



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
EXTENSIÓN QUEVEDO

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

:

TEMA:

**FACEBOOK COMO PLATAFORMA DIGITAL Y SU INCIDENCIA
EN LA COMUNICACIÓN ERRÓNEA DE LOS HABITANTES DEL
CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2022.**

AUTOR:

KAISER RODRÍGUEZ ALFREDO JOEL

TUTOR:

LCDA. AURIA ARACELI MSC.

QUEVEDO-LOS RÍOS-ECUADOR

2022

DEDICATORIA

Este proyecto es dedicado a mis abuelos Edison Rodríguez Pinargote y Susana Ruíz Bautista, por cuanto me han inculcado valores y son ejemplo de perseverancia, a mis padres Patricia Rodríguez Ruíz y Jaime Kaiser Valencia por sus enseñanzas, valores inculcados y por las muchas muestras de amor, a la familia Llor Rivera que siempre ha sido un apoyo fundamental en mi vida, a la Lcda. Irma Gruezo por todo el apoyo brindado, a mis grandes amigos Nataly Pacheco, Elsia Bonilla, Giselda Tello, Lindaly Velásquez y Alexi Candelario quienes me han ayudado en el proceso de mi carrera, por todo lo antes expuesto les dedico este proyecto que me permitirá cumplir este gran sueño.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis Abuelos Edison Rodríguez Pinargote y Susana Ruíz Bautista por todo el apoyo durante todo mi periodo de estudios, por la lucha ardua y gratificante para poder lograr el objetivo antes planteado.

También agradeceré eternamente a mis padres Patricia Rodríguez Ruíz y Jaime Kaiser Valencia, por todo el esfuerzo que han realizado para poder ver este triunfo antes inalcanzable.

Como no agradecer a la familia Loo Rivera por su apoyo y hacerme parte como uno más de ellos, a la Lcda. Irma Gruezo por acogerme como un nieto más y verme así triunfar.

También eternamente agradecido con mis grandes amigos, Nataly Pacheco, Elsia Bonilla, Giselda Tello, Lindaly Velásquez y Alexi Candelario, por sus consejos, y ayuda recibida en todo momento.

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad analizar el uso de Facebook como plataforma digital para medir la incidencia en la comunicación errónea de los habitantes del cantón Quevedo, a lo largo de la historia el ser humano ha creado formas y medios de comunicarse, según lo cuenta la historia desde pictogramas, señales de humo etc., en la actualidad existen medios digitales que permiten comunicar en tiempo real cualquier tipo de suceso a nivel mundial, es por tal motivo que la mayoría de los seres humanos utiliza las plataformas digitales como medio de comunicación informativo, claro está que no todo lo que está en las plataformas digitales puede ser verdad, y la incidencia de noticias falsas en la internet es bastante alta, tanto así que Facebook es una de las plataformas más utilizadas para la publicación de este tipo de contenido, la forma errónea de manipular este tipo de contenido ha creado una controversia en donde pone a dudar si el contenido es real o falso, creando desinformación en la población quevedeña, quienes no tienen conocimiento de la veracidad o no de este tipo de publicaciones, por esta razón se pretende analizar las posibles causas en esta población que ha llevado a una comunicación errónea, pues a través de la observación de varias páginas de noticias y grupos que se encuentran en la red social Facebook, se ha identificado la duplicidad de páginas oficiales con noticias falsas circulando en la ciudad de Quevedo.

Palabras claves: Desinformación, Facebook, Incidencia en la comunicación.

SUMMARY

The purpose of this research is to analyze the use of Facebook as a digital platform to measure the incidence of erroneous communication of the inhabitants of the Quevedo canton, throughout history the human being has created forms and means of communication, according to the account of the history from pictograms, smoke signals etc., at present there are digital media that allow real-time communication of any type of event worldwide, it is for this reason that most human beings use digital platforms as a means of informative communication , Of course, not everything that is on digital platforms can be true, and the incidence of fake news on the internet is quite high, so much so that Facebook is one of the most used platforms for the publication of this type of content, the incorrect way of manipulating this type of content has created a controversy where it casts doubt on whether the content is real or false, creating disinformation in the population of Quevedo, who are not aware of the veracity or not of this type of publication, for this reason it is intended to analyze the possible causes in this population that has led to erroneous communication, because through the observation of several news pages and groups found on the social network Facebook, the duplicity of official pages with false news circulating in the city of Quevedo has been identified.

