



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**Análisis del nivel de alfabetismo digital como factor determinante
en la propagación de contenido falso a través de Facebook en las
campañas electorales del 2021**

AUTORAS:

**Bravo Sánchez, Melany Andrea
Velásquez Segovia, María José**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TUTORA:

**Cortés Rada, Elsa María, Mgs.
Guayaquil, Ecuador**

15 de septiembre de 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Bravo Sánchez, Melany Andrea** y **Velásquez Segovia, María José** como requerimiento para la obtención del título de **Licenciadas en Comunicación Social**.

TUTORA

f. _____

Cortés Rada, Elsa María, Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Luna Mejía, Efraín Alfonso, Mgs.

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre de 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras: **Bravo Sánchez, Melany Andrea**
Velásquez Segovia, María José


DECLARAMOS QUE:

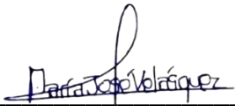
El Trabajo de Titulación: **Análisis del nivel de alfabetismo digital como factor determinante en la propagación de contenido falso a través de Facebook en las campañas electorales del 2021**, previo a la obtención del título de **Licenciatura en Comunicación Social**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance de Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre de 2021

AUTORAS

f. 
Bravo Sánchez, Melany Andrea

f. 
Velásquez Segovia, María José



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL


AUTORIZACIÓN

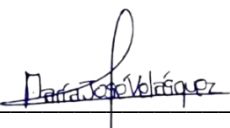
Nosotras: **Bravo Sánchez, Melany Andrea**
Velásquez Segovia, María José

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Análisis del nivel de alfabetismo digital como factor determinante en la propagación de contenido falso a través de Facebook en las campañas electorales del 2021**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre de 2021

AUTORAS

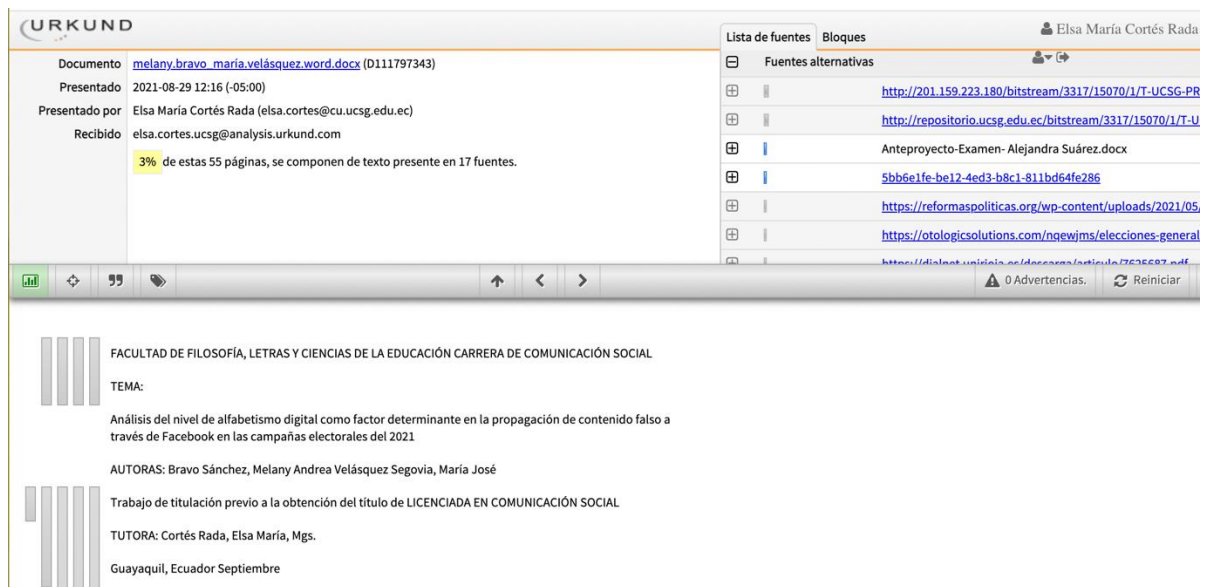
f. 
Bravo Sánchez, Melany Andrea

f. 
Velásquez Segovia, María José

REPORTE URKUND

TEMA: Análisis del nivel de alfabetismo digital como factor determinante en la propagación de contenido falso a través de Facebook en las campañas electorales del 2021

AUTORAS: Bravo Sánchez Melany Andrea y Velásquez Segovia María José



The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

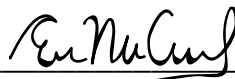
- Documento:** [melany_bravo_maria_velasquez_word.docx](#) (D111797343)
- Presentado:** 2021-08-29 12:16 (-05:00)
- Presentado por:** Elsa María Cortés Rada (elsa.cortes@cu.ucsg.edu.ec)
- Recibido:** elsa.cortes.ucsg@analysis.orkund.com
- Summary:** 3% de estas 55 páginas, se componen de texto presente en 17 fuentes.

Lista de fuentes:

- <http://201.159.223.180/bitstream/3317/15070/1/IT-UCSG-PR>
- <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15070/1/IT-U>
- Anteproyecto-Examen- Alejandra Suárez.docx
- 5bb6e1fe-be12-4ed3-b8c1-811bd64fe286
- <https://reformaspoliticas.org/wp-content/uploads/2021/05>
- <https://otologicsolutions.com/nqewjms/elecciones-general>
- <https://di.lect.uniovi.es/imagenes/articulo/7634687.pdf>

Bloques:

- FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
- TEMA:** Análisis del nivel de alfabetismo digital como factor determinante en la propagación de contenido falso a través de Facebook en las campañas electorales del 2021
- AUTORAS:** Bravo Sánchez, Melany Andrea Velásquez Segovia, María José
- Trabajo de titulación previo a la obtención del título de LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL
- TUTORA:** Cortés Rada, Elsa María, Mgs.
- Guayaquil, Ecuador Septiembre



Cortés Rada, Elsa María, Mgs.

TUTORA

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, me gustaría darle las gracias a Dios y a la Virgen por permitirme culminar esta etapa tan importante de mi vida, por las bendiciones recibidas y por estar presentes en cada momento que los he necesitado.

A mis padres, Digna Sánchez y Guillermo Bravo, las bases de mi vida, quiénes se han esforzado diariamente y me han acompañado en cada momento de esta maravillosa etapa, gracias por esas palabras de aliento que me han motivado a seguir esforzándome por alcanzar mis sueños.

A mis hermanos, Christian, José Luis, Katherine y Doménica, que han sido un gran apoyo durante toda mi vida, a mi tía Rosy, gracias por escucharme cada vez que salía de clases y por brindarme grandes consejos.

A mi compañero, mejor amigo y enamorado Diego Montes quien ha estado presente durante todo este trayecto brindándome frases excepcionales y compartiendo sus conocimientos.

A mi gran amiga Jacqueline Cevallos, que, pese a no estudiar la misma carrera, hacía lo imposible por ayudarme en cada momento.

Mi profundo agradecimiento a Sol Velázquez y Andrea Ortiz, por llenar de hermosas sensaciones y experiencias mi vida universitaria, en especial a mi compañera de tesis, María José Velásquez, una amiga, confidente y un gran apoyo para llevar a cabo este proyecto.

Por último, pero no menos importante, a todos aquellos docentes que formaron parte de este proceso, en especial a mi tutora de tesis, Mgs. Elsa Cortés, una mujer paciente, bondadosa y amable que nos ha enseñado como defendernos en el mundo profesional.

Gracias a todos. ¡Lo logramos!

Melany Andrea Bravo Sánchez

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por bendecirme en cada etapa de mi vida, sobre todo en la universitaria, y por darme una familia maravillosa que siempre ha estado a mi lado. Agradezco eternamente a mi mamá, Marjorie Segovia y a mi papá, Luis Velásquez, quienes desde muy pequeña me inculcaron grandes valores y excelentes hábitos de estudio, los mismos que me permiten esforzarme y seguir aprendiendo cada día. También, le doy gracias a mi adorada hermana, Azaria Velásquez, quien ha sido mi ejemplo a seguir desde que tengo uso de razón.

En realidad, son varias personas a las que quiero agradecer entre esas; mi abuelita Zonia, mis tíos, mis primos, mis verdaderos amigos, mi cuñado Nelson y mi querido Joel Plúas, quien desde que empecé a estudiar la carrera me ha ayudado y ha estado conmigo cuando más lo he necesitado.

Termino este agradecimiento, mencionando a mis docentes y a mi estimada tutora de tesis, Mgs. Elsa Cortés, por haberme otorgado los conocimientos necesarios para desenvolverme profesionalmente y culminar de manera exitosa mi etapa universitaria. Así mismo, gracias a mi amiga y compañera de tesis, Melany Bravo, ya que junto a su conocimiento y el mío, hemos finalizado este proyecto de investigación.

María José Velásquez Segovia

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación está dedicado a Dios, a la Virgen y a Santa Rita, por haberme guiado en todo el transcurso de esta maravillosa etapa.

A mis amados padres, quienes han sido un pilar fundamental en mi vida, en especial a mi mamá, Digna Sánchez, que siempre ha estado pendiente de mí, incluso en las largas noches de desvelo. ¡Esto va por ti mamá, lo hemos logrado!

A mis hermanos, por su apoyo incondicional y sus palabras de motivación para seguir adelante y no decaer. Los quiero.

Melany Andrea Bravo Sánchez

DEDICATORIA

Todo el esfuerzo y el compromiso al realizar este proyecto de investigación, va dedicado a mis padres, sobre todo a mi mamá, Marjorie Segovia, quien siempre ha estado a mi lado brindándome su apoyo.

A mi hermana, Azaria Velásquez, por nunca dejarme sola y ser mi mejor amiga y confidente. También, a todos mis seres queridos que se han preocupado por mí y están presentes en cada etapa de mi vida.

¡Los amo!

María José Velásquez Segovia



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

**CORTÉS RADA, ELSA MARÍA, MGS
TUTORA**

f. _____

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

CALIFICACIÓN

Índice general

Resumen	XV
Abstract	XVI
Introducción	2
Capítulo I: Generalidades de la investigación.....	5
1.1. Planteamiento de la situación problemática	5
1.2. Justificación.....	6
1.3. Líneas de investigación	7
1.4. Preguntas de investigación	7
1.5. Hipótesis.....	8
1.6. Metodología de investigación	8
1.6.1. Método	8
1.6.2. Enfoque	8
1.6.3. Herramientas	9
1.6.4. Población.....	9
1.7. Objetivos	9
1.7.1. Objetivo General	9
1.7.2. Objetivos Específicos	9
Capítulo II: Marco teórico sobre alfabetismo digital	11
2.1. Alfabetismo digital.....	11
2.2. Características/competencias del alfabetismo digital.....	13
2.3. Brecha digital	14
2.4. Importancia en el mundo actual	15
Capítulo III: Marco teórico sobre las <i>fake news</i>	17
3.1. Origen de las <i>fake news</i>	17
3.2. Definición.....	17
3.3. Características	18
3.4. Propagación.....	19
3.5. Tipos.....	19

3.6. Buenas prácticas contra las <i>fake news</i>	21
3.7. Impacto.....	22
Capítulo IV: Marco contextual.....	24
4.1. Acceso y conectividad en Ecuador.....	24
4.1.1. Analfabetismo Digital	24
4.2. Campañas electorales 2021	25
4.2.1 Proceso electoral	29
Capítulo V: Metodología.....	34
5.1. Método y tipo de trabajo	34
5.2. Revisión bibliográfica	34
5.3. Población/muestra	38
5.4. Instrumentos de investigación.....	38
5.4.1. Observación directa.....	39
5.4.2. Análisis de contenido	43
Capítulo VI: Análisis de resultados.....	47
6.1. Observación directa.....	47
6.2. Análisis de contenido	53
Conclusión.....	60
Recomendaciones	63
Referencias	65
Anexos.....	71

Índice de tablas

Tabla 1 Diferentes términos respecto a la educación digital.....	12
Tabla 2 Tipos de contenido falso o desinformación.	20
Tabla 3 Resultados de las elecciones presidenciales – Primera vuelta	30
Tabla 4 Tabla de revisión bibliográfica para los conceptos de alfabetismo digital según lo teorizado por Aguaded et al (2016), Fernández (2017) y Sales (2020).	34
Tabla 5 Tabla de revisión bibliográfica para las características de las fake news según lo teorizado por Blázquez (2018), Fernández (2018) y Amorós (2018).	36
Tabla 6 Tabla de revisión bibliográfica para los tipos de contenido falso o desinformación según lo teorizado por Wardle (2017) y Amorós (2018).	37
Tabla 7 Dinámica de sesión virtual.	39
Tabla 8 Preguntas para la observación directa.	41
Tabla 9 Ficha de observación directa.....	41
Tabla 10 Características de las fake news.	43
Tabla 11 Tipos de contenido falso o desinformación	44
Tabla 12 Ficha de análisis de contenido.....	45
Tabla 13 Identificación de la muestra.	47
Tabla 14 Nivel de alfabetismo digital de la muestra.....	51
Tabla 15 Cantidad de posts, fake news, contenido falso y eliminado en los perfiles de Facebook del grupo etario de 18 a 24 establecida en números reales y porcentuales.	54
Tabla 16 Cantidad de posts, fake news, contenido falso y eliminado en los perfiles de Facebook del grupo etario de 45 a 54 establecida en números reales y porcentuales.	55
Tabla 17 Tabulación de tipos de contenido falso en números reales y porcentuales de los grupos etarios de 18 a 24 y de 45 a 54.	56
Tabla 18 Tabulación de características de fake news en números reales y porcentuales de los grupos etarios de 18 a 24 y de 45 a 54.	57
Tabla 19 Tipos de contenido falso encontrados en las fake news difundidas por los grupos etarios de 18 a 24 y de 45 a 54.	58

Resumen

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, las redes sociales se han convertido en un medio donde los internautas se informan y entretienen debido a la inmediatez y facilidad que existe para recibir una información determinada. Es por esto que, las *fake news* y todo tipo de desinformación ha podido ser divulgado mayormente por dichos canales digitales. De esta manera, en esta investigación se considera importante analizar si el nivel de alfabetismo digital, independientemente de los rangos etarios estudiados, es uno de los factores que promovió la difusión de contenido falso a través de Facebook en periodo de campañas electorales 2021. Además, a través del proyecto también se busca detectar las tendencias de compartición de bulos tras revisar los diferentes perfiles de los usuarios. Con todos estos elementos observados, se realizaron dos herramientas de investigación; análisis de contenido y observación directa, para descubrir el nivel de alfabetismo digital y los hábitos de compartición y creación de contenido existentes en la muestra. A partir de los resultados obtenidos, se otorga una serie de recomendaciones como la creación de una campaña comunicacional por medio de Facebook.

Palabras claves: desinformación, *fake news*, infodemia, sobresaturación informativa, redes sociales, política.

Abstract

With the development of new technologies, social networks have become a medium where Internet users are informed and entertained due to the immediacy and ease that exists to receive certain information. This is why fake news and all kinds of misinformation have been spread mostly by these digital channels. Thus, this research considers important to analyze whether the level of digital literacy, regardless of the age ranges studied, is one of the factors that promoted the dissemination of false content through Facebook in the 2021 electoral campaign period. In addition, the project also seeks to detect hoax sharing trends after reviewing the different user profiles. With all these elements observed, we used two research tools; content analysis and direct observation, to discover the level of digital literacy and the sharing habits and content creation existing in the sample. Based on the results obtained, we give a series of recommendations, such as the creation of a communication campaign through Facebook.

Keywords: disinformation, fake news, infodemic, informational oversaturation, social networks, politics

Introducción

En la actualidad, la mayor parte de los usuarios hacen uso de artefactos tecnológicos y por ende de plataformas digitales vía Internet para informarse y entretenerse. Sin embargo, esto no implica que ellos tengan las competencias y habilidades necesarias para consumir y difundir contenido en el contexto virtual, por lo que se expone que los internautas al no poseer un alto nivel de alfabetismo digital, el cual les impide tener un espíritu crítico dentro de la red para desarrollar las funciones de explorador, analista y creador, pueden ser prosumidores de contenido falso en redes sociales. Es por ello que, el presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar si el nivel de alfabetismo digital en hombres y mujeres pertenecientes a la ciudad de Esmeraldas, independientemente de si tienen 18 a 24 años o 45 a 54 años de edad, es uno de los factores que promovió la divulgación de contenido falso a través de la red social Facebook en el segundo periodo de campañas electorales Ecuador 2021.

Para comenzar nuestro proyecto, en el primer capítulo presentamos la situación problemática, en donde se explica brevemente el concepto y las consecuencias de las noticias falsas. Así también, se menciona a las redes sociales como un mecanismo de difusión de bulos y la necesidad de promover el alfabetismo digital como un método que permita contrarrestar la sobresaturación informativa e infodemia, sobre todo en periodos de campañas electorales donde se visualiza mayormente anuncios políticos falsos utilizados para engañar y generar alteraciones en la democracia. Por otro lado, se expone la justificación de nuestro trabajo, seguido de la línea de investigación centrada en ciudadanía, medios y veeduría social, debido a que se indagarán los niveles de alfabetización digital y el alcance de propagación de contenido falso, el mismo que tienden a afectar el ejercicio democrático. Por consiguiente, se redactan las preguntas de investigación conforme a nuestra hipótesis y objetivos generales y específicos.

En nuestro segundo capítulo teórico abordamos datos relevantes sobre la definición de alfabetismo digital, características o competencias para medirlo y su importancia dentro de la sociedad, haciendo énfasis en la brecha digital existente en la población ecuatoriana.

El tercer capítulo indaga sobre el origen de las *fake news*, su concepto y características para poder detectarlas en plataformas digitales como las redes sociales. También, se detalla la proliferación de noticias falsas que existen en la actualidad, seguido de los diferentes tipos de contenido falso y las prácticas o lineamientos que se deben considerar para evitar la desinformación y, por ende, el impacto de los bulos en la sociedad.

En el siguiente capítulo se anuncia, de manera contextual, el acceso y la conectividad de Internet con el uso de dispositivos tecnológicos que existen en Ecuador. Así mismo, se describe la cifra de analfabetismo digital según lo expuesto por el INEC en el año 2021 y adicional a esto, se detalla todo lo relacionado a las campañas electorales 2021 y sus respectivos candidatos políticos, especialmente aquellos que destacaron en la segunda vuelta electoral.

Posteriormente, en nuestra metodología se implementó un capítulo donde se menciona la revisión bibliográfica que ejecutamos para definir el concepto de alfabetismo digital, las características de *fake news* y los diferentes tipos de contenido falso que se encuentran en las publicaciones de redes sociales como Facebook. También, se señalan las herramientas de investigación utilizadas como el método de observación directa y el análisis de contenido.

La observación directa se utilizó para medir el nivel de alfabetismo digital por medio de una ficha establecida según los fundamentos teóricos estudiados. Y, por otro lado, el análisis de contenido fue el que nos permitió registrar los perfiles de Facebook de la muestra ya mencionada, para poder cuantificar las *fake news* y el contenido falso encontrado en el periodo de campañas electorales correspondiente a la segunda vuelta electoral y, por último, registrar las tendencias en lo que concierne a la compartición de bulos.

Finalmente, en la interpretación de resultados se mencionaron los datos obtenidos con base en el análisis de las herramientas de investigación aplicadas en este proyecto. Posterior a esto, se redactan las conclusiones y las recomendaciones conforme a nuestro tema.

Es importante reconocer que, al indagar sobre el alfabetismo digital como uno de los factores en el consumo y difusión de bulos y contenidos falsos, se busca presentar

propuestas que ayuden a contrarrestar el fenómeno de la infodemia y desinformación, sobre todo en momentos de tensión social como se vivió en el periodo de campañas electorales donde hubo *fake news* enfocadas en el ámbito político y social.

Capítulo I: Generalidades de la investigación

1.1. Planteamiento de la situación problemática

Según las estadísticas de Ecuador Estado Digital (2021), la población ecuatoriana está compuesta por 17,94 millones de habitantes, de los cuales 14,25 millones son usuarios que tienen acceso a internet y, 15 millones hacen uso de las redes sociales tanto para informarse como para entretenerse.

Las redes sociales son un medio en donde las personas pueden relacionarse y, por ende, comunicarse desde la virtualidad. Básicamente, son aplicaciones y sitios proyectados en diversos ámbitos como el profesional, de relación, entre otros (RD Station, 2017, párr. 2).

Desde que los medios de comunicación tradicionales dejaron de ser los actores principales para transmitir información, se ha logrado evidenciar una excesiva cantidad de bulos como consecuencia de que las redes sociales permiten a sus usuarios crear y publicar cualquier tipo de contenido ya sea verídico o falso (Pont, 2020, párr. 1-3).

Las noticias falsas son un tipo de contenido *pseudo-periodístico* cuyo objetivo radica en desinformar a la sociedad. Según Amorós (2018), las *fake news* están compuestas por información falsa la cuál se elabora con el propósito de engañar y crear confusión, generalmente en el ámbito político o económico (pág. 30). De la misma manera, para Elosegui (2017), los bulos son creados específicamente para desestabilizar, crear caos, difamar a las personas y arruinar a las compañías (párr. 5).

En un artículo publicado en la revista digital *Science Advances* por Adivina et al. (2019), se demostró que los usuarios que más se encargan de difundir noticias falsas en la red social Facebook son personas mayores de 65 años, conformando el 11,3% de cibernautas, mientras que un 3% es respaldado por jóvenes entre 18 y 29 años quienes también lo hacen, pero en menor cantidad (pág. 3)

Por otro lado, el artículo de Ecuador Chequea explica que, en su mayoría, los que comparten mentiras o contenidos falsos lo hacen por desconocimiento y precaución, es decir, para cuidar a familiares o personas cercanas. A este grupo de usuarios se los identifica como abuelas, abuelos, madres y padres, personas adultas que difunden datos

sin una intención negativa, pero que no deja de ser desinformación y tampoco deja de ser peligrosa (Ecuador Chequea, 2020, párr. 3).

A pesar de que los adultos conocidos como inmigrantes digitales tienden a compartir la mayor parte de bulos, también los jóvenes, nativos digitales, tienen un rol importante en el campo de la desinformación.

