable contar con una alternativa que permita identificar todo tipo de información para poder reconocer cuando alguna es falsa.

Es importante que los usuarios conozcan el perjuicio que produce no reconocer y compartir una información falsa y como afecta esto a la población.

Difundir a través de las redes sociales la guía multimedia informativa para su conocimiento y socialización.

# Bibliografía


Álvarez, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa.* Colombia: Universidad Surcolombiana Facultad de Ciencias Sociales y Humanas.

Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigacion. Introduccion a la metodologia cientifica. En F. G. Arias. Caracas, Venezuela.: Editorial Episteme.

Arriagada, H. F. (2013). Desinformación en Internet y hegemonía en redes sociales. *Revista Electrónica GPT- (Gestion de las personas y tecnologia),* volumen 9 pagina 26.

Becerra, M. (2014). *Medios y TIC en Argentina. Estudio sobre adopción de tecnologías de la información en los medios de comunicacion.* Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires UBACyT.

Caballero, F. S. (2010). *TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA INFORMACION*. Sevilla: COMPOLÍTICAS Grupo interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social. Universidad de Sevilla.

Caballero, F. S. (3 de 10 de 2013). La comunicación es utilizada como sistema de control para la guerra que oculta formas de poder en la aldea global del capitalismo. (F. A. Ortiz, Entrevistador)

Cabrero, M. H. (Septiembre de 2012). Nueva Revista de Política, Cultura y Arte. UNIR Universidad Internacional de la Rioja. *Nueva Revista de Cultura Politica y Arte*(140), 266. Obtenido de Redes sociales: de metáfora a paradigma: http://www.nuevarevista.net/

Chomsky, N. (10 de Julio de 2013). ¿Por qué Chomsky desconfía de internet? *Especial para BBC Mundo*. (P. Molina, Entrevistador) Obtenido de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/07/130702_chomsky_internet_digital_criticas_pmt

Chomsky, N. (10 de Julio de 2013). Noam Chomsky apuntó contra internet. *Diario Registrado*. Obtenido de http://www.diarioregistrado.com/sociedad-/noam-chomsky-apunto-contra-internet_a54a763f842b51e2eea00f16e

Contreras, D. O. (16 de Junio de 2013). *Metodologia de la investigacion*. Obtenido de http://mscomairametodologiadelainvestigacion.blogspot.com/2013_06_01_archive.html

Fernandez, H. (s.f.). Metodologia de la investigacion .

García, J. E. (13 de Mayo de 2010). *Jesús Eddy García*. Obtenido de La Comunicacion, leyes y axiomas.: http://jesuseddygarcia.blogspot.com/2010/05/la-comunicacion-leyes-y-axiomas.html

Martinez, A. C. (23 de Septiembre de 2012). *Slideshare*. Obtenido de Tipos de investigacion : http://es.slideshare.net/panchitoxxx/tipos-de-investigacion-14421831

Martinez, E. (5 de Marzo de 2013). *wordpress*. Obtenido de Somos Informívoros : https://eveliomartinez.wordpress.com/

Martins, S. p. (2010). Metodologia de la investigacion cuantitativa. En S. P. Pestana. Caracas, Venezuela: FEDEUPEL.

Valerio-Ureña, G. (10 de noviembre de 2011). Redes sociales y estudiantes universitarios: del nativo digital al informívoro saludable. *El profesional de la informacion, 20*(6), 669. Obtenido de http://www.elprofesionaldelainformacion.com/index.html

Valerio-Ureña, G., & Valenzuela-González, R. (10 de noviembre de 2011). Redes sociales y estudiantes universitarios: del nativo digital al informívoro saludable. *El profesional de la informacion, 20* (6), 667-670. Obtenido de El rofesional de la informacion: http://www.elprofesionaldelainformacion.com/index.html

Wigodski, J. (14 de Julio de 2010). *Metodologia de la Investigacion* . Obtenido de http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/

# ANEXOS

Universidad de Guayaquil

FACSO

Facultad De Comunicación Social

**Modelo de la encuesta destinada a los usuarios de Facebook de la población de Guayaquil del sector Mapasingue Este.**

**Cuestionario de preguntas.**

**1 Edad**

**2 Género**

**3 ¿Posee una cuenta activa en la red social Facebook?**

-Si

-No

**4 ¿Con qué frecuencia acude al uso de la red social Facebook para conocer sobre noticias para informarse?**

-Siempre

- Casi siempre

- Rara vez

- Nunca

**5 ¿Considera Ud. que las redes sociales son un medio de comunicación alternativo?**

-Totalmente de acuerdo

-Parcialmente de acuerdo

-Desacuerdo

**6 ¿Cree Ud. que las redes sociales tienen mayor influencia que los medios de comunicación tradicionales?**

-Totalmente de acuerdo

-Parcialmente de acuerdo

-Desacuerdo

**7 ¿Considera Ud. que Facebook a más de entretener, mantiene informado a los usuarios de los últimos acontecimientos a nivel nacional e internacional?**

-Totalmente de acuerdo

-Parcialmente de acuerdo

-Desacuerdo

**8 ¿Alguna vez se ha encontrado con alguna publicación que tenga un contenido falso o editado ya sea este una imagen, video o algún texto en Facebook?**

-Siempre

-Casi siempre

-Rara vez

-Nunca

**9 ¿Considera usted necesario que los usuarios de Facebook posean alternativas que mejoren el uso y generación de contenidos para detectar información falsa?**