Keywords: Disinformation, Facebook, Incidence in communication

Contenido

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iii
SUMMARY	iv
INDICE DE FIGURAS	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	vi
INTRODUCCIÓN.....	1
DESARROLLO.....	3
Justificación.....	3
OBJETIVO	5
OBJETIVO ESPECÍFICOS	5
SUSTENTO TEÓRICO	5
REDES SOCIALES	5
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	6
Formas de comunicación.....	6
Comunicación Asertiva	7
Comunicación Errónea	7
FACEBOOK.....	8
Plataformas Digitales.....	9
Desinformación	10
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	11
Tipo de Investigación	11
Investigación descriptiva	11
Técnica de Observación.....	11
Población y Muestreo	11

Muestreo	11
Técnicas para la recopilación de datos	12
RESULTADOS OBTENIDOS.....	12
Según la observación.....	12
Según la encuesta.....	13
Situaciones detectadas	19
Caso #1 Comunicaciones de Préstamos en Quevedo	19
Análisis caso #1	20
Caso #2 Comunicación sobre ingresos desde casa.....	21
Análisis caso #2.....	22
Caso #3 Comunicación sobre noticias falsa	23
Análisis caso #3	23
Soluciones planteadas.....	24
Conclusiones.....	26
Bibliografía.....	27

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Estadísticas del uso de Facebook	9
Figura 2 Resultados Pregunta #1 de la encuesta.....	13
Figura 3 Resultados Pregunta #2 de la encuesta.....	14
Figura 4 Resultados Pregunta #3 de la encuesta.....	15
Figura 5 Resultados Pregunta #4 de la encuesta.....	16
Figura 6 Resultados Pregunta #5 de la encuesta.....	16
Figura 7 Resultados Pregunta #6 de la encuesta.....	17
Figura 8 Resultados Pregunta #7 de la encuesta.....	18
Figura 9 Comunicación de préstamos	19
Figura 10 Comunicación de préstamos utilizando la fachada de un banco.....	20
Figura 11 Comunicación para ingresos desde casa	21
Figura 12 Comunicación para ingresos desde casa	22
Figura 13 Noticia falsa	23

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	11
Tabla 2	13
Tabla 3	14
Tabla 4	14
Tabla 5	15
Tabla 6	16
Tabla 7	17
Tabla 8	18
Tabla 9	25

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son los más usados a nivel mundial para visualizar cualquier tipo de información, es considerado como un campo investigativo que aporta a la comunidad de manera significativa, ayuda al aporte económico, político, cultural, social y global de todos los países. Los medios de comunicación han ido evolucionando en distintos aspectos, recordemos que existían medios impreso, radiales y televisivos, y con la entrada del internet en el año 1982 estas formas de comunicación han venido cambiado, tanto así que hoy en día todos los medios de comunicación utilizan las redes sociales para compartir en tiempo real los sucesos de mayor relevancia a nivel mundial. En el año 2004 nació la red social Facebook, en principio su concepto era la conexión entre estudiantes de Harvard, pero obtuvo tanto éxito que su fundador Mark Zuckerberg extendió la plataforma a tal punto que hoy en día tiene más de 2.000 millones de usuarios que comparten información de toda índole.

En la actualidad existen muchas plataformas digitales que permiten informarse de todo lo que sucede en el mundo entero, y en cuestión de segundos conocer la realidad de lo que está sucediendo a través de las redes sociales. En Ecuador la mayoría de su población utiliza más de una red social para informarse, desde el año 2020 se ha podido evidenciar un crecimiento significativo en la red social de Facebook, especialmente en los contenidos de noticias que se publica y se comparte, la divulgación de este contenido en esta red social ha crecido de manera considerable, pero será que todo lo que se ve esta red social ¿es verdad?; existen varias interrogantes que se debería plantear el usuario antes de compartir contenido de índole informativo, ¿Quién lo compartió?, ¿el contenido es real?, ¿la fuente es segura?, ¿debería yo compartir esto?, ¿Cuáles son las consecuencias de compartir contenido no verificado?, ¿a quién perjudica o beneficia este contenido?, este tipo de preguntas ayudará a reconocer si la información que deseamos compartir es real o falsa.

Facebook al igual que otras plataformas digitales trabajan con bots sociales y algoritmos que permiten que en cuestiones de minutos se pueda viralizar cualquier tipo de contenido, existen creadores maliciosos que utilizan esta red social especialmente para compartir contenidos que generan morbo, acoso, odio y discordia,

creando un sistema de desinformación usado por terceros que tienen como misión desinformar y causar miedo en la ciudadanía.

En la ciudad de Quevedo la mayoría de personas utilizan las redes sociales para verificar noticias y publicar información que consideran que aporta a la comunidad. Incluso los medios televisivos utilizan las redes sociales para compartir su contenido, existen muchas páginas que utilizan los logos de los periódicos y canales televisivos más importantes del país en otras páginas similares para compartir noticias sin contexto, creando en la población desinformación y miedo por la información que circula, a menudo son noticias falsas pero los quevedeños no se dan cuenta enseguida y comparte este tipo de contenido creyendo que la información es real.

La falta de revisión en los contenidos que usualmente se visualiza y se comparte es un aporte a la desinformación, porque solo se comparte lo que se lee o se ve, pero no se indaga más allá, es decir si realmente es una fuente confiable o realmente está pasando localmente, en muchas ocasiones se sacan noticias de contexto y se editan de tal forma que pareciera que fuera real, pero no es la realidad.