Naranjo (2019), señala que el 90% de la población hace uso de la tecnología, sin embargo, muy pocos saben utilizarla apropiadamente. Esto se evidencia cuando los estudiantes acuden a Google para realizar investigaciones y emplean datos que no son válidos académicamente. (párr. 17-19)

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, un analfabeto digital se mide por 3 grandes factores: la falta de acceso a internet, el uso del computador y el carecimiento de un teléfono activo (INEC, 2021, pág. 21). Sin embargo, la Unesco considera que un usuario con alfabetización digital, es aquel que tiene un espíritu crítico dentro de la red, el mismo que le permitirá desarrollar las funciones de explorador, analista y creador. El explorador se familiariza con los medios y las plataformas de datos; el analista aplica principios como la verificación de fuentes, el cruce de datos y el respeto a la vida privada; el creador elabora sus propias producciones, examina las consecuencias de sus opciones y toma decisiones en materia de difusión (Frau, 2017, párr. 15).

Es necesario tener un alto nivel de alfabetización digital ya que, no todos los internautas que navegan en plataformas virtuales como la red social Facebook, corroboran los contenidos que se consumen y comparten. Por lo general, esto se da debido a que los usuarios tienden a difundir posts de acuerdo a patrones emocionales, por encima de concepciones racionales. Esta situación queda evidenciada sobre todo en campañas electorales cuando se visualizan mayormente publicaciones falsas sobre política, cuyo objetivo es difamar a un individuo en específico y de la misma forma, generar alteraciones en la democracia (Durán y Tusa, 2019, pág. 24).

1.2. Justificación

Las *fake news* tienen la capacidad de llegar a una gran cantidad de usuarios ya que los seres humanos se encuentran inmersos en una era digital. Las redes sociales para más de 14 millones de ecuatorianos representan un medio primordial en el que se establece

una comunicación más directa que, en el mayor de los casos, facilita la proliferación de bulos o contenidos *pseudo-periodísticos*.

Con la llegada de la tecnología, el analfabetismo se ha extendido al punto de convertirse en una intensa problemática de escala mundial.

Tradicionalmente se ha considerado a la alfabetización como un conjunto de competencias relacionadas con la lectura, escritura y aritméticas aplicadas en un contexto determinado, pero el uso de las herramientas tecnológicas ha cambiado el significado de estar alfabetizado, lo cual exige ahora un nivel más elevado (Pozón, 2018, párr. 5).

A partir de este proyecto de investigación, se pretende analizar cómo el nivel de alfabetización digital en hombres y mujeres, pertenecientes a la ciudad de Esmeraldas, independientemente de su rango de edad, es una de las causas de la transmisión intencional o no de contenidos falsos, abonando al fenómeno de la infodemia, el mismo que influye en las posturas políticas creando alteración en la democracia. Así mismo, se podrá conocer cómo el nivel de alfabetismo digital influye en la difusión de *fake news* en redes sociales como Facebook tras una revisión bibliográfica.

1.3. Líneas de investigación

El presente trabajo se enmarca en la línea de investigación de *Ciudadanía, Medios y Veeduría Social*, ya que, al indagar sobre el nivel de alfabetismo digital como una posible causa de la propagación de bulos en Facebook, se investigarán los niveles de alfabetismo digital y el alcance de propagación de contenido falso, el mismo que tiende a afectar y alterar el ejercicio democrático en campañas electorales. Cabe destacar que, este trabajo se ejecutará debido a la escasez de trabajos de investigación nacionales referentes al analfabetismo digital.

1.4. Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son las categorías y subcategorías a considerar en el análisis de contenido falso y la observación directa del nivel de alfabetismo digital?

- ¿Cuál es el nivel de alfabetización digital de mujeres y hombres de 45 a 54 años frente a las de 18 a 24 años de edad?
- ¿Cuáles son las tendencias de compartición de contenidos falsos de la muestra?

1.5. Hipótesis

El nivel de alfabetismo digital en hombres y mujeres pertenecientes a la ciudad de Esmeraldas, independientemente de si tienen 18 a 24 años o 45 a 54 años de edad, fue un factor determinante en la propagación de contenido falso a través de Facebook en el segundo periodo de campañas electorales 2021.

1.6. Metodología de investigación

1.6.1. Método

Este tipo de investigación es de carácter descriptivo debido a que detalla una realidad que ha sido previamente estudiada por otros autores, la misma que se centra en la relación de contenido falso y alfabetismo digital.

Además, por medio de este método se podrá identificar y evaluar a una determinada población, en este caso, a través de nuestra muestra seleccionada se medirá el nivel de alfabetismo digital y la tendencia a compartir contenido falso en redes sociales como Facebook, para identificar si el fenómeno de la infodemia es producto del analfabetismo digital, independientemente del rango de edad estudiado.

1.6.2. Enfoque

El proyecto de investigación tiene un enfoque mixto puesto que, el lado cualitativo involucra la investigación de fuentes bibliográficas sobre el alfabetismo digital como uno de los factores que promueve la difusión de bulos en la red social Facebook; mientras que el aspecto cuantitativo mide el nivel de alfabetismo digital y su relación con la propagación de contenido falso mediante el método de análisis de contenido y observación directa.

1.6.3. Herramientas

Se aplicará la observación directa a través de una ficha de observación que involucra actividades y entrevistas a nuestro público objetivo, hombres y mujeres de 18 a 24 años y de 45 a 54 años, pertenecientes a la ciudad de Esmeraldas. Además, se realizará una matriz de categorías y subcategorías para el análisis de contenido.

1.6.4. Población

Según Ecuador Estado Digital (2021), Facebook es una de las redes sociales más utilizadas como medio informativo y de entretenimiento a nivel nacional, por lo que se estima tomar como muestra a ocho usuarios de diferentes rangos de edad, para medir su nivel de alfabetismo digital y de difusión de contenido falso.

- **Rango de edad:** 18 a 24 años y 45 a 54 años
- **Sexo:** masculino y femenino
- **Ciudad:** Esmeraldas
- **Red social:** Facebook
- **Fecha de publicaciones:** desde el 16 de marzo hasta el 8 de abril de 2021.
- **Tipo de publicaciones:** contenido variado
- **Número de personas:** 8 personas (cuatro adultos de 18 a 24 años y cuatro de 45 a 54 años)

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

- Analizar si el nivel de alfabetismo digital en hombres y mujeres pertenecientes a la ciudad de Esmeraldas, independientemente de si tienen 18 a 24 años o 45 a 54 años de edad, es uno de los factores que promovió la divulgación de contenido falso a través de la red social Facebook en campañas electorales 2021.

1.7.2. Objetivos Específicos

- Determinar las categorías y subcategorías para el análisis de contenido falso y la observación directa del nivel de alfabetismo digital a través de la revisión bibliográfica.

- Medir el nivel de alfabetización digital que existe en la muestra conformada por hombres y mujeres de 18 a 24 años y de 45 a 54 años de edad, pertenecientes a la ciudad de Esmeraldas, a través de la observación directa.
- Detectar las tendencias de compartición de contenido falso que tuvo la muestra en la red social Facebook, a través del método de análisis de contenido.

Capítulo II: Marco teórico sobre alfabetismo digital

2.1. Alfabetismo digital

El término de alfabetización surge en la antigüedad, a mediados de la Revolución Industrial, determinando la capacidad de un individuo para leer, escribir y comprender un texto. Ahora, con la llegada de las nuevas tecnologías, esta definición ha evolucionado debido a que surge la necesidad de tener que aprender lo que significa estar alfabetizado digitalmente, para poder entender las formas de comunicación contemporáneas y a las que se puede acceder de manera inmediata a través de artefactos tecnológicos y mecanismos de conectividad como el Internet.

Varios autores emplean diferentes términos para explicar este nuevo concepto, demostrando que el usuario alfabetizado digitalmente se caracteriza por tener un espíritu crítico, el mismo que le permite desarrollar las funciones de explorador, analista y creador, para consumir y difundir adecuadamente la información dentro de la red.

Se conoce como alfabetismo digital a la habilidad de manejar correctamente las herramientas tecnológicas como también la capacidad de decodificar la información que se observa en estas. El cibernauta, más allá de adquirir competencias para interactuar con dispositivos digitales como el uso de pantallas táctiles, controles de aplicaciones y navegadores, debe analizar de forma crítica y reflexiva, la información que se difunde a través de estos espacios virtuales.

Para Aguaded et al. (2016), este concepto presenta mayor interés en el ámbito académico, ya que, con la llegada de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), ha aumentado la necesidad de poseer las habilidades respectivas para interactuar socialmente en contextos digitales como la alfabetización tradicional, el acceso a la tecnología, las competencias en el manejo de instrumentos y plataformas, y, sobre todo la capacidad de adaptación de los prosumidores en los nuevos métodos de información y comunicación (pág. 13).

Por otro lado, existe también una terminología conocida como alfabetismo mediático e informacional, el cual se involucra más en los canales de comunicación y la información que se genera y difunde a través de estos.

El alfabetismo mediático tiende a relacionarse con el alfabetismo informacional puesto que ambos son de ayuda en la comprensión de las nuevas formas de comunicación e información dentro de la digitalidad:

La alfabetización mediática concibe a los medios de comunicación como una lente a través del cual, pueden ver el mundo y expresarse. Señalan que su mayor preocupación académica, son las disciplinas como la educación, la comunicación, la psicología, la salud ocupacional pública y otras ciencias sociales, mientras que la alfabetización informacional considera a la mediática como una subcategoría de su ámbito de estudio, debido a que la teleología de este campo consiste en analizar la información y los contenidos independientemente de su emisor (Aguaded et al., 2016, pág. 15).

A nivel general, el alfabetismo mediático se encarga de estudiar cómo los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, envían una información para que sea decodificada por el receptor, cumpliendo así con los elementos comunicacionales. Por otro lado, el alfabetismo informacional aparte de analizar cuáles son los diferentes canales de difusión, se encarga de potenciar las habilidades y competencias apropiadas para la verificación de datos.

Al estar inmersos en una era digital, los usuarios deben conocer la diferencia que existe entre cada uno de los conceptos relacionados al alfabetismo digital y así poder aplicarlos dentro de los procesos de navegación vía internet.

Tabla 1

Diferentes términos respecto a la educación digital.

Elaboración propia a partir de los conceptos establecidos por Aguaded et al. (2016), Fernández (2017) y Sales (2020).

Término	Definición
Alfabetismo digital	Se refiere al acceso y uso de herramientas tecnológicas, sin dejar a un lado, las competencias requeridas para analizar de forma crítica y reflexiva la información que se consume y difunde a través de los medios de comunicación como redes sociales y sitios web.
Alfabetismo mediático	Hace referencia al conjunto de habilidades o estrategias para analizar y evaluar cómo los diferentes canales de comunicación transmiten una información determinada.
Alfabetismo informacional	Este tipo de alfabetismo permite a los prosumidores promover el análisis crítico y opinar frente a la información que encuentran tanto en medios impresos como digitales.

En el siguiente trabajo de investigación, se selecciona el término de alfabetismo digital debido a que, este se encarga de estudiar ampliamente las competencias que los cibernautas deben desarrollar para poder navegar a través de las redes sociales o cualquier otra plataforma digital.

2.2. Características/competencias del alfabetismo digital

El alfabetismo digital presenta diversas competencias, una de esas es el espíritu crítico, el mismo que se divide en tres funciones. La primera se refiere al aspecto de explorador que se relaciona en mayor medida con la plataforma de datos, luego, la función de analista para desarrollar principios que ayuden a reconocer fuentes e información específica, y finalmente, el ejercicio de creador que le permite al usuario elaborar sus propias producciones (Frau, 2017, párr. 14-15).

Dentro de la virtualidad, el cibernauta debe potenciar la habilidad de navegar en redes sociales, sitios web y otras plataformas, evitando la sobresaturación informativa, los contenidos *pseudo-informativos*, es decir, sin valor formativo e informativo y reconociendo de dónde proviene la información. Es importante que el prosumidor identifique cuándo una fuente es fidedigna o no, para descartar todo tipo de textos falsos o manipulados. Además, tras adquirir las habilidades ya mencionadas, las personas podrán crear contenido verídico y apto para ser divulgado.

Por otro lado, existen otras competencias que se relacionan al alfabetismo mediático e informacional, en las cuales según García (2017) se destacan 5 parámetros:

- El instrumental: conocimiento básico sobre el uso de herramientas tecnológicas, tales como hardware y software.
- Cognitivo-intelectual: habilidades referentes a la búsqueda, selección, análisis, interpretación y recreación de contenido con el objetivo de analizarlo críticamente y reconstruirlo.
- Socio-comunicacional: capacidad para comunicarse por medio de las TIC, promoviendo el crecimiento de textos como hipertextuales, audiovisuales, icónicos, tridimensionales, entre otros.
- Axiológica: señala que las Tecnologías de la Información y Comunicación repercuten en la adquisición de valores éticos y democráticos relacionadas al uso de la información, como también en un entorno cultural o político de la sociedad.
- Emocional: se utiliza para el control de afectos y sentimientos que suelen manifestarse debido a la participación en los diferentes entornos digitales (pág. 9).

2.3. Brecha digital

El término de brecha digital surge con la llegada de las nuevas tecnologías y hace referencia tanto al acceso a Internet como al uso de herramientas digitales y sus respectivas competencias para navegar en sitios web y redes sociales.

Stoiciu (s.f.), define a la brecha digital como “un fenómeno que proporciona desequilibrios en materia de infraestructura de Internet, información, conocimientos e igualdad de oportunidades en dependencia del ingreso, raza, etnia, género y otros criterios similares” (párr. 2).

Por otro lado, Duro (2017), señala que la era digital ha generado un cambio en la vida cotidiana de los seres humanos. (párr. 4). En este contexto, se puede mencionar que la tecnología hace parte de las actividades diarias de jóvenes y adultos.

Por lo general, a los jóvenes conocidos como nativos digitales se les atribuye la habilidad de comprender el uso de ciertos equipos tecnológicos debido a que, desde muy pequeños, hacen uso de estos, a diferencia de los adultos, denominados migrantes

digitales, quienes tuvieron que adaptarse a estos nuevos métodos de comunicación e información.

A partir de esta brecha digital, que se relaciona más a las competencias que tienen los usuarios dentro de la virtualidad, se explica que, a pesar de que los jóvenes nacen en una era digital, no hay garantía de que ellos tengan los criterios y competencias necesarias para la búsqueda, selección y decodificación de la información que encuentran en la red y, por ende, no va a existir el uso ético y seguro de dichas herramientas tecnológicas (García, 2019, pág. 16).

Para los adultos, resulta más complejo el proceso de adaptación digital, motivo por el que carecen de ciertas habilidades técnicas, pero puede que tengan mayor experiencia y destreza para seleccionar y emitir criterios en la decodificación de información.

A raíz de esta brecha digital, tanto jóvenes como adultos pueden llegar a ser analfabetos digitales al tener acceso a diversas plataformas como redes sociales y páginas webs, las cuales son utilizadas como medios informativos.

Se consideran analfanautas o analfabetos digitales a los usuarios que pese a tener acceso a las plataformas virtuales, carecen de habilidades mediáticas e informacionales para decodificar la excesiva cantidad de información, *pseudo-información* y desinformación que se presenta continuamente en el entorno digital (Aguaded et al., 2016, pág. 13).

Los analfanautas se caracterizan por no tener los hábitos adecuados para consumir, generar, difundir y compartir la información dentro de la virtualidad, es decir, que no cuentan con las competencias que los ayuden a determinar la validez, importancia y veracidad en un texto expuesto vía Internet.

2.4. Importancia en el mundo actual

La globalización ha generado nuevos métodos de comunicación en el entorno digital, razón por la cual, surge la necesidad de fomentar habilidades que ayuden a los prosumidores en el correcto manejo de herramientas digitales y también, en la decodificación de información difundida en redes sociales u otros canales afines.

Es importante promover la alfabetización digital para que se reconozcan las fuentes fiables, de modo que se ponga en práctica el pensamiento crítico y cognitivo en

las piezas comunicacionales y también, para que en el rol de creadores o productores de contenido se verifiquen los hechos antes de ser divulgados y exista la contrastación de fuentes en el ámbito informativo evitando así la desinformación y/o manipulación (Durán y Tusa, 2019, pág. 36).

La desinformación o manipulación de contenido a través de las redes sociales tiene como objetivo mal informar o engañar a la sociedad por medio de datos erróneos que generalmente apuntan a fines políticos o financieros.

De este modo, la alfabetización digital, al potenciar la capacidad crítica y de análisis, aspectos que no se habían considerado antes en el consumo de información a través de medios tradicionales, se convierte en un factor importante en todos los ámbitos sociales debido a que, se pueden aprovechar las ventajas de las nuevas tecnologías sin dejar que estas influyan de manera negativa en la virtualidad como lo puede llegar a hacer la difusión de bulos.

A nivel nacional, en el periodo de campañas electorales Ecuador 2021, se registró una alta difusión de contenido falso en redes sociales, la cual produjo discusiones entre los diferentes partidos políticos y confusión en los electores al intervenir en sus posturas políticas, las mismas que habían surgido a través de falacias y contenido manipulado.

Las *fake news* tienen un rol activo en el territorio ecuatoriano, conformado por una población de 17,4 millones de habitantes, donde el 40% de ciudadanos utilizan al menos una red social para informarse (France 24, 2021, párr. 5). De este modo, el alfabetismo digital busca promover el análisis crítico frente a los medios de comunicación y, por ende, en cuanto a la información que estos emiten, para impulsar la verificación e investigación de contenido, evitando así la difusión de información falsa o manipulada.

Capítulo III: Marco teórico sobre las *fake news*

3.1. Origen de las *fake news*

Las *fake news* o noticias falsas remontan su origen en la era común a.C., cuando los pobladores divulgaban información a través de rumores o chismes sin poder verificar si lo comentado era real o falso. Un caso específico es el que ocurrió en el año 64 d.C., cuando los cristianos murmuraron que el emperador Nerón había ocasionado el Gran Incendio de Roma y para exculparse los acusó como responsables del accidente (Burgueño, 2020, párr. 3).

Las mentiras y engaños siempre han existido, lo único que ha modificado es su medio de difusión, el cual permite que los bulos o desinformaciones tengan mayor alcance y viralización debido al uso de las nuevas tecnologías como el acceso a las redes sociales.

Actualmente, se observa que las noticias falsas presentan un mayor alcance en soportes digitales que poseen libre acceso, lo que contribuye al crecimiento constante de dichos datos no verídicos o manipulados (Durán y Tusa, 2019, pág. 20). Este tipo de desinformación, que se consume y difunde a diario, es capaz de modificar nuestras creencias por medio de ciertos patrones que apuntan a las emociones del receptor.

3.2. Definición

Se conoce como *fake news* al contenido que se presenta en formato de noticia periodística, pero cuyo texto se caracteriza por tener datos erróneos o manipulados. Según Rodríguez (2019), “las noticias falsas se conciben como desinformación intencionada, la cual tiene fines políticos y/o comerciales dentro de un contexto determinado” (pág. 5).

Los bulos al exponer información sesgada y falsa, en canales de comunicación como redes sociales y medios tradicionales, manipulan la opinión ciudadana para hacer creer que lo divulgado es real y así beneficiar a un grupo en específico.

Por otro lado, existe otro concepto relacionado a las *fake news* como lo es el término *junk news* o noticias basura que hace referencia a las distintas formas de publicidad e información política con firmes ideologías (Rodríguez, 2019, pág. 10). Este contenido falso, divulgado de manera deliberada, busca influir en los receptores dentro de

los procesos de toma de decisiones a través de diferentes métodos como fotografías, videos y titulares impactantes que generen carga emocional.

3.3. Características

Las noticias falsas, pese a ser un tipo de contenido erróneo o falsificado que aparenta ser verídico y tiende a viralizarse, cuentan con una lista de características que permiten identificarlas. Según Fernández (2018), “las *fake news* se pueden detectar a través de la fecha de publicación, las faltas ortográficas o errores en la redacción, imágenes pixeladas y retocadas” (párr. 11).

En la mayoría de casos, los creadores de bulos no cuentan con un perfil periodístico que les ayude a disfrazar de forma más acertada estos datos desinformativos, por lo que tienden a cometer errores en las redacciones, los cuales pueden ser identificados. Además, al ser un contenido falso, las ilustraciones o grabaciones deben ser editadas para poder contextualizar el hecho y generar credibilidad en el lector.

Otra investigación realizada por Blázquez (2018) demuestra que las noticias falsas también pueden ser reconocidas a través de:

- Recursos lingüísticos como hipérbolos y circunloquios
- Titulares cortos e impactantes
- Falta de contextualización en el texto
- Incumplimiento de las cinco W del periodismo
- Ausencia de fuentes
- Falta de hipervínculos
- Alto porcentaje de comentarios prefabricados o valoraciones positivas en las redes sociales
- Mensajes orientados a influir en la opinión del lector
- Mensajes con doble moral, enfocados en asuntos de alta sensibilidad para el espectador
- Mensajes que presentan el problema seguido de la solución velada y dirigida (pág. 14).

3.4. Propagación

Hoy en día, la proliferación de noticias falsas se realiza mediante redes sociales, especialmente en Facebook, una de las plataformas de conexión más grande a nivel mundial. Esta difusión de noticias falsas, contenido no contrastado o manipulado, es muy común debido a la forma en la que operan estas plataformas, haciendo que los mensajes tengan mayor alcance al poder ser enviados de manera más fácil y rápida.

Las redes sociales han adquirido un rol muy importante debido a los siguientes motivos:

- Han facilitado el estudio de personas y la sociedad en general dentro de la virtualidad.
- Tras conocer al público objetivo, la creación de mensajes ha sido más personalizada y, por ende, el nivel de influencia es mayor.
- La facilidad de establecer relaciones sociales genera mayor propagación de contenido, incluyendo rumores y hechos no verificados.
- La difusión de bulos es masiva y constante ya que no existen métodos de verificación de datos.
- Estos canales comunicativos no promueven la capacidad crítica de los usuarios ante los diversos contenidos (Blázquez, 2018, pág. 14).