-Si

-No

-Indiferente

**10 ¿Cree usted que es importante que los usuarios de Facebook cuenten con una guía comunicacional para que les permita identificar cuando una información no es fiable?**

-Si

-No

-Indiferente

**IMÁGEN ES DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS PERIODISTAS QUE APORTARON CON SU CONOCIMIENTO EN EL MUNDO DE LA COMUNICACIÓN.**

**FOTO 1**

**Entrevista con el periodista, reportero en noticias del canal RTS, Lcdo. Félix Gómez.**

**FOTO 2**

**Entrevista con el periodista, reportero en noticias del canal RTS, Lcdo. Félix Gómez.**

**FOTO 3**

**Entrevista con el periodista, reportero en noticias del canal RTS, Lcdo. Félix Gómez.**

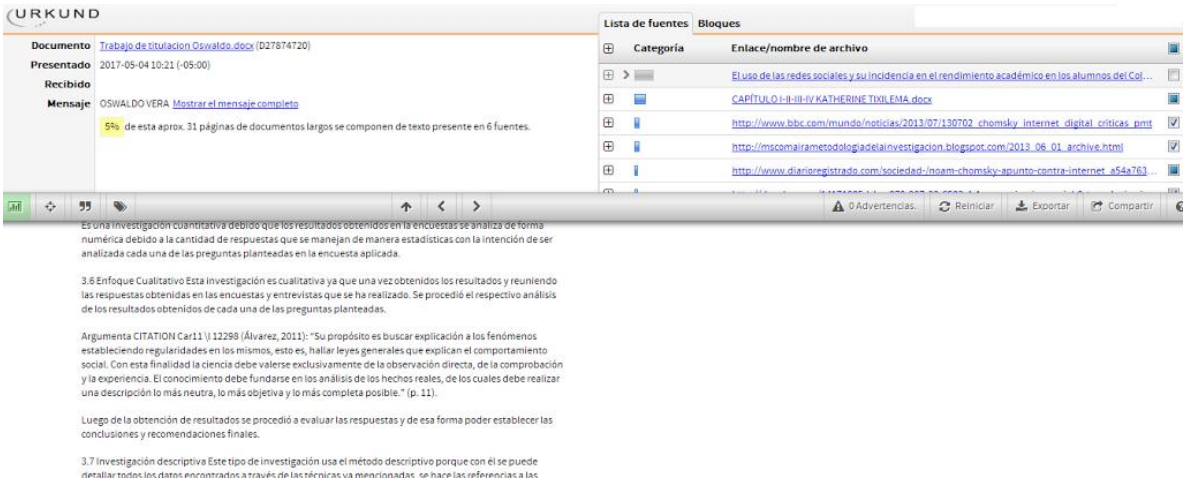
**FOTO 4**

**Entrevista con la coordinadora y presentadora de noticias en Radio Morena, Lcda. Diana Díaz.**

**FOTO 5**

**Entrevista con la coordinadora y presentadora de noticias en Radio Morena, Lcda. Diana Díaz.**

## Aprobación del sistema antiplagio urkund.



URKUND

Documento Trabajo de titulacion Oswaldo.docx (D27874720)
Presentado 2017-05-04 10:21 (-05:00)
Recibido
Mensaje OSWALDO VERA Mostrar el mensaje completo

5% de esta aprox. 31 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 6 fuentes.

Lista de fuentes | Bloques

| Categoría | Enlace/nombre de archivo |
|---|---|
| | El uso de las redes sociales y su incidencia en el rendimiento académico en los alumnos del Col... |
| | CAPÍTULO I-II-III-IV KATHERINE TIXILEMA.docx |
| | http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/07/130702_chomsky_internet_digital_criticas_pmt |
| | http://mscomaiirametodologiadelainvestigacion.blogspot.com/2013_06_01_archive.html |
| | http://www.diarioregistrado.com/sociedad-/noam-chomsky-apunto-contra-internet_a54a763... |

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

Es una investigación cuantitativa debido que los resultados obtenidos en la encuestas se analiza de forma numérica debido a la cantidad de respuestas que se manejan de manera estadísticas con la intención de ser analizada cada una de las preguntas planteadas en la encuesta aplicada.

3.6 Enfoque Cualitativo Esta investigación es cualitativa ya que una vez obtenidos los resultados y reuniendo las respuestas obtenidas en las encuestas y entrevistas que se ha realizado. Se procedió el respectivo análisis de los resultados obtenidos de cada una de las preguntas planteadas.

Argumenta CITATION Car11 \l 12298 (Álvarez, 2011): "Su propósito es buscar explicación a los fenómenos estableciendo regularidades en los mismos, esto es, hallar leyes generales que explican el comportamiento social. Con esta finalidad la ciencia debe valerse exclusivamente de la observación directa, de la comprobación y la experiencia. El conocimiento debe fundarse en los análisis de los hechos reales, de los cuales debe realizar una descripción lo más neutra, lo más objetiva y lo más completa posible." (p. 11).

Luego de la obtención de resultados se procedió a evaluar las respuestas y de esa forma poder establecer las conclusiones y recomendaciones finales.

3.7 Investigación descriptiva Este tipo de investigación usa el método descriptivo porque con él se puede detallar todos los datos encontrados a través de las técnicas ya mencionadas, se hace las referencias a las