DESARROLLO

La comunicación es una de las vías que permite comunicar cualquier tipo de noticia a una ciudad, país o el mundo, esto nace con la necesidad de impartir los sucesos al mundo ya sean políticos, de salud o cualquier interés que sea considerado como importante, en un mundo donde la globalización ha ayudado que sus avances tecnológicos mejoren en muchos aspectos, la comunicación juega un papel importante dentro de una comunidad antes solo se utilizaban el Tv, la radio y el periódico para informar a los ciudadanos hasta que llego el internet y evoluciono la forma de comunicar, hoy en día existen muchas plataformas digitales que permiten hacer esta misma función y su alcance es mucho más alto que los medios anteriores, estas plataformas permiten comunicar cualquier tipo de contenido y sus creadores no difieren en el tipo de información que se comparte, es decir que no hay censura en lo que se publica y se viraliza, esto conlleva que la comunicación errónea crezca localmente e internacionalmente causando que existan mayor desinformación en las plataformas digitales como Facebook, esta situación particular permite conocer las causas de la comunicación errónea de los habitantes del cantón Quevedo en el uso de la plataforma de Facebook.

El problema de este estudio nace con la necesidad de analizar las causas recordando que Facebook es el medio en donde las páginas web replican sus contenidos, es decir que las noticias no son creadas por los dueños de Facebook sino de terceras personas que utilizan esta plataforma para fomentar en una comunidad morbo, odio, acoso, hostigamiento y desinformación.

Justificación

Es importante que la ciudadanía utilice medios oficiales para compartir noticias de fuentes seguras, cabe mencionar que no todo lo que está en internet esta verificado o es real, la comunicación errónea en Facebook nace como resultado de la existencia de grupos maliciosos en el mundo que tienen sus páginas posicionadas y siempre comparten contenido de sucesos supuestamente de mucha relevancia, pero no es así, por tal motivo es trascendental conocer las fuentes de donde viene cualquier tipo de noticia que está en internet, es necesario esclarecer las causas de la difusión de contenidos erróneos en los quevedeños siendo este un grupo vulnerable para este tipo

de contenidos, pues en la plataforma se puede encontrar un sin número de noticias publicadas erróneamente en todo el sentido, desde su título, hasta su contexto, muchos de los quevedeños no leen las noticias solo se fijan en la cantidad de veces que ha sido compartido, y lo que hacen es apoyar directamente a la desinformación.

Vivimos en una era de total desinformación, y esto no quiere decir que antes no existía, la diferencia es que, ahora el mundo está sumergido en la internet y en las redes sociales, y la forma en la que se viraliza un contenido es diferente a unos 10 años atrás, pues existen bots sociales que ayudan a que este tipo de contenido perjudicial para el lector la repliegue rápidamente causando mucha desinformación y en la mayoría de los casos peleas entre la opinión de uno o varios usuarios que no están de acuerdo con lo que han publicado.

Existen muchos beneficios para los ciudadanos quevedeños si comparten noticias de canales oficiales, en primer lugar, se detendría la propagación de noticias falsa, en segundo lugar, se crearía concientización en los ciudadanos a la hora de compartir cualquier tipo de contenido, en tercer lugar, se reduce el riesgo de desinformación, en cuarto lugar, se detiene el crecimiento de información mal intencionada, finalmente la comunidad estaría emocionalmente más tranquila y sin miedo, discordia, zozobra, etc.

La concientización permite mejorar los aspectos negativos que se han creados por las notificaciones falsas creadas por ciertos usuarios que solo buscan distorsionar la verdad, este caso de estudio considera muy importante analizar si es trascendente y viable su ejecución dentro de la ciudad de Quevedo, a través de un análisis del comportamiento de una muestra de los quevedeños antes las noticias publicadas en Facebook., en base a las siguientes interrogantes que son muy necesarias esclarecer:

¿En qué afectaría este tipo de contenidos a la comunidad de los quevedeños?

¿De qué manera Facebook influye en la difusión de contenido?

¿Cómo se comunican contenidos violentos a través de Facebook?

¿Cuáles son los efectos de informarse de noticias en Facebook?

¿Cómo podría controlarse la divulgación de contenidos de Facebook en Quevedo?

Este caso de estudio para su análisis se escogerá como muestra las publicaciones con comunicación errónea que han puesto en zozobra a los ciudadanos de Quevedo.

OBJETIVO

Determinar las causas en la comunicación errónea de los habitantes del cantón Quevedo en el uso de Facebook como plataforma digital.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Enlistar las causas de las publicaciones erróneas.
- Analizar la incidencia de la comunicación errónea.
- Diseñar un plan de capacitación de concientización

SUSTENTO TEÓRICO

REDES SOCIALES

Según Del Prte at ell (2020, pp. 86–96) las redes sociales son: “dispositivos para la definición de la identidad ante los otros”.