La proliferación de las *fake news* no es una novedad, puesto que siempre han existido y lo único que ha evolucionado es su canal de difusión. En la antigüedad, la desinformación se propagaba a través de las pinturas rupestres y cartas que eran utilizadas para transmitir mensajes. Hoy en día, los artefactos tecnológicos junto al Internet han ocasionado que se expanda de manera fácil y rápida todo tipo de contenido falso o manipulado, lo que implica la necesidad de potencializar las competencias que permiten al usuario reconocer los tipos de *fake news* y, por ende, sus características con la finalidad de identificarlas y disminuir su alcance.

3.5. Tipos

Las noticias falsas aparte de presentar ciertas características que permiten su reconocimiento, también suelen clasificarse de acuerdo a su intención, esto quiere decir

que se pueden posicionar en una escala de contenido engañoso, tanto alto como bajo, en relación al alcance de los datos compartidos.

Un estudio realizado por First Draft, un proyecto que lucha para combatir las noticias falsas en redes sociales, asegura que existen siete tipos de contenido falso colocados en el ecosistema de la información con el propósito de engañar a la audiencia, los mismos que se esquematizan posicionado a la sátira o parodia como un tipo de desinformación menos impactante en comparación con el contenido fabricado que tiene mayor magnitud referente a su consumo (Wardle, 2017, párr. 5).

Tabla 2

Tipos de contenido falso o desinformación.

Elaboración propia a través de los tipos de contenido falso establecidos por Wardle (2017).

Tipos	Definición
Sátira o Parodia	La sátira o parodia es un tipo de contenido humorístico que no tiene intención de causar daño, pero que sí tiene la capacidad de engañar al usuario.
Conexión falsa	Se denomina conexión falsa cuando las imágenes, titulares y subtítulos no están relacionados con el contenido.
Contenido engañoso	Cuando se utiliza información falsa para incriminar a una persona o a un objeto en específico.
Contexto falso	Cuando una información auténtica se comparte fuera de su contexto original.
Contenido impostor	Este tipo de contenido tiende a sustituir fuentes originales por fuentes que no han sido verificadas o que son consideradas como una réplica.
Contenido manipulado	Cuando se manipulan y editan imágenes o informaciones verídicas para engañar.
Contenido fabricado	Contenido completamente falso, el cual ha sido elaborado para engañar y dañar.

Los tipos de contenidos falsos se distinguen por la manera en la que son contruidos. Los encargados de crear desinformaciones en algunos casos pueden hacerlo de manera inconsciente y esto se evidencia cuando su contenido no tiene lógica con lo que se visualiza en las imágenes o videos anexados. De acuerdo a lo mencionado, es necesario que los cibernautas aprendan a identificar cuándo una información es real y cuándo no.

3.6. Buenas prácticas contra las *fake news*

Reconocer una noticia falsa no es una labor complicada si el usuario ya ha tenido experiencia con este tipo de contenido y, sobre todo, si conoce previamente los parámetros que ayuden a identificar contenido falso y, por ende, los métodos para disminuir su impacto dentro de la red.

En la antigüedad, era difícil corroborar la veracidad de una información que había sido divulgada a través de chismes o rumores, ya que no existían los medios necesarios para acudir fácilmente a la fuente y comprobar los hechos. Sin embargo, con el pasar de los años, se han definido varios parámetros que pueden ayudar a los consumidores de contenido a detectar cuándo una noticia es real y cuándo es falsa. Algunas de estas variables son: la ortografía, la visualización de imágenes editadas o pixeladas, el uso de fuentes fidedignas, uso de datos específicos, enlaces, entre otros. Así mismo, tras el alto nivel de bulos en internet, varias plataformas digitales se han visto en la obligación de crear estrategias que faciliten la verificación de información, ya sea por medio de aplicaciones o filtros que se activan tras difundir un contenido tentativamente falso o alterado.

Facebook, una de las redes sociales más utilizadas a nivel mundial como medio informativo y de entretenimiento, tras la masiva difusión y consumo de bulos en las campañas presidenciales de Estados Unidos en el año 2016, creó una serie de filtros que permiten enseñarle al usuario cuándo un contenido es falso o manipulado y, esto se da debido a que las diversas publicaciones que se presentan en dicha red son revisadas previamente por profesionales que se dedican a la verificación de datos (Alonso, 2017, pág. 83).

Aparte de las herramientas que actualmente están promoviendo los creadores de diferentes plataformas virtuales para la detección de *fake news*, es importante recalcar que,

por medio del alfabetismo digital el usuario o cibernauta, al adquirir las competencias y habilidades para la decodificación correcta de la información que consume y comparte, podrá detectar de manera inmediata los bulos que se presentan en el contexto digital.

Las redes sociales al ser concebidas como mecanismo para compartir información, impulsan la necesidad de estar alfabetizados digitalmente para potenciar el análisis crítico de los usuarios en el ámbito informativo, lo que ayudará a reconocer noticias falsas y saber cómo actuar frente a estas (Loterio et al, 2018, citado por Durán y Tusa, 2019, pág. 31).

3.7. Impacto

A finales del siglo XX, se desarrollaron herramientas digitales que permitieron una mayor conexión en relación a la transmisión y recepción de información de forma rápida y sencilla. De igual manera, estos canales comunicativos han servido como vehículo para difundir contenido no verídico o manipulado, con el fin de ocasionar pánico y caos en la sociedad.

Por lo general, aquellas personas que se encargan de crear *fake news* son conscientes de la mentira que pretenden difundir y saben cómo manipular a los individuos tras conocer sus intereses y necesidades, aspectos que son fáciles de obtener debido al acceso libre y gratuito que tienen las redes sociales. Además, el propósito más común de los bulos es influir en la opinión pública tanto en el ámbito político como en el económico y comercial (Blázquez, 2018, pág. 2-3).

La política, al ser un tema de gran interés para la mayor parte de países, abarca una gran audiencia y es por ello que, las noticias falsas relacionadas a estos tópicos tienen un gran alcance y poder de influencia al punto de llegar a ocasionar alteraciones en la libertad y equidad en la toma de decisiones dentro de un contexto democrático.

En las campañas políticas, la difusión de *fake news* presenta efectos nocivos ya que, por medio de estos contenidos falsos o alterados, se puede difamar a una persona y destruir su reputación, con el objetivo de influir en la opinión pública para favorecer a un partido o candidato en específico (Fernández, 2018, párr. 5). Y es que, cuando los bulos tienen la capacidad de ser lo suficientemente persuasivos, pueden afectar en el ejercicio democrático, especialmente en los resultados de los votos electorales, provocando

consecuencias negativas a largo plazo, tales como la elección de un gobernante que puede perjudicar el desarrollo de un país.

Capítulo IV: Marco contextual

4.1. Acceso y conectividad en Ecuador

Ecuador, es uno de los países con el nivel de acceso a Internet más bajo que existe en todo el mundo, esto se debe a que su ancho de banda, es decir, la red que se encarga de transportar información, carece de alto nivel de velocidad.

Según Dávalos (2020), la velocidad de banda ancha fija en Ecuador es de 24,54 megabit por segundo (Mbps) de bajada y 21,11 Mbps de subida, en comparación con la de otros países como Singapur, cuyo ancho se encuentra en un promedio de 208,16 Mbps de bajada y 214,12 Mbps de subida. Estas cifras ubican a Ecuador en el puesto 107 entre 174 países con velocidad de banda ancha y en el puesto 87 entre 138 territorios con velocidad de Internet móvil (párr. 4-8).

Ecuador posee un nivel de acceso a Internet relativamente bajo, ocasionando que los prosumidores tengan dificultades al momento de contratar el servicio. Aun así, en los últimos años, el país ha tratado de incrementar sus niveles de conectividad, logrando un avance a través de la educación en línea.

Hoy en día, el 79,4% de la población, equivalente a 14,25 millones de ecuatorianos, cuenta con acceso a Internet, primando al sector urbano frente al rural (Ecuador Estado Digital, 2021, pág. 6). No obstante, aún se continúa visualizando el analfabetismo digital en redes sociales, donde existen alrededor de 14 millones de usuarios activos, de los cuáles no todos conocen cómo manejar de forma correcta las plataformas de *social media*, causando muchas veces de manera inconsciente la divulgación de noticias falsas o manipuladas.

4.1.1. Analfabetismo Digital

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, hay tres factores que definen a un analfabeto digital, los cuales son; no tener un celular, no haber usado una computadora en los últimos 12 meses y no haber tenido acceso a Internet en el tiempo ya mencionado. A través de estos parámetros, en el año 2020, se registró que el analfabetismo digital en personas de 15 a 49 años disminuyó 1,2 puntos porcentuales a nivel nacional y 3,2 puntos en el área rural (INEC, 2021, pág. 21).

Por otro lado, la Unesco considera que un usuario con analfabetismo digital es aquel que no posee un espíritu crítico dentro de la red, es decir, que no cumple con las funciones de explorador, analista y creador. De esta forma, se entiende que el analfabetismo digital ha disminuido solo en relación a la conectividad que existe en el país, más no en lo referente a las competencias y habilidades que los usuarios deben poseer para consumir y compartir información en el contexto virtual.

En Ecuador el uso masivo de las redes sociales como medio informativo y así mismo, la falta de competencias y habilidades que fomenten el análisis crítico dentro de la red, ha generado la propagación de contenido falso, sobre todo en el periodo de campañas electorales, situación que resulta relevante para la mayoría de ciudadanos.

En lo que respecta a la difusión de *fake news* en las elecciones de Ecuador 2021, se detectó que tanto los usuarios de 18 a 25 años, como los de 51 años en adelante, son los más propensos a compartir desinformación dentro de las redes sociales (Ferro, 2021, pág. 231). Y, es que, el bajo nivel de alfabetismo digital de los cibernautas frente a la falta de filtros necesarios que deberían tener las plataformas para corroborar la veracidad de los datos que se consumen y comparten, puede ocasionar que los prosumidores tiendan a difundir constantemente bulos, promoviendo así el fenómeno de la infodemia.

Para mejorar el nivel de alfabetismo digital, las autoridades estatales impulsaron la creación de la Agenda Educativa Digital 2017-2021, donde plantearon lineamientos para la inclusión de las Tecnologías de la Información y Comunicación, con la finalidad de integrar una cultura digital y promover nuevas prácticas de aprendizaje/enseñanza dentro del contexto ecuatoriano (Ministerio de Educación, 2017, párr. 1-3). Si bien es cierto, estas prácticas forman parte de una iniciativa para fomentar el alfabetismo digital en el país, sin embargo, hace falta que, en las instituciones educativas, tanto públicas como privadas, se vincule el aprendizaje con lo digital de manera sustancial.

4.2. Campañas electorales 2021

En el contexto político, Ecuador se mantuvo, por más de una década, bajo la corriente del *correísmo*, periodo en el cual gobernaba el expresidente Rafael Correa Delgado, representante del movimiento político Alianza País - Lista 35.

Se identifica al *correísmo* como una tendencia populista que inició en contra del dominio político, económico y militar, pero con el paso del tiempo, se gestionaron acciones como la reducción de la libertad en el país, debido al abuso de poder y el mal manejo de los fondos públicos, lo que tentativamente ocasionó la deuda externa y debilitó el desarrollo económico y social (Zibell, 2021, párr. 22-23). Cabe destacar que, una de las estrategias que utilizó el gobierno de Correa para conseguir la aceptación de una significativa cantidad de ciudadanos, los mismos que permitían su reelección como presidente, fue la realización de sabatinas o enlaces ciudadanos donde cada semana se exponía el accionar del Estado, datos que eran utilizados como arma política para influir en el pensamiento y en las actividades de los ecuatorianos frente al desarrollo del país.

Después de la salida presidencial de Rafael Correa, su sucesor Lenín Moreno, también partidario de la lista 35, ejerció el rol como mandatario en un país inestable políticamente y con un alarmante gasto público que no tenía cómo ser cubierto. A raíz de esto, el presidente Moreno, en el año 2017, anunció la reducción del 10% del sueldo de todos los funcionarios públicos con un status superior, es decir, los colaboradores que poseían mayor remuneración. Luego, en el 2018, frente a la complicada situación económica del país, Moreno presentó un plan financiero compuesto por cuatro ejes y 14 medidas, que tenían como finalidad la reducción del gasto público, nuevos tipos de contratos y el no aumento de los impuestos. Posterior a esto, unas de las acciones que tuvo mayor impacto a escala nacional e internacional, fue lo ocurrido el 01 de octubre de 2019, donde Moreno anunció 6 medidas económicas y 13 propuestas de reforma que provocaron revueltas en algunos sectores de la sociedad inconformes ante dicha resolución. Una de las medidas económicas con mayor desaprobación por ciertos ciudadanos, fue la eliminación del subsidio a los carburantes.

El rechazo ante la medida ya mencionada, generó la movilización a nivel nacional desde el 2 de octubre hasta el 13 de octubre de 2019. En relación a las protestas, durante once días, parecía que Ecuador vivía los estragos de una guerra. Los miembros de seguridad, como policías y militares, se enfrentaban contra los ciudadanos, manifestando violencia y terrorismo. Por otro lado, cierto grupo social, tras la difícil situación, presentó actos de vandalismo, robos y agresiones en diversas localidades, sobre todo, en las ciudades principales como Quito y Guayaquil (Izurieta, 2020, pág. 100).

Tras los momentos de tensión social ocurridos por dichas manifestaciones, el Gobierno de Moreno estableció un diálogo de paz para acabar con el conflicto y buscar otras alternativas que mejoren la situación económica. Sin embargo, cinco meses más tarde, el inicio de la pandemia del Covid-19, afectó el desarrollo social y financiero, lo cual dejó en evidencia la falta de organización y profesionalismo por parte del Ministerio de Salud y, por ende, del Estado en general.

En marzo de 2020, se produjeron los primeros casos de coronavirus en el país, lo que elevó el nivel de mortandad y afectó el desarrollo económico. Según el portal web del Estado, Coronavirus Ecuador, en lo que va del 2021, se han registrado más de 493,767 casos de contagiados y más de 31,870 fallecidos a nivel nacional. Por otro lado, el diario colombiano La República manifiesta que se han comprobado cerca de 498,678 casos de contagiados y más de 32,087 fallecidos como consecuencia del coronavirus en lo que va del 2021.

El Covid-19 ha afectado al país no solo en el ámbito sanitario, sino también en el económico. Según datos del Banco Central (2020), “la detención de las actividades productivas en el Ecuador hizo que el Producto Interno Bruto (PIB) decreciera un 12,4%, cifra que evidenció la mayor caída del PIB desde el año 2000, periodo en el que se dio la dolarización” (párr. 1).

Debido a los antecedentes ya expuestos, la población ecuatoriana desarrolló desconfianza hacia la política provocando ausentismo en las campañas electorales 2021. La Corporación de Radio y Televisión Española (2021) manifiesta que, miles de ciudadanos que han evidenciado un cambio en sus condiciones de vida por motivo de la pandemia y de la situación económica y social durante décadas, mantienen una desconfianza en el ámbito político y explican que, de no ser por las multas, ellos no asistirían a las urnas (párr. 4-5).

Según Celi (2021), en las últimas elecciones electorales del 2017, se registró un 16,90% de ausentismo, mientras que, en el 2021 la cifra incrementó a un 19,01%. Así mismo, en las papeletas presidenciales del 2017 se evidenció un 7,00% de votos nulos y, ahora último, la cifra subió a un 9,55%, número que tentativamente representa a los ciudadanos que no tenían afinidad hacia los candidatos destinados a gobernar el país en caso de ganar en las diferentes urnas electorales (párr. 3 - 8).

Para asumir la presidencia y vicepresidencia, se hicieron presentes 16 binomios, donde los más representativos fueron:

- Andrés Arauz y Carlos Rabascal - Unión por la Esperanza
- Guillermo Lasso y Alfredo Borrero - Creo
- Lucio Gutiérrez y David Norero - Sociedad Patriótica
- Xavier Hervas y María Sara Jijón - Izquierda Democrática
- Pedro José Freile y Bolívar Solís - Amigo
- Yaku Pérez y Virna Cedeño - Pachakutik
- Isidro Romero y Sofía Merino - Avanza
- Gerson Almeida y Martha Cecilia Villafuerte – Ecuatoriano Unido
- Ximena Peña y Patricio Barriga - Alianza País

Desde el retorno a la democracia, el Consejo Nacional Electoral nunca antes había registrado un total de 16 binomios en el Ecuador, puesto que, en los últimos 40 años de democracia solo han participado entre 8 y 12 candidatos a la presidencia y vicepresidencia del país. Según Celi (2021), en una entrevista realizada a Angélica Abad, politóloga de la Universidad de Cuenca, menciona que el incremento de binomios se debe a la reforma integrada por Sixto Durán Ballén, donde se permitió el ingreso de movimientos independientes de carácter nacional.

En otro aspecto, Garzón (2021) expresa que la gran oferta partidista generó dificultades en la elección de candidatos presidenciales para los ciudadanos. Esto se evidenció en la primera vuelta electoral, donde de los 16 candidatos a la presidencia del Ecuador, 12 de ellos adquirieron una cantidad menor al 2% de votos (pág. 13-14). Y es que, al presentarse una gran variedad de binomios, los ciudadanos tuvieron una labor compleja al informarse, analizar, evaluar y seleccionar a su candidato predilecto frente a cada una de las propuestas políticas. Cabe destacar, que este problema surge como consecuencia del nivel de lectura de los ecuatorianos. Según Criollo (2017), “Ecuador solo registró un 43% de población lectora en comparación a países como España que alcanzó el 92%” (párr. 6).

Por otro lado, previo al proceso electoral, los ecuatorianos tuvieron que adaptarse a una nueva forma de realizar y participar en las campañas políticas. La crisis sanitaria por el Covid-19, hizo que las redes sociales y otros medios digitales se convirtieran en la

herramienta clave para comunicar a la ciudadanía las diversas propuestas por parte de los aspirantes a la presidencia, vicepresidencia, Asamblea Nacional y Parlamento Andino.

Las campañas electorales iniciaron el 31 de diciembre y la participación física, a diferencia de los años anteriores, estuvo limitada a un determinado aforo y siguiendo los protocolos biosanitarios establecidos por el CNE. Estos lineamientos consistieron en la aprobación de caminatas y caravanas, excluyendo así, los mítines, concentraciones y tarimas. Así mismo, el protocolo se clasificó en las siguientes tres categorías:

- Categoría A: caminatas de máximo 200 personas con distanciamiento social y uso de mascarilla y gel antibacterial.
- Categoría B: autorización de caminatas con un máximo de 150 personas y participación de 50 vehículos.
- Categoría C: caminatas con un máximo de 100 personas y participación de 20 vehículos.

También, se informó que, en el vehículo de los candidatos a la presidencia solo podían estar máximo 10 personas y su recorrido debía ser fluido y permanente. Adicional a esto, se prohibió que los candidatos tengan contacto físico con las personas durante las actividades (García, 2020, párr. 3-9). Cabe señalar que, por la pandemia, las campañas fueron mayormente digitales y, gran parte de la información de los respectivos candidatos se conoció a partir del entorno virtual, al cual se podía acceder por medio de un celular u otro artefacto tecnológico que facilite su ingreso vía Internet.

En relación a este contexto, los candidatos presidenciales que más aprovecharon la digitalidad para exponer sus futuros proyectos políticos fueron Guillermo Lasso y Xavier Hervas. A través de Facebook, Lasso fue el candidato que más invirtió en publicidad, sumando un total de \$ 406,063 dólares hasta el 2 de febrero de 2021. Por otro lado, Hervas utilizó la red social TikTok para manifestar su contenido principalmente a los jóvenes quienes no son tan partícipes dentro de los procesos democráticos como el derecho al sufragio (Gallo, 2021, párr. 3-4).

4.2.1 Proceso electoral

El proceso electoral en Ecuador se maneja de forma pluripartidista, esto quiere decir que se pueden inscribir varios partidos políticos, de los cuales, solo uno será

escogido. Por ley, el sistema ecuatoriano obliga a todos los ciudadanos a ejercer su derecho al voto, así mismo, ha decretado que, si uno de los participantes completa el 40% de votos a su favor, puede obtener el cargo en la primera vuelta, no obstante, si esto ocurre de manera contraria y el porcentaje es menor, se tiene que realizar una segunda vuelta con los dos candidatos con mayor puntaje de acuerdo a la promulgación de la Constitución del 2008 (Constitución, 2008, pág. 39).

El 7 de febrero de 2021, fue un momento decisivo para el Ecuador, se ejecutaron las elecciones presidenciales, donde los ciudadanos acudieron a las urnas para ejercer su derecho al voto. Muchos de los participantes no obtuvieron ni el 1% de papeletas a su favor, mientras que otros perfiles como el de Andrés Arauz, Guillermo Lasso, Yaku Pérez, Xavier Hervas y Pedro José Freile se destacaron entre los primeros, donde los dos últimos sobresalieron por ser nuevos rostros en la política.

Tabla 3

Resultados de las elecciones presidenciales – Primera vuelta

Elaboración propia a través de los resultados expuestos por Primicias (2021).

Binomios	Partido	Porcentaje de votos
Andrés Arauz y Carlos Rabascall	Unión por la Esperanza	32,72%
Guillermo Lasso y Alfredo Borrero	CREO	19,74%
Yaku Pérez y Virna Cedeño	Pachakutik	19,38%
Xavier Hervas y María Sara Jijón	Izquierda Democrática	15,69%
Pedro José Freile y Byron Solís	Amigo	2,08%
Isidro Romero y Sofía Merino	Avanza	1,86%
Lucio Gutiérrez y David Norero	Sociedad Patriótica	1,78%
Gerson Almeida y Martha Cecilia Villafuerte	Ecuatoriano Unido	1,73%
Ximena Peña y Patricio Barriga	Alianza País	1,54%

Esta tabla muestra en porcentaje los votos a favor de los candidatos más representativos para los ecuatorianos, primando Andrés Arauz, Guillermo Lasso, y el ex presidente de la Confederación de Pueblos de Nacionalidad Kichwa, Yaku Pérez. Estos dos últimos aspirantes debatieron el segundo lugar por su mínima diferencia entre porcentajes, sin embargo, fue el Consejo Nacional Electoral (CNE) que, siguiendo el decreto de la Constitución del 2008, dictaminada por el expresidente Rafael Correa, seleccionó al candidato con el mayor número de votos, siendo el neoliberalista Guillermo Lasso, el participante electo para competir contra Andrés Arauz en la segunda vuelta electoral ejecutada el 11 de abril de 2021.