Por otro lado, Murga (2021) afirma que: “Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes”.

Mientras que Matassi & Boczkowsk (2020) menciona que: “las redes sociales se están convirtiendo en caminos legitimados de fuentes y reportaje”.

En conclusión, las redes sociales son herramientas que se pueden utilizar para compartir cualquier tipo de contenido, incluso se han desarrollado nuevas funciones que pueden ser acopladas a las necesidades de cada uno de los miles de millones de usuarios que están sumergidas en ellas, las redes sociales más famosas en Ecuador son Facebook, Tiktok e Instagram.

La red social más utilizada para la divulgación de información errónea es Facebook y esto se debe a que tiene muchísimos usuarios que se encuentran

conectados en la plataforma, y la vulnerabilidad que esta aplicación tiene a la hora de viralizar contenidos es la que la hace más propensa en ser utilizada para fines bajos como la comunicación errónea de cualquier tema, en el 2020 tras la pandemia se evidencio que existía mucha información incoherente en Facebook y era compartida por millones de usuarios que estaban asustados por el virus de covid-19, ahora en pleno 2022 el tema que rodea las redes sociales de los quevedeños es la inseguridad, el crimen organizado y la extorción que sufren los ciudadanos, y un sin número de contenidos que se irán analizando más adelante.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Según el artículo publicado por Scielo el autor (Inzunza-Acedo1, 2017) hace referencia que “los medios de comunicación permiten llevar contenido a través de diferentes plataformas, estas pueden ser impresas, radiales, televisivas y actualmente digitales”.

Para Diaz (2017) “La transmisión y difusión mediática de un acontecer informativo puede ser cualquiera de sus soportes escritos o audiovisuales, analógicos o digitales”.

Por otro lado, Masip et ell (2020) hacen referencia que: “Los medios de comunicación son utilizados con dos propósitos, el primero para informar a su conveniencia y el segundo desinformar”.

Desde la antigüedad los medios de comunicación convencional son utilizados por la población, pero con el auge tecnológico ahora la mayoría de la población utiliza plataformas digitales para informarse en todos los ámbitos.

Formas de comunicación

Existen 2 formas de comunicar cualquier tipo de contenido en internet, según Mondragón (2018) “existen 2 formas importantes de comunicar, asertivamente o erróneamente, el fin de ambas es comunicar, el objetivo es totalmente diferente”.

Aunque existen muchas formas de comunicar, las más importantes son las mencionadas por Mondragón, es que si bien es cierto comunicar asertivamente puede mejorar la comunicación en cualquier comunidad, pues esta forma permite decir una

opinión de una forma coherente y las opiniones no salen de su contexto, todo lo contrario, mejoran incluso la opinión de cada una de las personas.

Comunicación Asertiva

Según Mondragón (2018) la comunicación asertiva “*consiste en la habilidad social de relacionarse, es decir es una forma de expresarse de manera consciente, a través de ideas, deseos, opiniones, sentimientos o derechos de forma congruente, clara, directa, equilibrada, honesta y respetuosa, sin la intención de herir o perjudicar erróneamente a ningún individuo*”.

Por otro lado, Yurivilca (2019) menciona que: “la conducta asertiva ayuda al flujo adecuado de la comunicación entre los grupos a comunicar; potenciando la creación de muchas soluciones a los posibles problemas”.

Mientras que, Herrera (s/f) relaciona al asertividad con “la capacidad de entender que todo lo que se comunica tiene una reacción en quien lo ve o lo escucha”.

Finalmente, para el Blog de The Education Club (s/f) “es una herramienta de comunicación que favorece la comunicación eficaz entre interlocutores”.

Después de analizar cada una de las opiniones de otros autores, se puede concluir que existe una conducta que permite comunicar de manera asertiva, con la finalidad que los interlocutores puedan intercambiar sus opiniones de una forma educada sin la necesidad de distorsionar la información,

Comunicación Errónea

Según la ONU (2020) “la comunicación errónea es una amenaza para el periodismo basado en los hechos que suceden después de su divulgación”.

Para Espinoza y Mazuelos (2020) “la comunicación errónea en las redes sociales puede tener efectos adversos en la información que se viraliza”.

Mientras que (Fernandez, 2020) “es la forma errada de comunicar cualquier tipo de noticias”.

La comunicación errónea va de la mano con la desinformación su objetivo es el mismo, crear miedos, descontrol, ansiedad y malos pensamientos, a través de algún medio de comunicación.

FACEBOOK

Según Jaramillo citado por Sánchez (2016; 2020) menciona que: “La red social mundial más reconocida es Facebook, pues con la creación de un espacio de conversación virtual y la capacidad para conectar a los usuarios con su círculo familiar y personal”.

Por otro lado, Rubín (2017) menciona que: “Es una plataforma de red social mediante la cual los usuarios pueden mantenerse en contacto continuo con un grupo de amistades e intercambiar con ellos cualquier tipo de contenido”.

Mientras que, Zeler (2019) menciona que Facebook “es considerada la más popular y con mayor penetración. Entre las oportunidades que ofrece Facebook a las organizaciones se encuentra la posibilidad de crear fan Pages donde puedan comunicar cualquier tipo de contenido”.

Finalmente, Facebook también es usado como un medio de comunicación según Orús (2019) “dentro de una encuesta realizada sobre el uso global de las redes sociales como vía de acceso a noticias en 2019 dio como resultado que más del 50% de la población de entre 25 y 34 años utilizan Facebook como medio para visualizar las noticias”.

Es importante conocer este tipo de información ya que se pone en evidencia la tendencia comunicativa que hay en la misma, si bien es cierto los medios de comunicación se han ido adaptando a cada una de los avances tecnológicos, ahora que están en el auge de la comunicación es importante tomar en consideración las consecuencias de un mal uso de la red social.

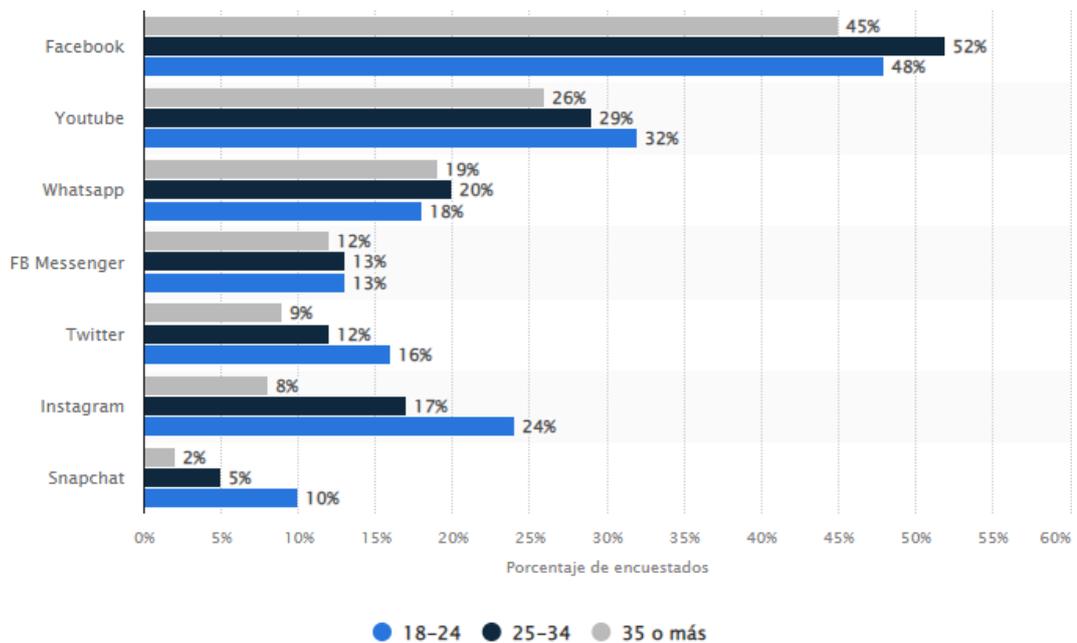


Figura 1 Estadísticas del uso de Facebook

Fuente: Statista

En conclusión, Facebook se ha convertido en una de las redes sociales con mayor tendencia en la compartición de contenido informativo y esto se debe al crecimiento que ha venido desarrollando y al imponerse como tendencia, todos los medios comunicativos se han adaptado a esta red social, ahora desde hace unos 4 años atrás se viene evidenciando que Facebook es generador de odio, discordia, riñas y peleas de usuarios por compartir su opinión, o por no estar de acuerdo con lo publicado, siendo una de las plataformas digitales más utilizadas para la comunicación errónea.

Plataformas Digitales

Según Pujalte et al (2018) “Las plataformas digitales como herramientas de comunicación son espacios que favorece la imposición de sentidos por parte de los actores dominantes, más allá de los tradicionales medios de comunicación”.

Para Trillos (2018) las plataformas digitales son; “medios o herramientas que permiten la comunicación y que en pueden maximizarse su rol en el proceso comunicativo”.

Según los autores antes mencionados las plataformas digitales son herramientas que permiten publicar contenido y este podría viralizarse según el contexto de la publicación, es decir que a través de ellas se puede compartir un sin número de noticias según sea el caso y el interés del lector se evidencia en los comentarios y comparticiones de este contenido.

Desinformación

Según Palomo y Sedano (2018) la desinformación “es uno de los principales problemas de la era digital”.

Para Orbegozo-Terradillos et ell (2020) la desinformación tiene como “objetivo de difundir un engaño o una desinformación deliberada para obtener un fin político o financiero”.