Durante el segundo periodo de campaña, desde el 16 de marzo hasta el 8 de abril, ambos participantes se encargaron de generar contenido para redes sociales, el mismo que atrajo a una gran parte de la población, especialmente a jóvenes. Lasso arrancó su campaña realizando videos sobre política o mostrando breves historias con antecedentes sobre su vida, mientras que, Arauz organizó actividades virtuales, prometiendo mejorar la economía del Ecuador y el sistema de salud pública.

El candidato izquierdista de 36 años de edad, Andrés Arauz, nació en Quito el 6 de febrero de 1985. Durante su trayectoria política, ha pertenecido al partido Unión por la Esperanza (UNES), el mismo que está aliado al movimiento Alianza País. Arauz se destaca por ser un amante de los idiomas, habla inglés, español fluído, francés avanzado y ruso intermedio. En el año 2005 se graduó de la Universidad de Michigan como Bachiller de Ciencias en Economía y Matemáticas. También, realizó una maestría en Economía y Desarrollo en la Facultad Latinoamérica de Ciencias Sociales (FLACSO) y actualmente, se encuentra cursando un doctorado en Economía Financiera en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Por otro lado, se inició en el mundo laboral en el año 2007, trabajando como asesor de Política Financiera en el Ministerio de Coordinación de la Política Económica. Años más tarde, colaboró para el Banco Central del Ecuador asumiendo el cargo de director general. En marzo de 2015 fue nombrado ministro Coordinador de Conocimiento y Talento Humano en el gobierno de Rafael Correa, promoviendo la creación de proyectos tecnológicos y fomentando la libre utilización de software (Arauz, 2021, pág. 3).

Para el año 2020, Arauz decidió postularse como candidato a la presidencia 2021, obteniendo el mayor porcentaje de votos en la primera vuelta electoral, sin embargo, como no completó el 40% de votos, el Consejo Nacional Electoral estableció que se tenía que realizar una segunda vuelta, en la cual se enfrentó al empresario Guillermo Lasso.

Guillermo Alberto Santiago Lasso Mendoza es un político y banquero ecuatoriano de 65 años de edad, nacido en la ciudad de Guayaquil. Se destaca por tener una larga trayectoria en el manejo de la banca, finanzas, cargos administrativos tanto públicos como privados y por liderar el partido político Creando Oportunidades (CREO).

El empresario se inició en la vida laboral desde muy joven, ya que, a sus 15 años consiguió un trabajo de medio tiempo en la Bolsa de Valores de Guayaquil. Años más tarde, él y su hermano mayor, Enrique Lasso, fundaron la Constructora Alfa y Omega. Posterior a esto, en 1977, ProCrédito y FeCrédito se fusionaron constituyendo Finansur, donde le ofrecieron el cargo de vicepresidente ejecutivo para posteriormente ascenderlo a presidente ejecutivo. Luego, Finansur se unió con el Banco de Guayaquil y pasó a ocupar la Vicepresidencia Ejecutiva y la Gerencia General de esta entidad. Entre 1988 y 1989 fue nombrado presidente de la Asociación de Compañías Financieras de Ecuador (Moreno et al, 2021, párr. 4).

En 1998, Jamil Mahuad, presidente del Ecuador en aquel entonces, lo nombró Superministro de Economía, sin embargo, un año más tarde, tras una grave crisis financiera, el expresidente decretó un feriado bancario por 24 horas que se convirtieron en 5 días, donde todos los ahorros de los ciudadanos quedaron congelados. Lasso acumuló su fortuna como beneficiario directo y realizó una compra de los bonos emitidos (Basantes, 2020, párr. 6). El hecho indignó a los ecuatorianos, quienes lo acusaron de haber sustraído el dinero del pueblo, sin embargo, el político aclaró que sus acciones fueron totalmente legales.

Dentro de sus gestiones más destacadas encontramos el proyecto “Banco del Barrio” fundado en el 2008 y el Directorio de Fundación Terminal Terrestre de Guayaquil, donde ejecutó obras que permitieron que el terminal sea reconocido a nivel regional por el número de movilizaciones que lograba diariamente.

En el año 2005, Lasso creó la Fundación Ecuador Libre, una entidad privada sin fines de lucro, cuyo objetivo es el de analizar, investigar y emitir informes periodísticos sobre política y economía pública basada en principios de libertad.

Por otro lado, en el año 2016, fundó su movimiento político Creando Oportunidades (CREO), cuyo objetivo es demostrarles a los ciudadanos que se puede crear un país libre, próspero, justo y solidario. Cabe destacar que el mismo año, se postuló a la Presidencia de la República, donde compitió con el político Lenín Moreno, quien obtuvo el mayor número de votos y ganó la presidencia desde el 24 de mayo de 2017 hasta el 24 de mayo de 2021.

Para el 2020, Guillermo Lasso volvió a oficializar su candidatura en las elecciones 2021, obteniendo el apoyo de otros partidos políticos y ciudadanos. El domingo 7 de febrero, Lasso junto a 15 candidatos más, compitieron en las urnas para obtener la presidencia del Ecuador. En dicho encuentro, alcanzó el 19,74% de votos en la primera vuelta electoral, sin embargo, tras clasificar al segundo periodo electoral, el 11 de abril del mismo año, el empresario logró ganar las elecciones con el 52,36% de votos a su favor, convirtiéndose así en el presidente electo de la República del Ecuador 2021-2025.

Capítulo V: Metodología

5.1. Método y tipo de trabajo

Este tipo de investigación es de carácter descriptivo debido a que detalla una realidad que ha sido previamente estudiada por otros autores, la misma que se centra en la relación de contenido falso y el alfabetismo digital. Además, por medio de este método se podrá identificar y evaluar a una determinada población, En este caso, a través de la muestra seleccionada, se medirá el nivel de alfabetismo digital y la tendencia a compartir desinformación en redes sociales como Facebook, para identificar si el fenómeno de la infodemia es producto del analfabetismo digital, independientemente del rango de edad estudiado.

El proyecto posee un enfoque mixto, debido a que sus objetivos son de índole cualitativa y cuantitativa. Se considera que es cualitativa porque se analizaron los hábitos de consumo y difusión de información de la muestra seleccionada a través de la ficha de observación directa. Por otro lado, tiene un enfoque cuantitativo porque mediante el análisis de contenido, se cuantificó la cantidad de posteos que realizó la muestra, seguido de los diferentes tipos de contenido falso encontrados en cada uno de los perfiles de Facebook y las características de las *fake news* establecidas por Fernández y Blázquez (2018).

Es importante mencionar que, como parte de la investigación, también se realizó una previa revisión bibliográfica, donde se indagaron varios trabajos académicos de diferentes autores, para poder establecer el concepto de alfabetismo digital (tabla 4), las características de las *fake news* (tabla 5) y los tipos de contenido falso o desinformación en el contexto virtual (tabla 6).

5.2. Revisión bibliográfica

Tabla 4

Tabla de revisión bibliográfica para los conceptos de alfabetismo digital según lo teorizado por Aguaded et al (2016), Fernández (2017) y Sales (2020).

Elaboración propia.

Revisión bibliográfica de los conceptos de alfabetismo digital

Autor	País	Año	Impacto	Reputación	Denominación	Definición
Luis Romero Ángel Torres Amor Pérez Ignacio Aguaded	España	2016	4	El proyecto de investigación ha sido publicado en diferentes universidades de España.	Alfabetismo digital	El alfabetismo digital se relaciona con el acceso y uso de herramientas tecnológicas, sin excluir las competencias y habilidades que un usuario debe poseer para analizar de forma crítica y reflexiva la información que se consume y difunde en medios de comunicación como redes sociales y sitios webs.
Nuria Fernández	Argentina	2017	119	El artículo investigativo ha sido publicado en revistas y universidades de países como España y Perú.	Alfabetismo mediático	El alfabetismo mediático es el conjunto de habilidades que un individuo adquiere para analizar y evaluar cómo los diferentes canales de comunicación transmiten una información determinada.
Emma Coonan Jacqueline Geekie Stéphane Goldstein Lisa Jeskins Rosie Jones Rowena Macrae Jane Secker Geoff Walton	UK	2018	13	El artículo de investigación ha sido publicado por diferentes Universidades de países como España, Colombia, Chile y Ecuador.	Alfabetismo informacional	La alfabetización informacional se refiere a la habilidad que un usuario determinado tiene para realizar un análisis crítico y dar su opinión con respecto a cualquier información que encuentre tanto en soportes digitales como en medios impresos.

De acuerdo a los artículos previamente mencionados, en el proyecto de investigación se seleccionó el concepto de alfabetismo digital teorizado por Aguaded et al (2016), el cual hace referencia ampliamente a las habilidades y competencias que un internauta debe poseer para navegar en plataformas virtuales y redes sociales. Por otro lado, se descartan las definiciones de alfabetismo mediático establecido por Fernández (2017) ya que este solo analiza y evalúa cómo los diferentes canales de comunicación transmiten la información. Así también, se excluye el concepto de alfabetismo informacional establecido por Sales (2020), debido a que este solo enseña a los prosumidores a analizar la información que se difunde tanto en medios digitales como impresos.

Tabla 5

Tabla de revisión bibliográfica para las características de las fake news según lo teorizado por Blázquez (2018), Fernández (2018) y Amorós (2018).

Elaboración propia.

Revisión bibliográfica de las características de las noticias falsas				
Autor	País	Año	Impacto	Características
Manuel Blázquez	España	2018	12	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos lingüísticos • Titulares impactantes • Incumplimiento de las 5 W del periodismo • Alto porcentaje de comentarios prefabricados • Escasez de hipervínculos • Contenido sensacionalista • Ausencia de fuentes
Alba Fernández	España	2018	-	<ul style="list-style-type: none"> • Imágenes pixeladas o retocadas • Faltas ortográficas • Fuentes poco confiables o ausencia de fuentes
Marc Amorós	España	2018	91	<ul style="list-style-type: none"> • Titular impactante • Revelación que afirma o indigna • Apariencia legítima y confiable

Con base en las diferentes características de *fake news*, se seleccionaron los artículos de Blázquez (2018) y Fernández (2018), debido a la trayectoria profesional de ambos autores. Blázquez tiene un Ph.D. en Ciencias de la Documentación, adicional a esto, ha escrito múltiples artículos sobre información, ciencia y tecnología. De esta misma manera, Fernández se destaca por ser una periodista, redactora, traductora y también coordinadora en la sección Junior Report del diario La Vanguardia. Además, ha publicados varios artículos sobre ciencia, tecnología, información y problemas sociales. Cabe destacar que, aparte de considerar su experiencia profesional, también se toman en cuenta las características de *fake news* expuestas por ellos en los artículos previamente revisados.

Por otro lado, en lo que concierne a las características de *fake news* mencionadas por Amorós (2018), periodista y guionista español, se comprobó que dos de estas características se relacionan a la de los autores ya expuestos, sin embargo, el aspecto sobre apariencia legítima y confiable es la única que se excluye, ya que, generalmente los bulos tienden a simular ser verídicos dentro de la red.

Tabla 6

Tabla de revisión bibliográfica para los tipos de contenido falso o desinformación según lo teorizado por Wardle (2017) y Amorós (2018).

Elaboración propia.

Revisión bibliográfica de los tipos de contenido falso o desinformación				
Autor	País	Año	Impacto	Tipos
Claire Wardle	USA	2017	565	<ul style="list-style-type: none"> • Sátira o parodia • Contenido manipulado • Contenido fabricado • Contenido engañoso • Conexión falsa • Contexto falso • Contenido impostor
Marc Amorós	España	2018	91	<ul style="list-style-type: none"> • Noticias parodia • Noticias engañosas • Noticias impostoras • Noticias fabricadas • Noticias falsamente conectadas • Noticias con contexto falso • Noticias manipuladas

En lo que respecta a los tipos de contenido falso o desinformación, se seleccionó el artículo elaborado por Wardle (2017), debido a que muestra detalladamente la clasificación de contenido falso. Así mismo, la investigación cuenta con un gran impacto que se relaciona al número de veces que ha sido citado, el cual equivale a 565 citas, a diferencia del libro *Fake news, la verdad de las noticias falsas*, escrito por Amorós (2018), el cual solo ha sido citado 91 veces, fue publicado después de la investigación de Wardle y, además, los elementos mencionados por él, se asocian sobre los tipos de *fake news* y no con respecto a los tipos de contenido falso como lo anuncia Wardle.

5.3. Población/muestra

Según Ecuador Estado Digital (2021), Facebook es una de las redes sociales más utilizadas como medio informativo y de entretenimiento a nivel nacional, por este motivo, será el canal de comunicación que se utilizó para el presente proyecto de investigación. Facebook cuenta con diferentes tipos de interacciones, y permite que todo contenido que sea compartido quede registrado en la plataforma. La ciudad de Esmeraldas es la localidad que se consideró para dicho trabajo. Cabe destacar que, la muestra analizada fue escogida por conveniencia y estuvo compuesta por ocho mujeres y hombres de 18 a 24 años y de 45 a 54 años, quienes fueron encontrados mediante publicaciones referentes a los dos candidatos presidenciales de la segunda vuelta; Andrés Araúz y Guillermo Lasso. Con dicha muestra se midió el nivel de alfabetismo digital y de difusión de contenido falso en el periodo de campañas electorales, del 16 de marzo al 8 de abril de 2021.

5.4. Instrumentos de investigación

En esta investigación se utilizaron dos métodos. El primero fue el método de observación directa o no participante, el cual permitió medir el nivel de alfabetismo digital por medio de una ficha previamente establecida según los fundamentos teóricos estudiados y, el segundo método fue el análisis de contenido, el mismo que permitió descubrir los componentes básicos de un fenómeno, relacionado al consumo y divulgación de contenido falso en la red social Facebook. Para ello, se establecieron subcategorías que permitieron reconocer y clasificar las diferentes noticias falsas que, el público objetivo, es decir, hombres y mujeres de 18 a 24 años y de 45 a 54 años, pertenecientes a la ciudad de

Esmeraldas, compartieron desde el 16 de marzo hasta el 8 de abril, periodo de campañas presidenciales de la segunda vuelta electoral.

5.4.1. Observación directa

Para aplicar el método de observación directa se estableció una ficha elaborada con base en lo expuesto por los autores Aguaded et al. (2016) y Frau (2017), quienes indican que un usuario alfabetizado digitalmente debe poseer espíritu crítico dentro de la red, el mismo que se clasifica en tres funciones; explorador, analista y creador. De esta forma, se considera que los cibernautas deben ser prosumidores con sentido crítico para decodificar adecuadamente la información obtenida por medio de las plataformas virtuales.

La ficha de observación se aplicó a través de una sesión virtual individual vía Zoom, de 90 minutos, la cual estuvo enfocada en nuestro público objetivo, el mismo que se conformó por hombres y mujeres de 18 a 24 años y de 45 a 54 años, pertenecientes a la ciudad de Esmeraldas. Este proceso estuvo compuesto por las siguientes fases:

Tabla 7

Dinámica de sesión virtual.

Elaboración propia.

Fase	Tiempo	Competencia	Actividad
1	15 minutos	Si antes de compartir una información el usuario verifica la fuente.	Presentar cuatro noticias entre falsas y verdaderas, que hayan sido publicadas en Facebook por diferentes fuentes, para que nuestra muestra seleccione el contenido que ellos compartirían en dicha red social, según su interés y validación de acuerdo a la veracidad de la información. De esta manera, se podrá conocer si el usuario verifica que la fuente sea fidedigna antes de publicarla en su perfil.

2	10 minutos	Si el usuario puede diferenciar entre una notificación falsa y una verdadera.	Colocar cuatro noticias donde dos sean falsas y dos sean verdaderas, con la finalidad de observar si al cibernauta le es fácil reconocer los contenidos falsos.
3	15 minutos	Si el usuario puede realizar sus propias publicaciones vía Facebook.	Otorgarles a los usuarios una información determinada compuesta por texto e imagen, con la finalidad de observar si saben cómo sintetizar los datos y, por ende, verificarlos, para luego poder compartirlos en la red social Facebook. Si el cibernauta excede el límite de tiempo establecido, se considerará que este no cumple con la función de creador, teorizada por Frau (2017).
4	10 minutos	Si el usuario tiene preferencia en compartir contenidos <i>pseudo-informativos</i> .	Se mostrarán cuatro publicaciones de contenido variado como entretenimiento, cultura, política y deportes, donde los usuarios tendrán la oportunidad de elegir el contenido que ellos consideran importante según sus gustos o preferencias, tomando en cuenta que después de elegir las publicaciones, tendrán que ordenarlas en escala de importancia, siendo el puesto número uno el más relevante.
5	25 minutos	Preguntas de retroalimentación.	Después de que los usuarios hayan completado las actividades ya mencionadas, se reunirán con el observador a cargo del instrumento de investigación, para que este les indique cuáles fueron sus respuestas correctas y posterior a esto, se realicen ciertas preguntas que permitan vincular el nivel de alfabetismo digital de los usuarios frente al fenómeno de la infodemia.

A continuación, se describen las preguntas a realizarse tras finalizar las actividades ya mencionadas.

Tabla 8

Preguntas para la observación directa.

Elaboración propia.

Tema/Concepto	Pregunta
Las redes sociales como medio informativo.	¿Confía en las redes sociales como medio informativo?
Los prosumidores prefieren el contenido <i>pseudo-informativo</i> , es decir, sin valor formativo e informativo.	¿Qué tipo de contenido usted prefiere consumir? ¿Por qué?
Las noticias falsas se componen por elementos que captan la atención del lector y aparentan veracidad.	De las noticias falsas previamente expuestas, ¿qué elementos llamaron más su atención e incitaron a la credibilidad?
Las noticias falsas presentan efectos nocivos para quienes las consumen y creen en su contenido.	Según su criterio, ¿cuáles son los efectos que tienen las noticias falsas en la vida de una persona?
Las <i>fake news</i> presentan imágenes y videos retocados o editados para engañar y confundir al espectador.	¿Cómo usted reacciona ante imágenes y videos manipulados o pixelados?

Con base en las actividades y las preguntas de retroalimentación anteriormente explicadas, se procedió a realizar una ficha general para el método de observación directa.

Tabla 9

Ficha de observación directa

Elaboración propia.

#	Identificación	Edad	Sexo	Nivel socioeconómico	Verificación de fuentes	Reconocimiento de noticias falsas	Realizar publicaciones
					F1 F2 F3 F4	N1 N2 N3 N4	Realiza publicaciones Evita contenido falso Tiempo máx. 15 minutos
Preferencia de contenido pseudoperiodístico					Preguntas		
P1	P2	P3	P4		1. ¿Confía en las redes sociales como medio informativo?	2. ¿Qué tipo de contenido usted prefiere consumir? ¿Por qué?	3. De las noticias falsas previamente expuestas, ¿qué elementos llamaron más su atención e incitaron a la credibilidad?
						4. Según su criterio, ¿cuáles son los efectos que tienen las noticias falsas en la vida de una persona?	5. ¿Cómo usted reacciona ante imágenes y videos manipulados o pixelados?

5.4.2. Análisis de contenido

Por medio del método de análisis de contenido, se detectó las tendencias de compartición de bulos en la red social Facebook que tuvieron los usuarios de la muestra en el periodo de campañas electorales 2021. Para aquello, se revisaron los perfiles de los cibernautas seleccionados y se analizó si el tipo de contenido publicado fue falso o real, de acuerdo a las características establecidas por Fernández (2018) y Blázquez (2018). De esta forma, se creó la siguiente tabla de subcategorías, la misma que se utilizó para identificar el contenido falso en las publicaciones creadas y compartidas por nuestra muestra.

Tabla 10

Características de las fake news.

Elaboración propia a través de las características establecidas por Fernández y Blázquez (2018).

Subcategorías	Definición
Titulares impactantes	Si los titulares de las <i>fake news</i> son novedosos y captan inmediatamente la atención del lector debido a que producen sensación, emoción o impresión.
Contenido sensacionalista	Si el texto de la noticia produce evidentes emociones en el lector como nostalgia e indignación.
Faltas ortográficas o errores en el texto	Si en el texto hay palabras mal escritas o información mal redactada como oraciones sin sentido completo, ni autonomía sintáctica.
Imágenes pixeladas o retocadas	Si las imágenes de la noticia se presentan pixeladas, censuradas o editadas.
Fuentes poco confiables o ausencia de fuentes	Si el texto no posee fuentes fidedignas o si carece de estas.
Escasez de hipervínculos o enlaces	Cuando la noticia no presenta enlaces que direccionen a otras fuentes con mayor información.
Recursos lingüísticos	Si la noticia posee figuras retóricas que aluden a la exageración de un hecho, circunstancia o relato (hipérbole). Asimismo, si el texto presenta más

	palabras de las necesarias para expresar una determinada idea (circunloquio).
Incumplimiento de las cinco W del periodismo	Cuando la noticia no cumple con las 5 W del periodismo, es decir, en la redacción se debe contestar el qué, cómo, cuándo, dónde y el porqué del hecho.
Alto porcentaje de comentarios prefabricados o valoraciones positivas	Cuando la noticia tras ser publicada contiene bastantes interacciones como likes, reacciones y comentarios.

Por otro lado, es importante destacar que el propósito del contenido falso radica en desinformar a la sociedad sobre un hecho que puede ocurrir tanto a nivel nacional como internacional, generando así pánico y preocupación. Debido a esto, se debe reconocer que existen varios tipos y cada uno se relaciona de manera diferente con los prosumidores.

En la siguiente tabla se explicarán los diferentes tipos de contenido falso que se consideraron en el análisis de contenido de la muestra ya mencionada.

Tabla 11

Tipos de contenido falso o desinformación

Elaboración propia a través de los tipos de contenidos falsos establecidos por Wardle (2017).