Mientras que para Alava (2021) la desinformación “sirve para difundir de forma más rápida y con mucho más alcance; las noticias falsas, rumores e información tergiversada o descontextualizada de un tema en específico”.

Finalmente, la desinformación no es algo nuevo, en realidad ha existido toda la vida, en sus primeros inicios las personas no podían definir si el contenido era o no real, pues estaba en los noticieros, revistas e incluso libros, pero ahora que la tecnología abarca todas las plataformas digitales, es más común encontrar información de dudosa procedencia, misma que se replica o se viraliza por desconocimiento de los lectores.

Existe mucha desinformación en redes sociales, de varios temas, desde políticos, religiosos, de salud etc., como consecuencia traen a la población miedo, zozobra y angustia, pues al no revisar las fuentes consideran que lo que han leído o visto es verdad, pero si ellos se asegurarán que la información es de un sitio verificado no tendría ninguna consecuencia negativa.

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Este proyecto investigativo tiene un diseño no experimental, debido a la observación de los hechos ocurridos en la ciudad de Quevedo tras la visualización de comunicaciones erróneas en la aplicación de Facebook.

Tipo de Investigación

Investigación descriptiva

Esta investigación se enmarca dentro de una investigación descriptiva, en donde se pretende contestar las incógnitas que se encuentran sumergidas alrededor de la comunicación errónea a través del uso de la plataforma digital Facebook.

Técnica de Observación

A través de esta técnica se observará la incidencia en la compartición de contenido que contiene noticias falsas y analizar las características de las páginas y sus contenidos.

Población y Muestreo

La población que se ha escogido es un recinto llamado laurel viven cerca de 50 familias, pero solo se tuvo la oportunidad de encuestar a 20 personas entre los 25 a 45 años.

Muestreo

Establecimiento de la muestra a ser analizada del recinto Los laureles de la ciudad de Quevedo:

Tabla 1

Muestra

COMPOSICIÓN	POBLACIÓN
Mujeres	12
Hombres	8
TOTAL	20

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel

Técnicas para la recopilación de datos

Observación

Esta técnica es universal, y permite analizar el comportamiento de la muestra a de manera directa, es empírica por que los datos que se recolectan fueron observados y a través de la misma se llegó a una conclusión con los aspectos más importantes de la investigación.

Encuesta

Es un instrumento que permite la recolección de datos al contestar una serie de preguntas.

RESULTADOS OBTENIDOS

Según la observación

¿En que afectaría este tipo de contenidos a la comunidad de los quevedeños?

En primera estancia los contenidos de comunicación errónea podrían causar miedo, angustia, esto puede variar según el tema que se divulgue, por ejemplo, en plena pandemia se divulgaron contenidos de que habían muertos en calles de la ciudad de Quevedo y las personas no salían de sus casas por temor a contagiarse e incluso morir por la impresión de lo ocurrido, este tipo de noticias salidas de contexto o del lugar de los hechos puede causar en una población miedo afectando de manera negativa a la comunidad.

¿De qué manera Facebook influye en la difusión de contenido?

Existen estudios que mencionan que el algoritmo de Facebook se repliega de manera rápida cuando los comentarios incitan al odio, al narcisismo y a las disputas, a mayor interacción mayor usabilidad de la aplicación.

¿Cómo se comunica contenidos violentos a través de Facebook?

La mayoría provienen de enlaces externos, es decir que existen páginas que comparten a través de Facebook las noticias falsas previamente elaboradas.

¿Cuáles son los efectos de informarse de noticias en Facebook?

Los efectos pueden ser positivos o negativos, dependerá del lugar en que se visualiza los contenidos.

¿Cómo podría controlarse la divulgación de contenidos erróneos en Facebook para los Quevedeños?

A través de campañas publicitarias con la finalidad de crear concienciación en los quevedeños a no compartir comunicación errónea.

Según la encuesta

1. ¿Cuál es la vía que utiliza para informarse sobre noticias?

Tabla 2

Pregunta # 1 de la encuesta.

FACEBOOK	PERIODICO	RADIO
9	5	6

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel



Figura 2 Resultados Pregunta #1 de la encuesta.

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel

Comentario

El 45% menciona que utiliza Facebook, mientras que el 30% utiliza la radio y el 25% utiliza el periódico como medio para informarse acerca de las noticias, esto quiere decir que la mayoría tiene un perfil en esta red social y por ende visualiza contenido en esta aplicación.

2. ¿Qué tipos de medios utiliza para comunicarse?

Tabla 3

Pregunta # 2 de la encuesta.