Tipos	Definición
Sátira o Parodia	La sátira o parodia es un tipo de contenido humorístico que no tiene intención de causar daño, pero que sí tiene la capacidad de engañar al usuario.
Conexión falsa	Se denomina conexión falsa cuando las imágenes, titulares y subtítulos no están relacionados con el contenido.
Contenido engañoso	Cuando se utiliza información falsa para incriminar a una persona o a un objeto en específico.
Contexto falso	Cuando una información auténtica se comparte fuera de su contexto original.

Contenido impostor	Este tipo de contenido tiende a sustituir fuentes originales por fuentes que no han sido verificadas o que son consideradas como una réplica.
Contenido manipulado	Cuando se manipulan y editan imágenes o informaciones verídicas para engañar.
Contenido fabricado	Contenido completamente falso, el cual ha sido elaborado para engañar y dañar.

En otro aspecto, también se consideró la interacción que hubo dentro de las publicaciones de Facebook compartidas por la muestra. Esto quiere decir que, para el análisis de contenido se consideró la cantidad de *likes*, comentarios y compartidos tanto del post original como el que difundió la muestra. Cabe señalar que, se enumeraron los contenidos eliminados dentro de cada perfil debido a que estos tentativamente evidencian que fueron quitados del *feed* por estar relacionados a noticias falsas. Rubio (2018), menciona que uno de los criterios que Facebook considera para eliminar contenido es porque estos se suelen referir a datos satíricos y falsos, los cuales tienen como finalidad confundir y engañar a los usuarios dentro del espacio virtual (párr. 11).

Finalmente, con base en la información expuesta sobre los tipos de contenido falso, las características de las *fake news* y la interacción en los perfiles de Facebook de la muestra, elementos que se consideraron para medir las tendencias de compartición de bulos, se procedió a realizar una ficha general para el método de análisis de contenido.

Tabla 12

Ficha de análisis de contenido

Elaboración propia.

Observador:		Melany / María José		Usuario:				
Posteos:		Fake news:		Contenido falso:		Contenido eliminado:		
# de posteos	Imagen o video	Fecha	¿Sobre quién o qué es el contenido falso?	¿Qué comunica?	Interacción general	Número	Interacción general	Número
					<div style="border-bottom: 1px solid black; padding: 2px;">Likes</div> <div style="border-bottom: 1px solid black; padding: 2px;">Comentarios</div> <div style="border-bottom: 1px solid black; padding: 2px;">Compartidos</div>		<div style="border-bottom: 1px solid black; padding: 2px;">Likes</div> <div style="border-bottom: 1px solid black; padding: 2px;">Comentarios</div> <div style="border-bottom: 1px solid black; padding: 2px;">Compartidos</div>	
Edad:								
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado		Contenido fabricado	
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5 W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados

Capítulo VI: Análisis de resultados

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo analizar si el nivel de alfabetismo digital en hombres y mujeres pertenecientes a la ciudad de Esmeraldas, independientemente de su rango etario, es decir de 18 a 24 y de 45 a 54 años, fue uno de los factores que promovió la difusión de contenido falso a través de la red social Facebook en campañas electorales 2021. Para ello, como primera herramienta de investigación, se utilizó el método de observación directa, el cual, por medio de una ficha elaborada con base en lo expuesto por los autores Aguaded et al (2016) y Frau (2017), logró medir el nivel de alfabetismo digital en la siguiente muestra.

Tabla 13

Identificación de la muestra.

Elaboración propia.

Nombres y apellidos	Sexo	Edad	Nivel socioeconómico
Alisson Estupiñán Macías	Femenino	22	Medio
Matheus Mendoza Segovia	Masculino	22	Medio
Ernesto Oramas Quintero	Masculino	23	Medio
Erika Mera Quiñónez	Femenino	24	Medio
Xavier Quiñónez Ku	Masculino	45	Medio
Isabel Trujillo Delgado	Femenino	48	Medio
David Granados Cuero	Masculino	50	Medio
Erlita Granda Aguilar	Femenino	54	Medio

6.1. Observación directa

Cada una de estas personas estuvo presente en una videollamada vía Zoom, cuya duración se mantuvo dentro de los 30 minutos, pese a que en la descripción de las fases

se calculó un máximo de 90 minutos. En la sesión virtual se realizaron diversas actividades compuestas por 5 etapas, de las cuales, se obtuvo estos resultados:

Dentro de la primera fase, la cual consistía en observar si los cibernautas cumplían con el proceso de verificación de fuentes, de los cuatro usuarios pertenecientes al grupo etario de 18 a 24, tres sabían cómo validar la veracidad de una fuente y un usuario no, mientras que, en el grupo de 45 a 54 años, también conformado por cuatro personas entre hombres y mujeres, se comprobó que cada uno de ellos verifica la fuente antes de compartir contenido en su perfil de Facebook.

En la segunda fase, donde los individuos estudiados tuvieron que demostrar sus competencias con respecto al reconocimiento de contenido falso, dos de los cibernautas pertenecientes al grupo de 18 a 24 años, expresaron que no pudieron distinguir entre *fake news* y noticias verídicas, sin embargo, los dos restantes señalaron que frente a los dos datos falsos expuestos solo lograron identificar uno. Así también, en el segundo grupo etario compuesto por hombres y mujeres de 45 a 54 años, se detectó que ninguno de ellos logra diferenciar entre noticias falsas y verdaderas. Se llega a esta afirmación debido a que, de los cuatro usuarios, dos de ellos no percibieron en su totalidad los bulos expuestos, otro no distinguió ninguno de los contenidos falsos y, solo uno pudo reconocer los datos erróneos.

Para la tercera fase, se le otorgó a los participantes información en la cual se mezclaron datos falsos y verdaderos, compuestos por texto, imagen y titular, con la finalidad de visualizar si ellos verifican los datos antes de realizar un posteo y seguido de esto, conocer si son capaces de crear y publicar su propio contenido en Facebook. En esta actividad, también se midió el tiempo que los cibernautas se tomaron para simular dicha publicación, donde los diferentes grupos etarios no sobrepasaron el tiempo acordado de 15 minutos. Sin embargo, en el colectivo de 18 a 24 años, pese a saber cómo realizar posteos, ninguno evitó el contenido falso mientras que, en las personas de 45 a 54 años, se registró que tres de ellos saben cómo realizar publicaciones y solo uno no logra hacerlo. Así mismo, de los cuatro sujetos, solo uno evita el contenido falso y el resto no.

Por otro lado, en la cuarta fase, se examinó si el usuario tiene preferencias en compartir contenido *pseudo-informativo*. Para aquello, se le dio a la muestra la oportunidad de seleccionar las noticias que ellos consideran más importantes de acuerdo

a sus preferencias. De esta forma, ellos tenían que ordenarlas en escala de importancia, tomando como contenido más relevante aquella que posicionaban como primera. Entre los participantes de 18 a 24 años, tres establecieron la noticia de política en primer lugar y la nota de farándula en último puesto, a excepción de uno que priorizó la noticia de cultura como la primera y la de farándula como la última. Entre los prosumidores de 45 a 54 años, tres indicaron que favorecen la información vinculada al ámbito político y uno mostró mayor interés por la información de ámbito cultural. De esta manera, con relación al contenido que no es de su total agrado, todos mencionaron el tema de farándula en último lugar. Sin embargo, en el método de análisis de contenido, tras verificar los diferentes perfiles de Facebook pertenecientes a la muestra, se determinó que ellos tienen preferencia en contenidos *pseudo-informativos*.

Finalmente, en la quinta y última fase, se ejecutaron cinco preguntas, donde la primera consistía en conocer si los usuarios confían en las redes sociales como medio informativo. Ante dicha interrogante, tanto el grupo de 18 a 24 años como el de 45 a 54 años, a excepción de dos personas pertenecientes al segundo conjunto etario, mencionaron que no creían en las redes como mecanismo de divulgación de datos, noticias o sucesos reales, ya que ellos consideran que el contenido que se comparte en dichos canales no siempre es verídico.

Seguido de esto, con respecto a la pregunta número dos, la cual trataba sobre los tipos de contenidos que la muestra prefiere consumir en redes, dos de los cibernautas que se encuentran entre los 18 a 24 años de edad, expresaron que priorizan los memes o contenido de humor y sátira, mientras que, los dos usuarios restantes de este mismo grupo etario mencionaron que sentían mayor interés por contenidos variados como los de farándula, política, deportes y salud. Así también, los adultos de 45 a 54 años indicaron que, de acuerdo a sus preferencias, consumían contenido relacionado a la política, economía y seguridad social.

Por otro lado, en la pregunta tres, relacionada a los bulos que fueron presentados en la fase dos, los usuarios tuvieron que mencionar cuáles fueron los elementos que les hicieron creer que el contenido falso, previamente expuesto, era verídico, por lo que, tanto los internautas de 18 a 24 años y de 45 a 54 años, explicaron que se confundieron debido a las fuentes que aparentaban ser fidedignas y por el contenido sensacionalista.

En la pregunta cuatro se registró el criterio que los usuarios tienen frente a los efectos o consecuencias que una noticia falsa genera en la vida de una persona y según esto, dentro del primer grupo compuesto por cibernautas de 18 a 24 años, tres relataron que este tipo de desinformación produce poder de influencia en los receptores y que también crea tensión social, mientras que, el otro usuario, aseguró que, las *fake news* solo pretenden crear conciencia en los sujetos que las consumen, de tal forma en la que ellos evidencien el contenido falso para que no sea divulgado, no obstante; en el segundo grupo de 45 a 54 años, tres indicaron que las noticias falsas generan un impacto negativo, puesto que, manipulan e influyen en la vida de una persona, mientras que, el internauta restante desconocía sobre los efectos de una noticia falsa.

Y, en la quinta y última pregunta, donde se les cuestionó sobre la reacción que tienen ante imágenes y videos pixelados, editados o manipulados, los usuarios de 18 a 24 años indicaron que cuando perciben este tipo de contenido, solo lo ignoran y, por ende, no lo comparten en su red social. De la misma manera, los de 45 a 54 años, comentaron que cuando se enfrentan a estos contenidos, desconfían de inmediato y tienden a no prestarle atención.

Con base en los resultados ya expuestos, para poder medir el nivel de alfabetismo digital se analizaron las siguientes tres fases:

- **Fase 1:** se relacionó a la función de explorador, teorizada por Frau (2017). Por tal motivo, consistió en observar si los usuarios se familiarizaban con la plataforma de datos, en este caso Facebook, y seguido de esto, registrar qué tipo de contenido publicaban en su perfil.
- **Fase 2:** se relacionó a la función de analista teorizada por Frau (2017). De esta misma forma, se verificó si los usuarios identifican entre contenido falso y verídico.
- **Fase 3:** se relacionó a la función de creador teorizada por Frau (2017). Así mismo, se examinó si los cibernautas podían crear su propio contenido con base en la validación informativa, es decir, que los datos a publicar no sean falsos, erróneos o manipulados.

Es importante resaltar que la medición de alfabetismo digital se realizó mediante la siguiente ponderación. En la primera fase, donde el usuario debe cumplir la función de

explorador y, por ende, hacer uso de la plataforma de datos y verificar la información que consume, se le atribuye un 25%. Luego, para la segunda fase, relacionada a la función de analista, en la cual el usuario debe reconocer la veracidad de la información frente a contenidos falsos, se asigna la calificación equivalente a otro 25%. Por último, en la tercera fase, donde se mide la función de creador, equivale al 50% debido a que contempla las competencias que un usuario debe tener para poder navegar en la red, como la verificación de fuentes y datos, para luego poder crear y difundir sus propios contenidos con base en el análisis crítico dentro del contexto virtual.

Tabla 14

Nivel de alfabetismo digital de la muestra.

Elaboración propia.

Nombres y apellidos	Edad	Fase 1	Fase 2	Fase 3	Resultados
Alisson Estupiñán Macías	22	Sí	No	No	Bajo
Matheus Mendoza Segovia	22	Sí	No	No	Bajo
Ernesto Oramas Quintero	23	Sí	No	No	Bajo
Erika Mera Quiñónez	24	No	No	No	Bajo
Xavier Quiñónez Ku	45	Sí	No	No	Bajo
Isabel Trujillo Delgado	48	Sí	No	Sí	Medio
David Granados Cuero	50	Sí	No	No	Bajo
Erlita Granda Aguilar	54	Sí	Sí	No	Bajo

En conclusión, independientemente de los diferentes rangos etarios, se observó que, en lo que respecta a la verificación de fuentes y a las competencias que un alfabeto digital debe poseer para diferenciar entre contenido falso y verídico, los cibernautas

estudiados no realizan un método de chequeo rápido y sustancial para comprobar la fiabilidad de las entidades que exponen una información determinada. De esta manera, también se registró que ellos desconocen las características para descubrir bulos dentro del contexto virtual. Cabe destacar que, la mayoría de los usuarios tampoco cumplen con la función de explorar y crear su propio contenido dentro de la red, debido a que pese a hacer uso de las herramientas digitales para publicar contenido, no todos evitan los datos falsos y, por ende, no los contextualizan, ni verifican.

En otro punto, refiriéndonos a la decodificación de contenido *pseudo-informativo*, los usuarios frente a la elección de noticias sobre política, deportes, cultura y farándula, prefieren la información de ámbito político, económico y social, restándole importancia a los temas de farándula y entretenimiento, sin embargo, dos de los ocho cibernautas pertenecientes al rango etario de 18 a 24, fueron explícitos al mencionar que solo utilizan Facebook para consumir y difundir memes y contenido de humor/sátira. Cabe destacar que, los resultados obtenidos en esta fase son diferentes a los que se consiguieron en el método de análisis de contenido ya que, se visualizó que los internautas sí difunden datos sin valor formativo e informativo.

Por consiguiente, al indagar sobre la confiabilidad que los usuarios tienen frente a las redes sociales como medio informativo, se obtuvo que, independientemente de los diferentes rangos etarios, los cibernautas no confían en dichas redes debido a que están conscientes que estas fueron creadas para entretener, más no para informar, aunque dejan en claro que dentro de estas plataformas se puede obtener datos de manera más fácil y rápida.

Como último aspecto, en el análisis sobre cuáles fueron los elementos que incitaron a la credibilidad tras la exposición de noticias falsas en las actividades ya mencionadas, los usuarios explicaron que el contenido sensacionalista y las fuentes fueron los componentes que los indujeron a creer en estos bulos. Así mismo, frente a su reacción ante imágenes y videos pixelados o manipulados que se difunden generalmente en redes sociales como Facebook, señalaron que no es de su interés este tipo de contenido, y, por ende, tienden a no compartirlo. De esta forma, los cibernautas dejan en claro que, al omitir dichos apartados no se ven obligados a denunciar o reportar bulos dentro de la red, sin

embargo, la muestra reflexiona sobre los efectos que tienen las *fake news* en la vida de una persona, tales como el poder de influencia y momentos de tensión social.

Considerando los datos previamente explicados, se concluye que la muestra, independientemente de su rango etario, presenta un nivel de alfabetismo digital bajo a excepción de un individuo, cuyo nivel es categorizado como medio. Esto indica, según lo teorizado por Frau (2017), que los usuarios no tienen un espíritu crítico dentro de la red, el mismo que consiste en desarrollar funciones como explorador, analista y creador.

6.2. Análisis de contenido

Como parte de la segunda herramienta de investigación, se aplicó el método de análisis de contenido, el cual sirvió para detectar las tendencias de compartición de contenido falso que tuvo la muestra compuesta por 8 usuarios, entre hombres y mujeres de 18 a 24 años y de 45 a 54 años, pertenecientes a la ciudad de Esmeraldas.

Dentro del grupo etario de 18 a 24, en lo que respecta a la observación de sus perfiles de Facebook, se verificó que ellos tienden a compartir contenido relacionado a memes, sátira y humor, así mismo, difunden información personal referente a imágenes y videos sobre familiares y amigos. Por lo general, en lo que concierne a sus actividades diarias, de los cuatro, tres están cursando sus estudios universitarios y uno recientemente culminó sus estudios de pregrado.

Por otro lado, se visualizó en los usuarios de 45 a 54 años de edad que ellos comparten información vinculada a noticias de política, economía y de seguridad social, así también, contenido *pseudo-informativo* como frases, reflexiones y una ligera cantidad de memes. En lo relacionado a sus actividades diarias, tres de ellos se encuentran laborando como docentes y personal administrativo en instituciones privadas, a excepción de un internauta que se encuentra desempleado. Cabe señalar que, cada uno de ellos también comparten imágenes o videos sobre sus relaciones personales.

En las fichas de análisis de contenido realizadas a los cibernautas, se visualizó que ellos comparten diferentes tipos de desinformación y *fake news* que responden a ciertas características. Es importante mencionar que se analizaron las publicaciones del periodo de la segunda vuelta de campañas electorales 2021, las mismas que van desde el 16 de marzo hasta el 08 de abril de 2021.

En los perfiles de Facebook de la muestra, se cuantificó el número de posteos, el contenido falso, las *fake news* y el contenido eliminado dentro de la fecha establecida. A través de la siguiente tabla se exponen los resultados.

Tabla 15

Cantidad de posteos, fake news, contenido falso y eliminado en los perfiles de Facebook del grupo etario de 18 a 24 establecida en números reales y porcentuales.

Elaboración propia.

Usuario	Edad	Posteos		Noticias falsas		Contenido falso		Contenido eliminado	
		No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Alisson Dennis Estupiñán Macías	22	125	24%	0	0%	2	0,39%	8	1,56%
Matheus Mendoza Segovia	22	206	40%	1	0,19%	15	2,93%	26	5,08%
Ernesto Oramas	23	162	32%	4	0,79 %	2	0,93%	51	9,98%
Erika Mera	24	18	4%	1	0,19%	1	0,19%	0	0%
Total		511	100%	6	1,17%	20	3,91%	85	16,63%

Con respecto a los datos obtenidos en el grupo etario de 18 a 24, los usuarios presentan una sobresaturación informativa ya que, en menos de un mes, es decir en 24 días, ellos compartieron una suma de 511 publicaciones a excepción de un internauta que mantuvo un rango equilibrado correspondiente a solo 18 posts (4%), sin embargo, el máximo de datos difundidos por uno de los usuarios fue un total de 206 (40%). Así mismo, se registró que, dentro de la información compartida, menos de la mitad se refiere contenido eliminado (16,63%), contenido falso (3,91%) y *fake news* (1,17%). Cabe señalar que, en lo que concierne a publicaciones eliminadas, dos de los cuatro usuarios tuvieron entre 26 (5,08%) a 51 (9,98%) publicaciones eliminadas debido a que, tentativamente pueden estar relacionadas a noticias falsas o datos satíricos según lo

expuesto por Rubio (2018), el cual indica ciertos criterios que Facebook considera para suprimir dicha información.

Tabla 16

Cantidad de posteos, fake news, contenido falso y eliminado en los perfiles de Facebook del grupo etario de 45 a 54 establecida en números reales y porcentuales.

Elaboración propia.

Usuario	Edad	Posteos		Noticias falsas		Contenido falso		Contenido eliminado	
		No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Xavier Quiñonez Ku	45	191	41,79%	0	0%	2	0,43%	11	2,40%
Susanita Trujillo	48	49	10,72%	3	0,65%	1	0,21%	0	0%
David Granados Cuero	50	45	9,84%	1	0,21 %	1	0,21%	0	0%
Erlita Granda	54	172	37,63%	8	1,75%	4	0,87%	18	3,93%
Total		457	100%	12	2,62%	8	1,75%	29	6,34%

Por otro lado, el grupo de 45 a 54 años revela que, cada uno de ellos tuvo sobresaturación informativa ya que, en menos de 30 días compartieron una suma de 457 publicaciones, siendo lo máximo un total de 191 (41,79%) posts difundidos por un usuario y un valor mínimo de 45 (9,84%) publicaciones divulgadas por otro internauta. Al igual que en el grupo anterior, se observó que, de la información compartida, menos de la mitad son contenido eliminado (6,34%), *fake news* (2,62%) y contenido falso (1,75%). También, es importante señalar que, dos de los usuarios que se destacaron por su alto nivel de publicación en su perfil, poseen mayor número de contenido eliminado con una cifra entre 11 (2,40%) a 18 (3,93%) posteos eliminados.

En otro aspecto, con base en los resultados del análisis de contenido, se obtuvo las siguientes tendencias de compartición de contenido falso y *fake news*.

Tabla 17

Tabulación de tipos de contenido falso en números reales y porcentuales de los grupos etarios de 18 a 24 y de 45 a 54.

Elaboración propia.

Contenido falso	20		8	
Tipos de contenido falso	18 – 24 años		45 – 54 años	
	No.	%	No.	%
Sátira o parodia	20	100%	3	37,5%
Conexión falsa	0	0%	2	25%
Contenido engañoso	0	0%	1	12,5%
Contexto falso	0	0%	0	0%
Contenido impostor	0	0%	1	12,5%
Contenido manipulado	0	0%	5	62,5%
Contenido fabricado	0	0%	1	12,5%

En el grupo de 18 a 24 años se registró alrededor de 20 publicaciones con contenido falso, las cuales pertenecían a la tipología de sátira/parodia (100%). Por otro lado, más de la mitad de dichos posts, es decir, 13 (65%) respondían a la temática de memes políticos sobre Andrés Arauz y Guillermo Lasso frente a lo que fue el debate presidencial 2021. Así mismo, entre las publicaciones restantes, 7 (35%) se relacionaban a farándula y deportes.

Por consiguiente, en el grupo de 45 a 54 años, se evidenció un total de 8 publicaciones con contenido falso, de las cuales, 5 (62,5%) trataban sobre temas de política donde Guillermo Lasso y Andrés Arauz eran los protagonistas, y 3 (37,5%) sobre supersticiones. Seguido de esto, con respecto a los tipos de contenido falso, los más destacados fueron contenido manipulado (62,5%) y sátira/parodia (37,5%). Cabe mencionar que, el grupo etario de 18 a 24 tiende a ser menos desinformativo debido a que consume y comparte publicaciones sobre memes a diferencia de los usuarios de 45 a 54

años, quienes difunden menor contenido de carácter humorístico y mayor desinformación sobre sucesos de la vida cotidiana.