Facebook	WhatsApp	MSJ
10	7	3

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel

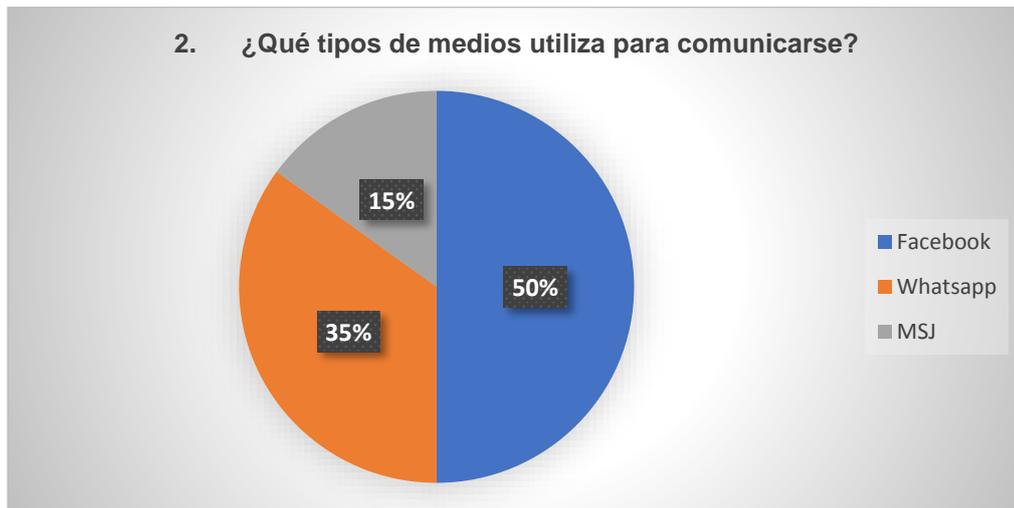


Figura 3 Resultados Pregunta #2 de la encuesta.

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel

Comentario

Se obtuvo que el 50% de los encuestados utilizan a Facebook, mientras que el 35% utiliza WhatsApp y el 15% mensajes de textos como medios para comunicarse entre su comunidad.

3. ¿Ud. Revisa las fuentes ante de compartir alguna noticia en Facebook?

Tabla 4

Pregunta # 3 de la encuesta.

SI	NO
5	15

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel

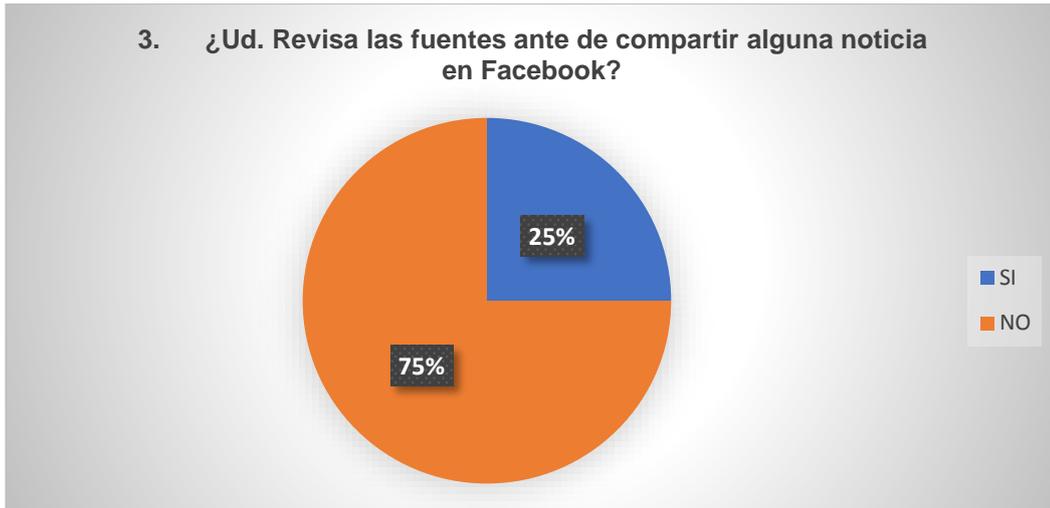


Figura 4 Resultados Pregunta #3 de la encuesta.

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel

Comentario

El resultado obtenido es que el 75% de los encuestados no revisa las fuentes de información, mientras que el 25% si revisa de donde proviene la noticia antes de compartirla.

4. ¿Alguna vez ha sido víctima de comunicaciones erróneas?

Tabla 5

Pregunta # 4 de la encuesta.