Tabla 18

Tabulación de características de fake news en números reales y porcentuales de los grupos etarios de 18 a 24 y de 45 a 54.

Elaboración propia.

<i>Fake news</i>	6		12	
Características de <i>fake news</i>	18 – 24 años		45 – 54 años	
	No.	%	No.	%
Titulares impactantes	3	50%	5	41,66%
Contenido sensacionalista	4	66,66%	12	100%
Faltas ortográficas	1	16,66%	6	50%
Imágenes pixeladas	3	50%	5	41,66%
Fuentes poco confiables	6	100%	12	100%
Escasez de hipervínculos	6	100%	12	100%
Recursos lingüísticos	0	0%	3	25%
Incumplimiento de las 5W del periodismo	4	66,66%	12	100%
Alto porcentaje de comentarios prefabricados	5	83,33%	10	83,33%

Con relación a la categoría de *fake news*, se pudo encontrar que, dentro del primer grupo etario de 18 a 24, 6 publicaciones fueron noticias falsas, de las cuales, 4 (66,66%) eran de farándula y deportes, y las otras 2 (33,33%) restantes trataban sobre política. De esta misma forma, las características de *fake news* más presentes fueron; fuentes poco confiables y escasez de hipervínculos, equivalentes al 100%. Seguido de esto, se registró

un alto porcentaje de comentarios prefabricados (83,33%) y contenido sensacionalista e incumplimiento de las 5W del periodismo (66,66%).

Luego, en el grupo de 45 a 54 años, se registró 12 noticias falsas donde abordaban temas sobre política y seguridad social. Así mismo, las características más presentes fueron; contenido sensacionalista, fuentes poco confiables, escasez de hipervínculos e incumplimiento de las 5W del periodismo, equivalentes al 100%. Por consiguiente, se encontró un alto porcentaje de comentarios prefabricados (83,33%) y faltas ortográficas (50%).

Tabla 19

Tipos de contenido falso encontrados en las fake news difundidas por los grupos etarios de 18 a 24 y de 45 a 54.

Elaboración propia.

<i>Fake news</i>	6		12	
Tipos de contenido falso	18 – 24 años		45 – 54 años	
	No.	%	No.	%
Sátira o parodia	0	0%	0	0%
Conexión falsa	2	33,33%	3	25%
Contenido engañoso	4	66,66%	6	50%
Contexto falso	3	50%	9	75%
Contenido impostor	0	0%	5	41,66%
Contenido manipulado	6	100%	12	100%
Contenido fabricado	4	66,66%	4	33,33%

Por otro lado, dentro de las *fake news* se encontraron diferentes tipos de contenido falso tales como contenido manipulado (100%), contenido engañoso y contenido fabricado (66,66%) en el grupo etario de 18 a 24, mientras que, en el colectivo de 45 a 54 años, se pudo visualizar que la mayoría difundió contenido manipulado (100%), contexto falso (75%) y contenido engañoso (50%).

En conclusión, con respecto a las tendencias de compartición de contenido falso y *fake news* se verificó que el grupo de 18 a 24 años difundió mayormente publicaciones con respecto a memes o información humorística en el ámbito político, haciendo partícipes a personajes de la segunda vuelta electoral como Guillermo Lasso y Andrés Arauz. Dicho colectivo tiende a ser apolítico, es decir, que no presenta interés en asuntos relacionados a la política, al contrario del grupo etario de 45 a 54, quienes señalan que, debido a aspectos personales y laborales, sienten mayor afinidad a temas de esta índole, lo cual se demuestra tras el tipo de desinformación compartida sobre política, economía y seguridad social. Cabe destacar que, los bulos que más consumen fueron los caracterizados por tener fuentes poco confiables, escasez de hipervínculos y alto porcentaje de comentarios prefabricados. Así mismo, los tipos de contenido falso más decodificados en ambos grupos etarios fueron la sátira/parodia y el contenido manipulado. Sin embargo, se detectó que los usuarios de 18 a 24 años, con respecto al tipo de contenido falso difundido, son menos desinformativos que el colectivo de 45 a 54 años, debido a que consumen mayormente memes o publicaciones de carácter humorístico y satírico.

Conclusión

El siguiente proyecto de investigación tuvo como objetivo analizar si el nivel de alfabetismo digital de hombres y mujeres de 18 a 24 años de edad y de 45 a 54 años, pertenecientes a la ciudad de Esmeraldas, fue un factor determinante en la propagación de contenido falso a través de Facebook en campañas de la segunda vuelta electoral 2021. Para aquello, como primer aspecto se realizó una revisión bibliográfica que nos permitió enfocarnos en el concepto de alfabetismo digital, el cual no solo corresponde al uso de plataformas digitales para navegar vía Internet, sino también, a las habilidades y competencias que un internauta debe poseer para explorar, analizar y crear su propio contenido en redes, evitando cualquier tipo de información falsa y contenido *pseudo-informativo*.

* Además, tras la investigación de fuentes como Blázquez (2018) y Fernández (2018), se definieron las diferentes características de *fake news* y, por último, se consideró los tipos de contenido falso de acuerdo a lo teorizado por Wardle (2017). Estas categorías fueron de utilidad para realizar las dos herramientas de investigación tales como observación directa y análisis de contenido.

* La observación directa, estuvo conformada por un encuentro virtual en la plataforma Zoom, donde la muestra tuvo que realizar un total de 5 fases, es decir, actividades que nos permitieron identificar su nivel de alfabetismo digital. Por otro lado, el segundo método, denominado análisis de contenido, permitió revisar detenidamente los perfiles de Facebook de la muestra, para poder analizar y cuantificar los diferentes tipos de contenido falso y características de *fake news* encontradas, con la finalidad de determinar las tendencias de compartición de bulos.

* Con base en las herramientas previamente mencionadas, se define que, los internautas poseen un bajo nivel de alfabetismo digital, por lo que, independientemente de sus rangos etarios en el periodo analizado, promovieron la divulgación de contenido falso a través de la red social Facebook. Esta afirmación se da debido a que, en lo que respecta a la verificación de fuentes y a las competencias que un alfabeto digital debe poseer para diferenciar entre contenido falso y verídico y analizar de manera crítica la información difundida en redes, los cibernautas estudiados no realizan un método de

verificación de datos para comprobar la fiabilidad de las entidades que exponen una información determinada antes de compartirla en sus perfiles. Un claro ejemplo de esto fue que en el método de observación directa tras exponer *fake news* pertenecientes a medios considerados como fidedignos (RTU y Última Hora Ecuador), los usuarios no desconfiaron de dichos canales de comunicación, pese a que tenían datos falsos y sin contextualizar. De esta manera, también se registró que la muestra no verifica y evalúa la información que recibe cuando se trata de datos otorgados por fuentes con trayectoria periodística.

* Cabe destacar que, tras el método de observación directa, se comprobó que la mayoría de los usuarios tampoco cumplen con la función de explorar y crear su propio contenido dentro de la red, debido a que, pese a que ellos hacen uso de las herramientas digitales para publicar contenido, no todos evitan los datos falsos y, por ende, no los contextualizan ni verifican. En otro punto, refiriéndonos a la decodificación de contenido *pseudo-informativo*, los usuarios en la observación directa manifestaron que, ante la elección de noticias sobre política, deportes, cultura y farándula, prefieren la información de ámbito político, económico y social, restándole importancia a los temas de farándula y entretenimiento. Sin embargo, en el método de análisis de contenido, se demostró todo lo contrario ya que, los internautas sí difunden datos sin valor formativo e informativo.

* En otro aspecto, refiriéndonos a las tendencias identificadas en la difusión o compartición de contenidos falsos, se detectó que el grupo de 18 a 24 años difundió mayormente publicaciones con respecto a memes o información humorística en el ámbito político, al contrario del grupo etario de 45 a 54, quien tuvo mayor afinidad en temas sobre política, economía y seguridad social. Esto evidencia que los cibernautas de 18 a 24 años presentan una postura apolítica al interesarles solo contenido humorístico y, por ende, *pseudo-informativo*. No obstante, la muestra de 45 a 54 años también comparte publicaciones que no se relacionan a temáticas informativas y formativas, como, por ejemplo; la difusión de publicaciones con temas sobre gastronomía, videos musicales, entre otros.

Adicional a esto, es importante mencionar que, las desinformaciones que ellos más consumen son las que carecen de hipervínculos o enlaces que ayuden a contextualizar un contenido determinado. Así mismo, cuando decodifican una información, no verifican la

fuentes y divulgan publicaciones caracterizadas por no tener fuentes confiables dentro de la red.

* A través de las herramientas de investigación mencionadas, se comprueba que, tanto los nativos digitales (grupo etario de 18 a 24) y los migrantes digitales (grupo etario de 45 a 54) pertenecientes a nuestra muestra, son capaces de postear contenido falso y *fake news* debido a que poseen un bajo nivel de alfabetismo digital, el mismo que mide las capacidades que tiene un internauta para hacer uso de las redes, acceder a plataformas virtuales y observar su rendimiento en la interpretación, creación y difusión de contenido. De esta manera, tras los resultados del proyecto, también se pudo observar cómo se quebranta la teoría de que solo los usuarios de 50 años en adelante, no verifican la información en redes sociales y por ende tiende a difundir bulos, aspectos definidos por teoría definida por Losada (2020).

Finalmente, en este proyecto de investigación, el análisis del nivel de alfabetismo digital en mujeres y hombres pertenecientes a la ciudad de Esmeraldas, entre 18 a 24 años y 45 a 54 años de edad, permitió descubrir que la falta de habilidades y competencias para desarrollar un espíritu crítico dentro de la red, independientemente del rango etario de los usuarios, fue un factor determinante en la propagación de contenido falso a través de Facebook en el segundo periodo de campañas electorales 2021. Cabe señalar que, en lo que respecta a la desinformación difundida por la muestra, se registró que ellos no solo consumieron información relacionada al ámbito político, sino también sobre salud, deportes y farándula.

Recomendaciones

Al examinar el nivel de alfabetismo digital en la muestra seleccionada, se detectó que los usuarios aparte de relacionarse y conocer el funcionamiento de las diversas plataformas digitales, tales como sitios web y redes sociales, necesitan tener las habilidades y competencias requeridas para analizar, verificar y evaluar la variedad de información que los medios de comunicación y que los usuarios en general difunden en el contexto virtual antes de compartirla ya que, no todo el contenido que se decodifica es verídico. Para aquello, se recomienda la creación de una campaña comunicacional, la cual, podría contar con una página en la red social Facebook, en donde se exhibirán publicaciones informativas que ayuden a detectar *fake news* y los diferentes tipos de contenidos falsos que los internautas pueden encontrar a través de las redes sociales en el próximo periodo de campañas electorales Ecuador 2025.

Las publicaciones que se pretenden generar son cápsulas informativas que planteen lineamientos que los usuarios deben considerar para promover su nivel de alfabetismo digital, como, por ejemplo, datos que expongan que los prosumidores deben desconfiar de toda información que se consume y difunde a través de redes sociales y otros canales digitales, así mismo, información sobre las características que componen a las *fake news* para que los cibernautas puedan detectarlas y sepan diferenciar entre contenido verídico y falso. También, por medio de estos posteos se desea evidenciar que los bulos generalmente poseen contenido sensacionalista y manipulado, titulares impactantes y datos que aparentan ser fidedignos o reales. Por último, entre los contenidos que se podrían divulgar en dicha página de Facebook, se propone la producción de piezas audiovisuales donde por medio de dramatizados se evidencie las consecuencias del impacto que pueden llegar a tener las *fake news* en la vida de una persona. Cabe destacar que el mensaje de este material es para la concientización sobre la infodemia y, por ende, la desinformación que existe en las plataformas virtuales, donde una de las soluciones es el desarrollo del espíritu crítico dentro de la red, el mismo que los usuarios deben poseer.

El analfabetismo digital es una problemática que se ha evidenciado desde la llegada de las nuevas tecnologías como la creación de redes sociales, las cuales permiten establecer una comunicación rápida, en tiempo real y a escala mundial, pero no garantiza

que la información difundida sea verídica. Por lo tanto, es necesario que, dentro del ámbito educativo, los planteles tanto públicos como privados, incluyan artefactos tecnológicos para la educación, con el objetivo de que los profesores o docentes no solo enseñen a sus estudiantes cómo usar dicho equipo tecnológico, sino también que, los instruyan en el desarrollo de habilidades y competencias para navegar y decodificar información dentro del contexto virtual. Es importante señalar que, con la inclusión de las tecnologías y la educación respectiva ante estas, se podrá reducir la infodemia y desinformación en la sociedad, tanto así que, los cibernautas podrán ser más responsables al momento de difundir contenidos vía Internet y, sobre todo, en situaciones importantes como en los procesos electorales donde el sufragio para los ecuatorianos es un accionar obligatorio.

Finalmente, cabe resaltar que, el proyecto de investigación presentado fue elaborado con base en una muestra por conveniencia, la cual estuvo compuesta por 8 usuarios, hombres y mujeres de 18 a 24 años y de 45 a 54 años de edad, pertenecientes a la ciudad de Esmeraldas. De esta manera, se recomienda ampliar la muestra con la finalidad de encontrar nuevos resultados con respecto al nivel de alfabetismo digital en otros sectores del Ecuador.

Referencias

- ACE Electoral Knowledge Network. (27 de abril de 2009). *Ley Orgánica Electoral, Código de la Democracia* [Archivo PDF]. ACE Electoral Knowledge Network. <https://aceproject.org/ero-en/regions/americas/EC/ecuador-ley-organica-electoral-codigo-de-la/>
- Aguaded, I., Pérez, M., Romero, L. y Torres, Á. (2016). Analfanautas y la cuarta pantalla: ausencia de infodietas y de competencias mediáticas e informacionales en jóvenes universitarios latinoamericanos. *Revista Universidad de Salamanca*, 1 (12), 11-25. <http://dx.doi.org/10.14201/fjc2016121125>
- Alonso, P. (julio de 2017). “Fake news” y su posverdad en tiempos de populismos: lecciones para periodistas. Cuaderno de Periodistas. https://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2017/07/Patricia_Alonso-1.pdf
- Amorós, M. (2018). *Fake news: la verdad de las noticias falsas*. Plataforma Editorial. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=APakDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT37&dq=marc+amorosgarcia+2018+la+verdad&ots=>
- Anónimo. (10 de abril de 2021). Las noticias falsas proliferan en la elección presidencial de Ecuador. *France 24*. <https://www.france24.com/es/minuto-a-minuto/20210410-las-noticias-falsas-proliferan-en-la-eleccion-presidencial-de-Ecuador>
- Arauz, A. (S.f.). *Hoja de vida Andrés Arauz* [Archivo PDF]. Andrés Arauz. https://andresarauz.ec/wp-content/uploads/2020/12/hojadevida_andres_arauz.pdf
- Banco Central del Ecuador. (30 de septiembre de 2020). La economía ecuatoriana decreció 12,4% en el segundo trimestre de 2020. <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1383-la-economia-ecuatoriana-decrecio-12-4-en-el-segundo-trimestre-de-2020>
- Basantes, A. (9 de enero de 2020). El feriado bancario en Ecuador ¿Por qué pasó? *GK*. <https://gk.city/2020/01/09/feriado-bancario-Ecuador/>
- Blázquez, M. (2018). *El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas* [Archivo PDF]. E-Prints Complutense. <http://eprints.rclis.org/33171/1/fakeNews-2018-mblazquez-mexico-FINAL.pdf>

- Burgueño, J. (2 de junio de 2020). *Las fake news, una compañía peligrosa a lo largo de la historia*. *Historia National Geographic*.
https://historia.nationalgeographic.com.es/a/fake-news-compania-peligrosa-a-largo-historia_15349
- Celi, E. (29 de agosto de 2020). “Hay partidos sin bases ni juventudes, y por lo tanto sin cuadros”. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/politica/partidos-sin-bases-juventudes-cuadros/>
- Celi, E. (18 de febrero de 2021). Ausentismo, blancos y nulos estuvieron en niveles de elecciones pasadas. *Primicias*.
<https://www.primicias.ec/noticias/politica/ausentismo-blancos-nulos-elecciones-pasadas/>
- Corporación de Radio y Televisión Española. (8 de abril de 2021). Los ecuatorianos acuden a las urnas a elegir presidente del país en plena ola de coronavirus. *Corporación de Radio y Televisión Española*.
<https://www.rtve.es/noticias/20210408/ecuatorianos-acuden-urnas-elegir-presidente-del-pais-plena-ola-coronavirus/2084987.shtml>
- Criollo, F. (23 de abril de 2017). La lectura es un hábito en construcción en el Ecuador. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/cultura/lectura-ecuador-libro-habitos-cultura.html>
- Dávalos, N. (18 de julio de 2020). El Internet en Ecuador tiene una alta penetración, pero baja velocidad. *Primicias*.
<https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/velocidad-internet-ecuador-debajo-promedio-global/>
- Del Alcázar, J. (julio de 2021). *Ecuador Estado Digital Jul/21* [Archivo PDF]. Mentinno Innovation & Lifetime Value Partners.
<https://www.mentinno.com/estadodigitalecuador/>
- Divina, A., Nagler, J. y Tucker, J. (2019). Menos de lo que piensa: prevalencia y predictores de la difusión de noticias falsas en Facebook. *Sciences Advances*, 5 (1). <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>
- Durán, M. y Tusa, F. (2019). La era de la desinformación de las noticias falsas en el ambiente político ecuatoriano de transición: un análisis de caso. *Revista*

- Universidad San Francisco de Quito*, 3 (1), 18-41.
<https://doi.org/10.18272/pd.v3i1.1550>
- Duro, S. (10 de noviembre de 2017). *¿Qué es la alfabetización digital y por qué es importante? Actualizado*. Semrush. <https://es.semrush.com/blog/alfabetizacion-digital-que-es/>
- Ecuador Chequea. (14 de mayo de 2020). *La curva de desinformación en la región*.
<http://www.ecuadorchequea.com/la-curva-de-desinformacion-en-la-region/>
- Ecuador en cifras. (abril de 2021). *Tecnologías de la Información y Comunicación, 2020* [Archivo PDF]. Ecuador en cifras.
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Principales_resultados_Multiproposito_TIC.pdf
- Elosegui, L. (11 de noviembre de 2017). *La educación como herramienta contra las noticias falsas*. Verificado. <https://verificado.com.mx/educacion-vs-noticias-falsas/>
- Fernández, A. (28 de julio de 2021). Aprender a detectar “fake news”. *La Vanguardia*.
<https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20180912/451678330276/aprender-detectar-fake-news.html>
- Fernández, N. (2017). Fake news una oportunidad para la alfabetización mediática. *Revista Nueva Sociedad*, 1 (269), 65-77.
https://static.nuso.org/media/articles/downloads/5.TC_Fernandez_269.pdf
- Ferro, X. (2020). La propaganda política a través de la utilización de fake news: elecciones Ecuador 2021, preparándonos para la desinformación. En J. Sierra y A. Barrientos (Eds), *Cosmovisión de la Comunicación en Redes Sociales en la Era Postdigital* (pp. 229-252). Editorial McGraw-Hill. https://www.researchgate.net/profile/Joao-Sousa-27/publication/351625196_Redres_sociais_online_exposicao_digital_e_cyberbullying_perfis_de_vulnerabilidade_de_universitarios_de_Cabo_Verde/links/60a22b5792851cfd33ba6e1/

- Frau, D. (septiembre de 2017). *Contra la información falsa, espíritu crítico*. Unesco. <https://es.unesco.org/courier/july-september-2017/informacion-falsa-espiritu-critico>
- Gallo, S. (4 de febrero de 2021). Elecciones Ecuador 2021: Una campaña política más digital que nunca. *El Expreso*. <https://www.expreso.ec/actualidad/elecciones-ecuador-2021-gana-calle-redes-98252.html>
- García, A. (22 de diciembre de 2020). CNE estableció tres categorías para autorizar caminatas de campaña de entre 100 y 200 personas. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/cne-categorias-caminatas-campana-elecciones.html>
- García, L. (2019). Necesidad de una educación digital en un mundo digital. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22 (2), 9-22. <https://doi.org/10.5944/ried.22.2.23911>
- García, S. (2017). Alfabetización Digital. *Revista Razón y Palabra*, 21 (98) 66-81. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199553113006.pdf>
- Garzón, K. (marzo de 2021). *Ecuador Elecciones Generales 2021 (Presidencia, Vicepresidencia, Asamblea Nacional, Parlamento Andino y Consulta Popular por el Agua en el Cantón Cuenca)* [Archivo PDF]. Reformas Políticas en América Latina. <https://reformaspoliticas.org/wp-content/uploads/2021/04/Analisis-sobre-Elecciones-Generales-Ecuador-2021-version-2.-2.pdf>
- Izurieta, B. (2020). ¿Qué pasó en Ecuador en octubre de 2019? *Revista Universidad San Francisco de Quito*, 99-107. <https://dx.doi.org/10.18272/eo.v5i0.1567>
- La República. (23 de agosto de 2021). *Coronavirus Covid19 en Ecuador*. La República. Recuperado el 23 de agosto de 2021 de <https://www.larepublica.co/especial-covid-19/Ecuador>
- Losada, R. (20 de agosto de 2020). *Los mayores de 50 (y no los jóvenes) son quienes más noticias falsas comparten*. The Conversation. <https://theconversation.com/los-mayores-de-50-y-no-los-jovenes-son-quienes-mas-noticias-falsas-comparten-141649>
- Ministerio de Educación. (2017). *Agenda Educativa Digital*. <https://educacion.gob.ec/agenda-educativa-digital/>

- Ministerio de Salud Pública. (12 de agosto de 2021). *Situación Epidemiológica Covid-19, Nacional* [Archivo PDF]. Coronavirus Ecuador. https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2021/08/MSP_ecu_cvd19_datos_epi_20210811_03h00.11-1.pdf
- Moreno, V., Ramírez, M., De la Oliva, C. y Moreno, E. (27 de mayo de 2021). *Biografía de Guillermo Lasso*. Busca Biografías. Recuperado el 28 de junio de 2021 de <https://www.buscabiografias.com/biografia/verDetalle/11218/Guillermo%20Lasso>
- Naranjo, V. (22 de septiembre de 2019). El analfabetismo digital afecta 10,5% del país. *El Telégrafo*. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/alfabetismo-edad-economia-tecnologia>
- Pont, E. (3 de julio de 2020). Cómo identificar la desinformación en las redes sociales. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200703/482021984534/noticias-falsas-bromas-deepfakes-redes-sociales-desinformacion.html>
- Pozón, E. (2018). Alfabetización digital y envejecimiento online. *Revista Digital Séniors Universitarios*. <https://caumas.org/revista/la-brecha-digital-el-analfabetismo-del-siglo-xxi/>
- Primicias. (21 de febrero de 2021). Resultados Primera Vuelta Electoral. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/politica/resultados-primera-vuelta-electoral/>
- RD Station. (S.f.). *Redes sociales*. <https://www.rdstation.com/mx/redes-sociales/>
- Rodríguez, R. (2019) Posverdad y fake news en comunicación política: breve genealogía. *Revista Profesional de la Información*, 28 (3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.14>
- Rubio, J. (24 de abril de 2018). *¿Qué criterio sigue Facebook para eliminar un contenido?*. Trece Bits. <https://www.trecebits.com/2018/04/24/criterio-sigue-facebook-eliminar-contenido/>
- Sales, D. (2020). Definición de alfabetización informacional de CILIP, 2018. *Anales de Documentación*, 23 (1), 1-5. <http://dx.doi.org/10.6018/analesdoc.373811>
- Stoiciu, A. (S.f.). El Papel de la gobernanza electrónica en la reducción de la brecha digital. Organización de las Naciones Unidas.

<https://www.un.org/es/chronicle/article/el-papel-de-la-gobernanza-electronica-en-la-reduccion-de-la-brecha-digital>

Wardle, C. (14 de marzo de 2017). *Fake news. It's complicated*. First Draft. <https://firstdraftnews.org/articles/noticias-falsas-es-complicado/>



Zibell, M. (12 de abril de 2021). Elecciones Ecuador 2021: 4 claves para entender la derrota del correísmo. *BBC News*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-56715672>

Anexos

Anexo 1- Fichas de análisis de contenido





Grupo etario de 18 a 24

Usuario: Alisson Estupiñán Macías





Número de posteos:	125	Fake news:	0	Contenido falso:	2	Contenido eliminado:		8
# de posteos	Imagen o Video	Fecha	¿Sobre quién o qué es el contenido falso?	¿Qué comunica?	Interacción general	Número	Interacción de perfil	Número
1		21 de marzo, 2021	Guillermo Lasso	Utilizan la imagen de Guillermo Lasso para realizar un meme. En la imagen están la frase "Andrés no mientas otra vez", frase controversial utilizada por Lasso en el debate presidencial 2021.	Likes	2,7 K	Likes	6
					Comentarios	807	Comentarios	3
					Compartidos	22 K	Compartidos	0
2		30 de marzo, 2021	El Covid-19	Que el Covid-19 no existe.	Likes	412	Likes	6
					Comentarios	15	Comentarios	2
					Compartidos	1,5 K	Compartidos	1

Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricado
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricado
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica





Usuario: Matheus Mendoza

Observador:	María José	Usuario:	Matheus Mendoza					
Número de posteos:	206	Número de fake news:	1	Contenido falso:	15	Contenido eliminado:		26
# de posteos	Imagen o Video	Fecha	¿Sobre quién o qué es el contenido falso?	¿Qué comunica?	Interacción general	Número	Interacción de perfil	Número
1		17 de marzo, 2021	Los actores Jason Earles y Jeremy Renner.	Que dos actores de diferentes programas son la misma persona.	Likes	13 K	Likes	40
					Comentarios	6,1 K	Comentarios	21
					Compartidos	63 K	Compartidos	10
2		21 de marzo, 2021	La evolución de los camarones.	Que los camarones nacen del sexo masculino y luego cambian al sexo femenino así como los hombres que realizan videos en la plataforma TikTok.	Likes	3,7 K	Likes	5
					Comentarios	730	Comentarios	0
					Compartidos	57 K	Compartidos	2
3	Arauz: Moreno es Lasso Lasso: Moreno es Correa Moreno: 	21 de marzo, 2021	Arauz, Lasso, Moreno y Correa.	Que el candidato Arauz relaciona al expresidente Moreno con Lasso mientras que Lasso relaciona a Moreno con Correa.	Likes	320	Likes	9
					Comentarios	25	Comentarios	0
					Compartidos	1,9 K	Compartidos	2
4		21 de marzo, 2021	Ecuador	Que en Ecuador los ciudadanos ven el debate presidencial solo para entender los memes.	Likes	1,2 K	Likes	20
					Comentarios	106	Comentarios	0
					Compartidos	8,9 K	Compartidos	3





Edad:	22 años							
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica

5		21 de marzo, 2021	Lasso	Que el gesto de felicidad de Lasso representa la alegría que un estudiante siente cuando aprueba las materias del semestre que creía perdido.	Likes	1,9 K	Likes	5
					Comentarios	777	Comentarios	0
					Compartidos	7,7 K	Compartidos	2
6		21 de marzo, 2021	Arauz	Que el gesto de Arauz simboliza cuando una persona saca su dinero para comprar bebidas alcohólicas en una fiesta.	Likes	1 K	Likes	3
					Comentarios	15	Comentarios	4
					Compartidos	9,5 K	Compartidos	0
7		21 de marzo, 2021	Lasso	Utilizan la imagen de Guillermo Lasso en el debate presidencial para realizar un meme sobre las acciones ridículas que una persona puede hacer cuando ingiere alcohol en una fiesta.	Likes	744	Likes	6
					Comentarios	248	Comentarios	0
					Compartidos	1,2 K	Compartidos	1
8		21 de marzo, 2021	Lasso	Utilizan la imagen de Guillermo Lasso en el debate presidencial para realizar un meme sobre el gesto que realizan cuando escuchas a tu compañero exponiendo tu parte.	Likes	2,1 K	Likes	9
					Comentarios	180	Comentarios	0
					Compartidos	14K	Compartidos	2

Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica





9		21 de marzo, 2021	Lasso	Utilizan la imagen de Guillermo Lasso en el debate presidencial para realizar un meme sobre el gesto que realizas cuando estás distraído y escuchas tu nombre en las clases virtuales.	Likes	7,4 K	Likes	4
					Comentarios	21	Comentarios	0
					Compartidos	59 K	Compartidos	1
10		22 de marzo, 2021	Arauz	Utilizan la imagen de Andrés Arauz en el debate presidencial para realizar un meme sobre lo que los asesores le indican que repita para que quede bien en el debate contra Lasso.	Likes	1,6 K	Likes	2
					Comentarios	221	Comentarios	0
					Compartidos	10 K	Compartidos	2
11		22 de marzo, 2021	Lasso	Utilizan la imagen de Guillermo Lasso en el debate presidencial para realizar un meme sobre las evidencias que una mujer puede encontrar en contra de su pareja.	Likes	2,8 K	Likes	0
					Comentarios	353	Comentarios	0
					Compartidos	14 K	Compartidos	1
12		22 de marzo, 2021	Arauz	Que todo el equipo técnico de Arauz está prófugo.	Likes	1,2 K	Likes	7
					Comentarios	2	Comentarios	0
					Compartidos	8,6 K	Compartidos	1

Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica



13		28 de marzo, 2021	Arauz	Que si votan por Arauz las personas no podrán comer 3 veces al día.	Likes	871	Likes	1
					Comentarios	205	Comentarios	0
					Compartidos	12 K	Compartidos	0
14		30 de marzo, 2021	Arauz	Que solo Arauz puede pedir 10 años de permiso en su trabajo.	Likes	300	Likes	4
					Comentarios	7	Comentarios	0
					Compartidos	4,7 K	Compartidos	0
15		1 de abril, 2021	Eiza González, actriz y cantante mexicana.	Que Eiza protagonizará una película de DC.	Likes	20 K	Likes	6
					Comentarios	3,7 K	Comentarios	0
					Compartidos	26 K	Compartidos	1
16		30 de marzo, 2021	El miembro reproductivo del hombre	Que si los genitales de un hombre miden más de 14 cm, aquella persona no entrará al reino de los cielos.	Likes	1,7 K	Likes	7
					Comentarios	1,3 K	Comentarios	0
					Compartidos	20 K	Compartidos	1

Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado	
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado	
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado	
						X		X
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
X	X	X	X	X	X		X	X
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado	
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica

Usuario: Ernesto Oramas



Observador:	Melany Bravo	Usuario:	Erika Mera					
Número de posteos:	162	Fake news:	4	Contenido falso:	2	Contenido eliminado:		51
# de posteos	Imagen o Video	Fecha	¿Sobre quién o qué es el contenido falso?	¿Qué comunica?	Interacción general	Número	Interacción de perfil	Número
1		16 de marzo, 2021	Leo Messi	Que Messi está saludando al grupo surcoreano BTS.	Likes	316	Likes	1
					Comentarios	3	Comentarios	0
					Compartidos	2,9 K	Compartidos	0
2		18 de marzo, 2021	No aplica	Que el artista Lil Xan se tatuó unas "zzz" en la parte superior de sus mejillas alegando al Club Atlético de Madrid.	Likes	29 K	Likes	0
					Comentarios	1,1 K	Comentarios	0
					Compartidos	8,7 K	Compartidos	0
3		20 de marzo, 2021	Judd E. Banner	Que un motociclista que se identifica como ciclista rompe un récord mundial. Noticia original emitida en octubre de 2019.	Likes	123 K	Likes	2
					Comentarios	1,6 K	Comentarios	0
					Compartidos	45 K	Compartidos	0
4		30 de marzo, 2021	Andrés Arauz	Que la licencia de conducir del excandidato a la presidencia, Andrés Arauz, no pertenece al Ecuador.	Likes	177	Likes	3
					Comentarios	52	Comentarios	0
					Compartidos	1,4 K	Compartidos	1

Edad:	23 años							
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado	
X								
Características de fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado	
	X	X	X			X		X
Características de fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
X	X		X	X	X			X
Tipos de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado	
		X				X		
Características de fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
X	X			X	X		X	X
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado	
	X	X				X		X
Características de fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
			X	X	X			X

5		2 de abril, 2021	No aplica	Que Marvel Studios piensa estrenar White Panther.	Likes	22 K	Likes	0
					Comentarios	1 K	Comentarios	0
					Compartidos	3 K	Compartidos	0
6		7 de abril, 2021	No aplica	Que todas las mariposas se alimentan de carne en descomposición, heces y orina de animales, sangre, cuando solo el 2% de la especie lo hace.	Likes	1,2 K	Likes	2
					Comentarios	5	Comentarios	0
					Compartidos	14	Compartidos	1

Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
X								
Características de fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
			X		X			
Características de fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
				X	X		X	



Usuario: Erika Mera

Observador:	Melany Bravo	Usuario:	Erika Mera					
Número de posteos:	18	Fake news:	1	Contenido falso:	1	Contenido eliminado:		0
# de posteos	Imagen o Video	Fecha	¿Sobre quién o qué es el contenido falso?	¿Qué comunica?	Interacción general	Número	Interacción de perfil	Número
1		26 de marzo, 2021	Andrés Arauz	El ex candidato a la presidencia, Andrés Arauz, desea replicar el modelo de Gobierno venezolano.	Likes	3,8 K	Likes	3
					Comentarios	3,4 K	Comentarios	1
					Compartidos	38 K	Compartidos	1
2		5 de abril, 2021	Sobre Henry Cavill y Marlen Orozco	Es una sátira en la que se comparan dos personajes públicos señalando que uno es más atractivo que el otro.	Likes	32 K	Likes	7
					Comentarios	18,054 K	Comentarios	0
					Compartidos	355 K	Compartidos	3

Edad:	24 años							
Tipos de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado	
		X	X			X	X	
Características de fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
	X			X	X		X	X
Tipos de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado	
X								
Características de fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica



Grupo etario de 45 a 54

Usuario: Xavier Quiñonez Ku

Observador:	María José	Usuario:	Xavier Quiñonez Ku					
Número de posteos:	191	Fake news:	0	Contenido falso:	2	Contenido eliminado:		11
# de posteos	Imagen o Video	Fecha	¿Sobre quién o qué es el contenido falso	¿Qué comunica?	Interacción general	Número	Interacción de perfil	Número
1		22 de marzo, 2021	No aplica	Es un meme sobre Arauz y Lasso.	Likes	2,7 K	Likes	12
					Comentarios	105	Comentarios	0
					Compartidos	11 K	Compartidos	2
2		31 de marzo, 2021	Nicolás Maduro	Que el presidente venezolano, Nicolás Maduro, dijo que las mujeres son más propensas a embarazarse que los hombres.	Likes	1,5 K	Likes	5
					Comentarios	86	Comentarios	1
					Compartidos	58 K	Compartidos	1



Edad:	45 años							
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
		X			X	X		
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica

Usuario: Susanita Trujillo

Observador:	Melany Bravo	Usuario:	Susanita Trujillo					
Número de posteos:	49	Fake news:	3	Contenido falso:	1	Contenido eliminado:	0	
# de posteos	Imagen o Video	Fecha	¿Sobre quién o qué es el contenido falso?	¿Qué comunica?	Interacción general	Número	Interacción de perfil	Número
1		25 de marzo, 2021	Andrés Arauz	Cargos laborales de Andrés Arauz en Gobiernos anteriores.	Likes	591	Likes	0
					Comentarios	13	Comentarios	2
					Compartidos	22 K	Compartidos	2
2		26 de marzo, 2021	Jefferson Pérez y Guillermo Lasso	Jefferson Pérez da su opinión sobre las campañas electorales y sobre Guillermo Lasso.	Likes	1,3 K	Likes	2
					Comentarios	646	Comentarios	0
					Compartidos	22 K	Compartidos	1
3		31 de marzo, 2021	Nayib Bukelele	Bukele tuiteó en contra del expresidente del Ecuador y el socialismo	Likes	88	Likes	2
					Comentarios	15	Comentarios	0
					Compartidos	290	Compartidos	0
4		4 de abril, 2021	Guillermo Lasso	Que un buen líder puede ofrecer plazas de trabajo.	Likes	466	Likes	1
					Comentarios	114	Comentarios	0
					Compartidos	11 K	Compartidos	0





Edad:	48 años							
Tipos de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
	X	X	X	X	X	X		X
Características de fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
	X		X	X	X		X	
Tipos de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
			X	X	X		X	
Características de fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
X	X			X	X		X	X
Tipos de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
		X	X	X	X	X		X
Características de fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
	X		X	X	X		X	
Tipos de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
	X			X	X		X	
Características de fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica

Usuario: David Granados Cuero

Observador:	Melany Bravo	Usuario:	David Granados Cuero					
Número de posteos:	45	Fake news:	1	Contenido falso:	1	Contenido eliminado:		0
# de posteos	Imagen o Video	Fecha	¿Sobre quién o qué es el contenido falso?	¿Qué comunica?	Interacción general	Número	Interacción de perfil	Número
1		28 de marzo, 2021	Andrés Arauz y Guillermo Lasso	Que Guillermo Lasso ha financiado su campaña con recursos del Banco de Guayaquil.	Likes	524	Likes	7
					Comentarios	226	Comentarios	1
					Compartidos	5,7 K	Compartidos	1
2		28 de marzo, 2021	Andrés Arauz	Que todo el Ecuador apoya al candidato Andrés Arauz.	Likes	2	Likes	11
					Comentarios	76	Comentarios	5
					Compartidos	208	Compartidos	1

Edad:	46 años							
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
		X			X	X		
Características de fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
	X			X	X		X	X
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
					X			
Características de fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica





Usuario: Erlita Granda

Observador:	María José	Usuario:	Erlita Granda					
Número de posteos:	172	Fake news:	8	Contenido falso:	4	Contenido eliminado:		18
# de posteos	Imagen o Video	Fecha	¿Sobre quién es la noticia falsa?	¿Qué comunica?	Interacción general	Número	Interacción de perfil	Número
1		17 de marzo, 2021	Guillermo Lasso	Que la caravana de Guillermo Lasso atropelló a un civil, el cual perdió la vida tras el accidente. Posterior a esto, comunican que el entonces candidato no se responsabilizó ni dio declaraciones ante el suceso.	Likes	226	Likes	0
					Comentarios	89	Comentarios	0
					Compartidos	635	Compartidos	0
2		20 de marzo, 2021	Un menor de edad desaparecido.	Que un menor de edad ha desaparecido y que su madre lo está buscando por más de 15 días.	Likes	29,1 K	Likes	2
					Comentarios	6,4 K	Comentarios	0
					Compartidos	1,1 M	Compartidos	0
3		20 de marzo, 2021	Una menor de edad.	Que una menor de edad estaba perdida y buscaba a su familia.	Likes	2,1 K	Likes	0
					Comentarios	287	Comentarios	0
					Compartidos	254 K	Compartidos	0
4		20 de marzo, 2021	Andrés Arauz	Que Arauz no tiene cédula y que no se sabe el himno nacional del Ecuador. Así mismo, se menciona que Arauz no sufraga en el país.	Likes	173	Likes	1
					Comentarios	34	Comentarios	0
					Compartidos	5,4 K	Compartidos	0

Edad:	54 años							
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
		X					X	
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
X	X		X	X	X		X	X
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
			X				X	
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
X	X	X		X	X		X	X
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
			X				X	
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
	X	X		X	X		X	X
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica

5		21 de marzo, 2021	Una menor de edad.	Una menor de edad perdida y en busca de su familia.	Likes	3,9 K	Likes	0
					Comentarios	1,2 K	Comentarios	0
					Compartidos	393 K	Compartidos	0
6		21 de marzo, 2021	Un inmigrante fallecido	Que un inmigrante falleció en México y piden localizar a su familia para que reclamen los restos del joven y posterior a esto, sepultarlo.	Likes	4,7 K	Likes	0
					Comentarios	735	Comentarios	0
					Compartidos	187 K	Compartidos	0
7		21 de marzo, 2021	Andrés Arauz y Guillermo Lasso	Que el pueblo rechaza a Lasso y a Arauz como candidatos presidenciales debido a ciertas características que se les atribuye en el ejercicio político.	Likes	229	Likes	0
					Comentarios	131	Comentarios	0
					Compartidos	202	Compartidos	0
8		30 de marzo, 2021	No aplica	No aplica	Likes	1,4 K	Likes	1
					Comentarios	291	Comentarios	0
					Compartidos	59 K	Compartidos	1

Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
			X		X			
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
X	X	X		X	X		X	X
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
			X		X			
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
	X	X	X	X	X		X	X
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
	X	X			X	X		
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
X	X		X	X	X	X	X	X
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso	Contenido impostor	Contenido manipulado	Contenido fabricado		
X								
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica

9	 <small>El mundo 10 No lo creas y puedes recibir un gran milagro.</small>	4 de abril, 2021	Sobre un milagro	Que si se comparte la imagen, el usuario recibirá un gran milagro.	Likes	8,2 K	Likes	3
					Comentarios	1,2 K	Comentarios	0
					Compartidos	68 K	Compartidos	0
10		4 de abril, 2021	Sobre una mujer de la tercera edad.	Sobre una mujer de la tercera edad, la cual está internada en el hospital Santa Rosa y piden a los usuarios que compartan dicha publicación para encontrar a sus respectivos familiares.	Likes	2,2 K	Likes	4
					Comentarios	407	Comentarios	0
					Compartidos	66 K	Compartidos	1
11	 <small>Falta contenido Verifica estos de información independiente. Al igual que esta información podría llegar a los grandes. Ver por qué</small>	6 de abril, 2021	Sobre una enfermera voluntaria de Zacatenco, Ciudad de México.	Que una enfermera voluntaria aplicó una jeringa sin el líquido de la vacuna a una persona mayor en la Ciudad de México.	Likes	80,8 K	Likes	0
					Comentarios	41 K	Comentarios	1
					Compartidos	12 M	Compartidos	2
12	 <small>Kiko Morales 10 10 No lo creas, tenlo, oírno más tarde si compartes esta.</small>	7 de abril, 2021	Sobre dinero	Que si se comparte la imagen, el usuario tendrá dinero.	Likes	10,9 K	Likes	1
					Comentarios	2,4 K	Comentarios	0
					Compartidos	32 K	Compartidos	0

Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
	X						X	
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
	X		X		X		X	
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
	X	X	X	X	X	X	X	X
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
		X	X		X		X	
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
	X	X		X	X	X	X	X
Tipo de contenido falso o desinformación								
Sátira o parodia	Conexión falsa	Contenido engañoso	Contexto falso		Contenido impostor		Contenido manipulado	Contenido fabricado
							X	
Características de Fake news								
Titulares impactantes	Contenido sensacionalista	Faltas ortográficas	Imágenes pixeladas	Fuentes poco confiables	Escasez de hipervínculos	Recursos lingüísticos	Incumplimiento de las 5W del periodismo	Alto porcentaje de comentarios prefabricados
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica

Anexo 2 – Fichas de observación directa

#	IDENTIFICACIÓN	EDAD	SEXO	NIVEL SOCIOECONÓMICO BAJA, MEDIA Y ALTA	VERIFICACIÓN DE FUENTES				RECONOCIMIENTO DE NOTICIAS FALSAS				REALIZAR PUBLICACIONES			PREFERENCIA CONTENIDO PSEUDOPERDIOSITICO			
					F1 F	F2 V	F3 V	F4 F	N1 V	N2 F	N3 F	N4 V	REALIZAR PUBLICACIONES SI/NO	EVITA CONTENIDO FALSO SI/NO	TIEMPO MÁX. 15 MINUTOS	P1 Política	P2 Farándula	P3 Deporte	P4 Cultura
1	Alisson Estupiñán Macías	22	Femenino	Media			X		F	V	F	V	Sí	No	4 minutos	1	4	3	2
2	Erika Mera Quiñónez	24	Femenino	Media				X	F	V	V	F	Sí	No	1 minuto	1	4	3	2
3	Ernesto Oramas Quintero	23	Masculino	Media			X		V	F	V	V	Sí	No	3 minutos	1	4	2	3
4	Matheus Mendoza Segovia	22	Masculino	Media		X			F	V	V	F	Sí	No	5 minutos	3	4	2	1

5	Isabel Trujillo Delgado	48	Femenino	Media			X		V	F	V	V	Sí	Sí	3 minutos	1	4	2	3
6	Erlita Granda Aguilar	54	Femenino	Media			X		V	F	F	V	No	No	5 minutos	1	4	3	2
7	Xavier Quiñónez Ku	45	Masculino	Media			X		F	F	V	V	Sí	No	4 minutos	1	4	3	2
8	David Granados Cuero	50	Masculino	Media			X		F	V	V	V	Sí	No	3 minutos	3	4	1	2

PREGUNTAS					
#	1. ¿Confía en las redes sociales como medio informativo?	2. ¿Qué tipo de contenido usted prefiere consumir? ¿Por qué?	3. De las noticias falsas previamente expuestas, ¿qué elementos llamaron más su atención e incitaron a la credibilidad?	4. Según su criterio, ¿cuáles son los efectos que tienen las noticias falsas en la vida de una persona?	5. ¿Cómo usted reacciona ante imágenes y videos manipulados o pixelados?
1	Solo confío en las redes sociales cuando medios confiables suben contenido ya que hay muchas páginas falsas que generan desinformación.	De todo un poco. Farándula, política y temas de salud y deporte.	El contenido sensacionalista. La forma en la que cuentan los hechos me causó impresión.	Pueden dañar la integridad de una persona tras la divulgación de malos comentarios debido a una noticia falsa.	Cuando me doy cuenta que una imagen está editada, por lo general entro a google para verificar la información. Si es un contenido falso no lo comparto, aunque a veces me gustaría compartir la información y decir que es falsa, pero me limito a hacerlo.
2	No al 100%, porque hay páginas que tergiversan las noticias (medios que no necesariamente deben de ser de comunicación)	De todo un poco. Farándula, política y temas de salud y deporte.	Las portadas, textos con letras grandes y el uso de imágenes y videos de fuentes fidedignas o autoridades.	Impactan de manera negativa puesto que alteran y alaman a las personas.	Me da coraje ya la vez me parece increíble la magnitud de manipulación que pueden tener las personas hacia los demás, aprovechándose que son redes sociales. No las comparte
3	No son las redes sociales, es la fuente de la que uno decide publicar la información.	Memes o contenido de humor y sátira.	El diseño del flyer y la fuente que lo transmite.	Las noticias falsas quieren crear conciencia diariamente para que las personas aprendan a revisar el contenido en redes.	Las imágenes pueden ser pixeladas por la resolución del dispositivo que los filma y no causan problema, sin embargo, si son manipuladas es preferible no consumirlas, no generan credibilidad. No lo comparte.
4	No porque las redes sociales tienen el objetivo de entretener y no están destinadas para informar.	Memes o contenido de humor y sátira.	La fuente que aparentaba ser confiable.	El poder de influencia que pueden tener en las personas. Por ejemplo, en la política pueden cambiar tu postura ante un determinado candidato. También, las noticias falsas ocasionan conflictos innecesarios como peleas o discusiones en redes sociales.	A veces sí me fijo en las publicaciones con imágenes editadas, sobre todo cuando son de baja calidad y tiendo a no compartirlas.

5	Sí porque si hay información fidedigna que suele tener respaldo.	De todo un poco, no consumo algo específico.	La fuente que aparentaba ser confiable.	Por el hecho de ser falsas pueden crear emociones fuertes o simplemente engañar.	Genera impresiones negativas. Al ser manipuladas pueden crear confusión y llevar a casos graves a ciertas personas.
6	Sí porque es un medio en el que las personas se comunican e informan sobre los acontecimientos diarios.	Noticias sobre salud, seguridad y política porque me gusta estar enterada de todo lo que pasa.	La fuente que aparentaba ser confiable.	Supongo que producen desconocimiento y problemas.	No me doy cuenta cuando las imágenes están editadas.
7	No siempre. Solo confío en las redes sociales cuando los que ofrecen información son medios de comunicación reconocidos. Para informarme sobre noticias utilizo Twitter.	Noticias nacionales e internacionales relacionadas al ámbito político y económico.	Por el contenido ya que se relacionaba a rumores que había escuchado.	El poder de influencia que pueden tener en una persona al punto de cambiar la opinión o ciente con respecto a algo o alguien.	No les presto atención. Simplemente las ignoro y no leo su contenido porque no me gustan las imágenes o videos de baja calidad.
8	No, porque existen fuentes/ medios que tergiversan la información.	Política, porque está en función de mi interés, es algo que me gusta mucho.	Las fuentes que aparentaba ser confiable.	La noticias falsas crean incertidumbre y pueden generar a crear decisiones equivocadas (haciendo referencia a l voto electoral 2021)	No confío en ese tipo de contenido, si está distorsionado o se evidencia montaje, no puedo creer en él.

Anexo 3 - Diapositivas usadas durante las fases de la observación directa

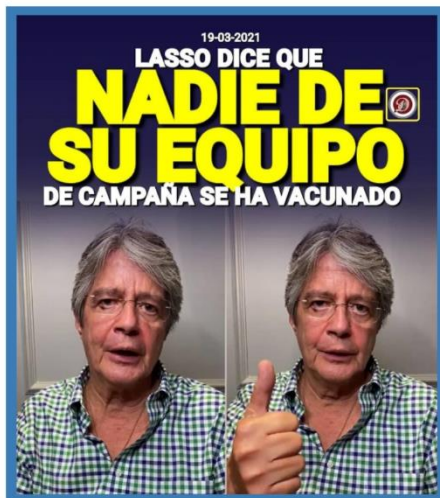


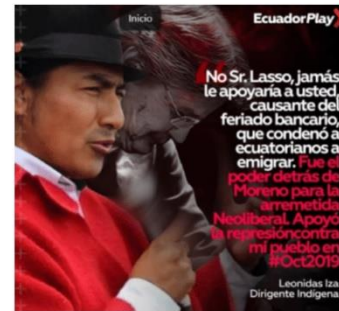
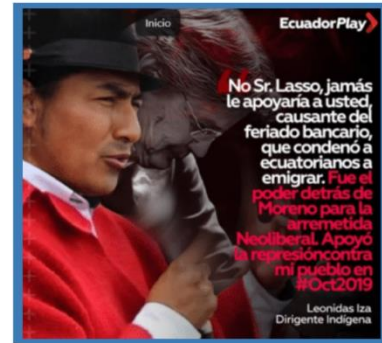
FASE 1





FASE 2





FASE 3

Gobierno de Lasso prepara privatizaciones de carreteras

Gobierno de Guillermo Lasso prepara plan para la privatización de Carreteras a empresas privadas.

Los proyectos suman cerca de 5 mil millones de dólares, según informó el Ministro de Transporte y Obras Públicas, Marcelo Cabrera. Así mismo, esta inversión permitirá intervenir en 1.500 km de vías, un puerto y obras adicionales con concurso privado.

Dichas carreteras comprenderán la Cuenca-Azogues-Biblián, Descanso-Gualaceo-Paute y el Quinto Punte en Guayas.



FASE 4



FASE 5

Pregunta #1

¿Confía en las redes sociales como medio informativo?

Pregunta #2

¿Qué tipo de contenido usted prefiere consumir? ¿Por qué?

Pregunta #3

De las noticias falsas previamente expuestas, ¿qué elementos llamaron más su atención e incitaron a la credibilidad?

Pregunta #4

Según su criterio, ¿cuáles son los efectos que tienen las noticias falsas en la vida de una persona?

Pregunta #5

¿Cómo usted reacciona ante imágenes y videos manipulados o pixelados?

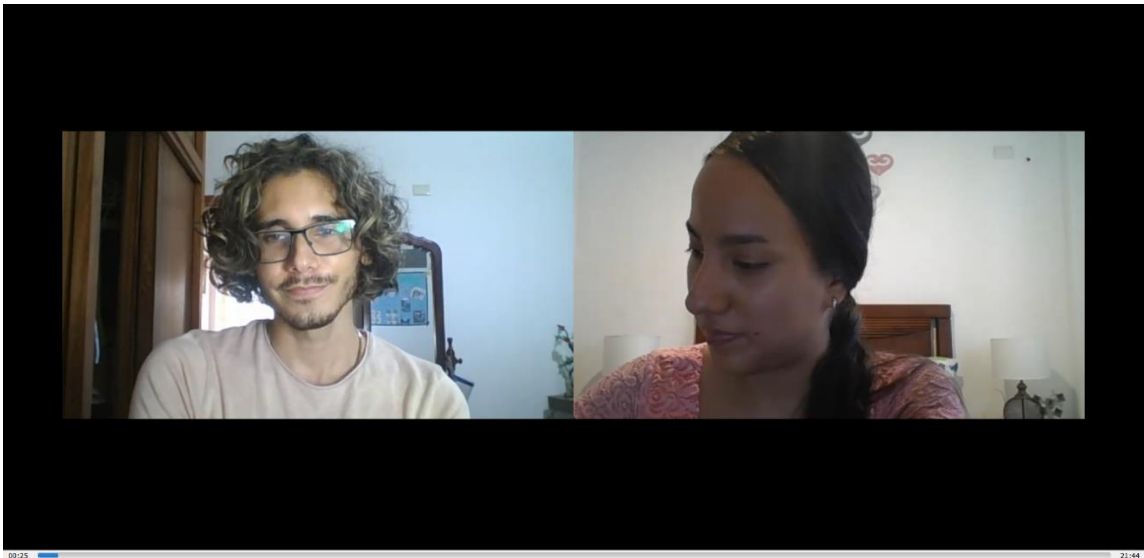
GRACIAS 

**Anexo 4 – Capturas de pantalla de las videollamadas realizadas a la muestra
Grupo etario de 18 a 24**

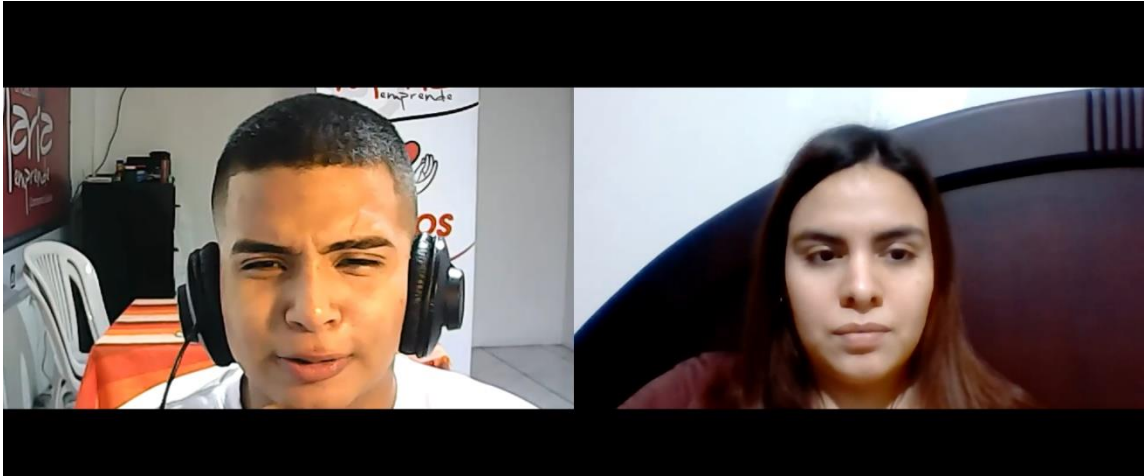
Usuario: Alisson Estupiñán Macías



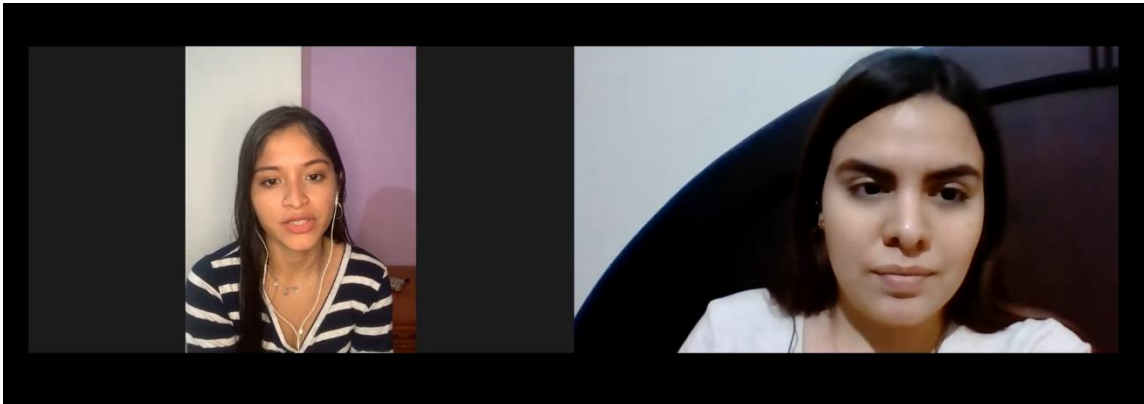
Usuario: Matheus Mendoza



Usuario: Ernesto Oramas

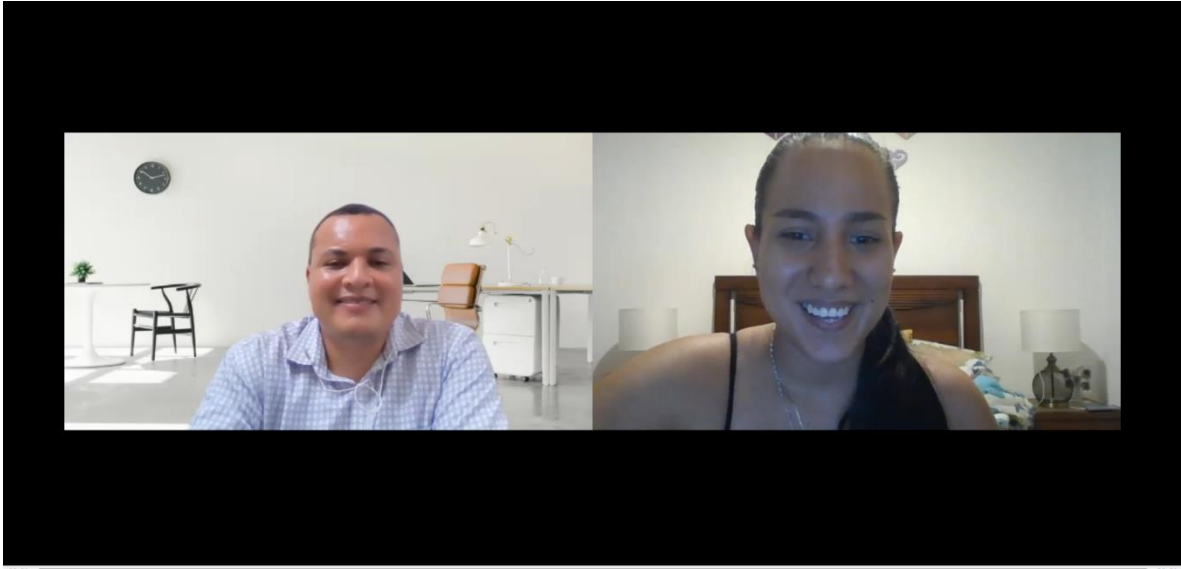


Usuario: Erika Mera

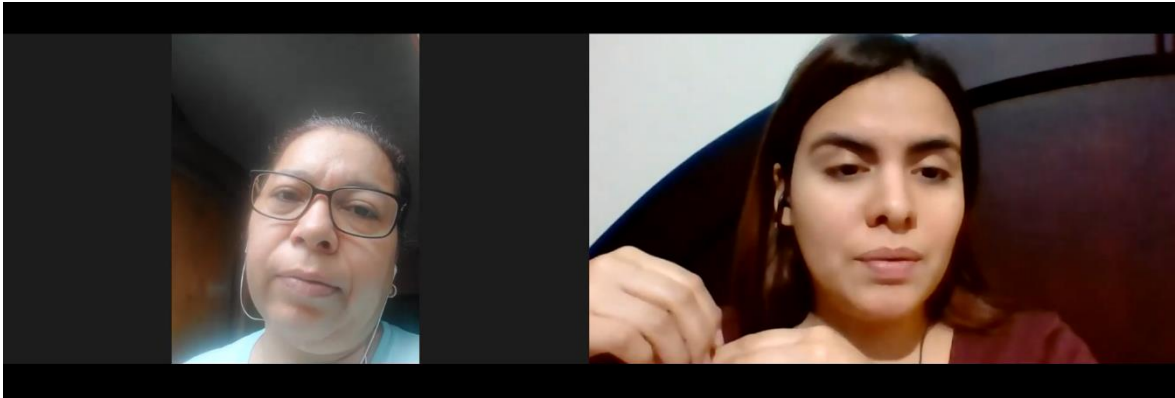


Grupo etario de 45 a 54

Usuario: Xavier Quiñónez Ku



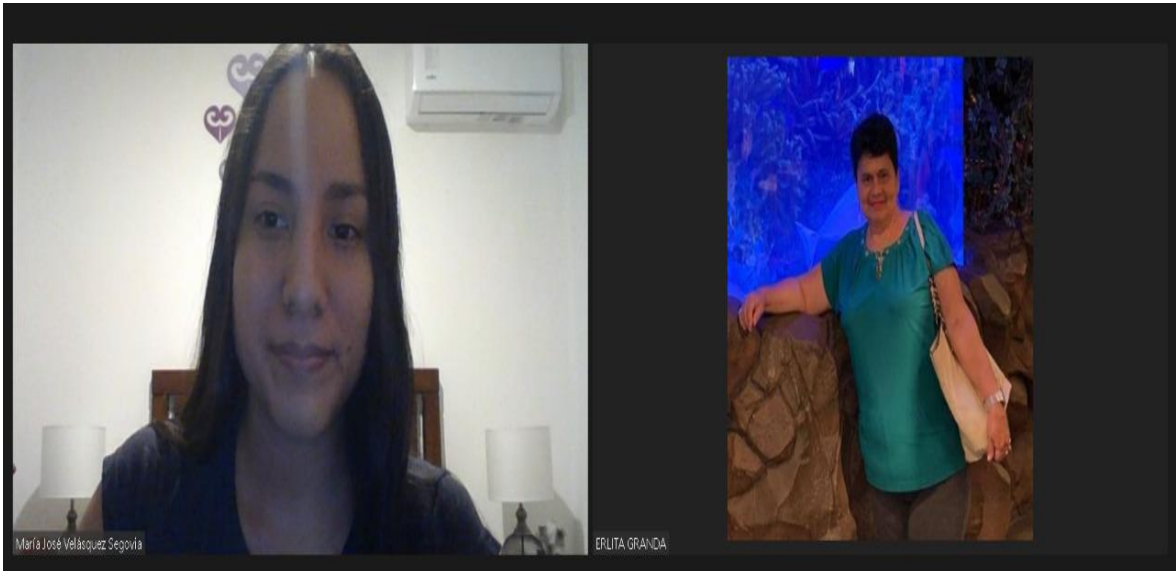
Usuario: Susanita Trujillo



Usuario: David Granados Cuero



Usuario: Erlita Granda





Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

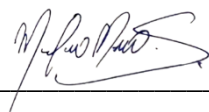
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

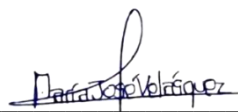
Nosotras, **Bravo Sánchez, Melany Andrea** con C.C: # **0929631828** y **Velásquez Segovia, María José** con C.C: # **0850232463** autoras del trabajo de titulación: **Análisis del nivel de alfabetismo digital como factor determinante en la propagación de contenido falso a través de Facebook en las campañas electorales del 2021**, previo a la obtención del título de **Licenciadas en Comunicación Social** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1. Declaramos tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar en la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos del autor.
2. Autorizamos a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del 2021

AUTORAS

f. 
Bravo Sánchez, Melany Andrea

f. 
Velásquez Segovia, María José



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Análisis del nivel de alfabetismo digital como factor determinante en la propagación de contenido falso a través de Facebook en las campañas electorales del 2021.		
AUTOR(ES)	Melany Andrea, Bravo Sánchez; María José, Velásquez Segovia		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Elsa María, Cortés Rada		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
CARRERA:	Comunicación Social		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciadas en Comunicación Social		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	15 de septiembre del 2021	No. DE PÁGINAS:	107 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	COMUNICACIÓN DIGITAL		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	DESINFORMACIÓN, <i>FAKE NEWS</i> , INFODEMIA, SOBRESATURACIÓN INFORMATIVA, REDES SOCIALES, POLÍTICA.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, las redes sociales se han convertido en un medio donde los internautas se informan y entretienen debido a la inmediatez y facilidad que existe para recibir una información determinada. Es por esto que, las <i>fake news</i> y todo tipo de desinformación ha podido ser divulgado mayormente por dichos canales digitales. De esta manera, en esta investigación se considera importante analizar si el nivel de alfabetismo digital, independientemente de los rangos etarios estudiados, es uno de los factores que promovió la difusión de contenido falso a través de Facebook en periodo de campañas electorales 2021. Además, a través del proyecto también se busca detectar las tendencias de compartición de bulos tras revisar los diferentes perfiles de los usuarios. Con todos estos elementos observados, se realizaron dos herramientas de investigación; análisis de contenido y observación directa, para descubrir el nivel de alfabetismo digital y los hábitos de compartición y creación de contenido existentes en la muestra. A partir de los resultados obtenidos, se otorga una serie de recomendaciones como la creación de una campaña comunicacional por medio de Facebook.</p>		
ADJUNTO PDF:	SÍ	SÍ	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: Bravo, Melany +593-981484807 Velásquez, María +593-962904040		E-mail: Bravo, Melany melany_bravos@hotmail.com Velásquez, María maajo_vel@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: León Molina, María Auxiliadora		
	Teléfono: +593-4-2209210		
	E-mail: maria.leon10@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
No. DE REGISTRO (en base a datos):			
No. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			