SI	NO
18	2

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel

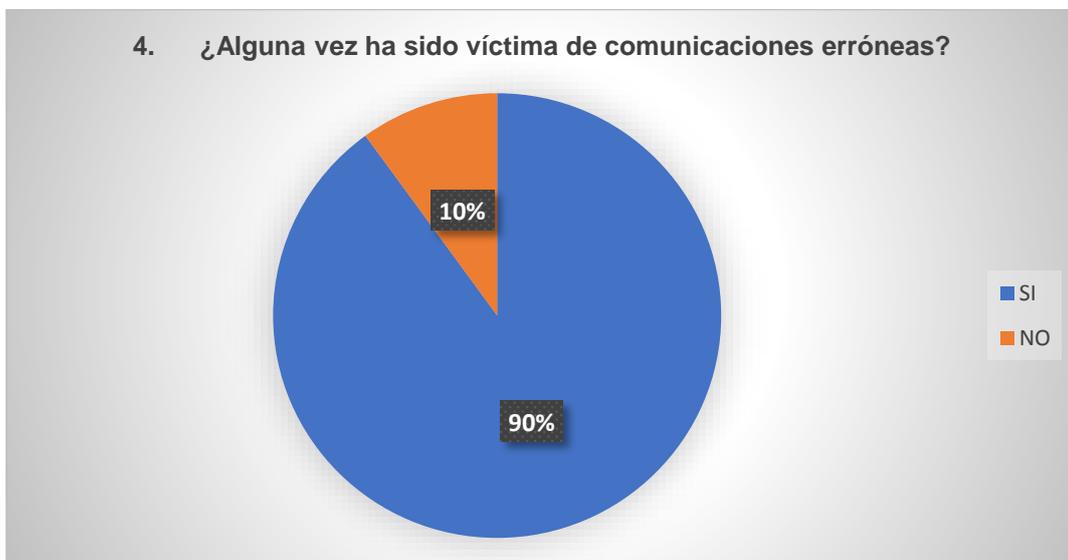


Figura 5 Resultados Pregunta #4 de la encuesta.

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel

Comentario

Dentro de las encuestas realizadas se obtuvo que el 90% de los encuestados ha sido víctima de comunicaciones erróneas, tan solo el 10% no ha sido víctima de este tipo de comunicaciones y esto se debe a la precaución que han tenido al revisar las fuentes antes de creer y compartir este tipo de contenidos.

5. ¿Reconoce Ud. cuando la comunicación es falsa?

Tabla 6

Pregunta # 5 de la encuesta.

SI	NO
3	17

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel

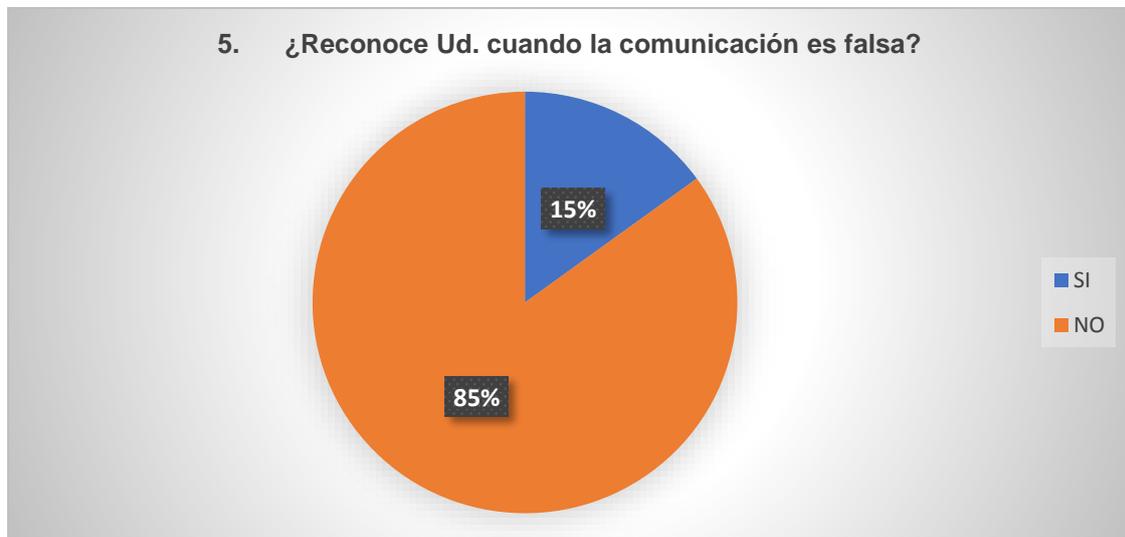


Figura 6 Resultados Pregunta #5 de la encuesta.

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel

Comentario

Como resultado se obtuvo que solo el 15% de los quevedeños pueden reconocer las comunicaciones erróneas, mientras que, el 85% de los quevedeños no pueden reconocer cuando las noticias tienen contenidos erróneos.

6. ¿Ha tomado precaución en cuanto a las páginas de donde Ud. Comparte información?

Tabla 7

Pregunta # 6 de la encuesta.

SI	NO
2	18

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel



Figura 7 Resultados Pregunta #6 de la encuesta.

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel

Comentario

Los resultados obtenidos arrojaron que del 100% de los encuestados el 90% de los quevedeños no ha tomado precaución de las páginas que utiliza para compartir

información, tan solo el 10% toma precauciones de las páginas que usualmente utiliza para compartir información.

7. ¿Se ha sentido intimado con la información que Ud. Visualiza en Facebook?

Tabla 8

Pregunta # 7 de la encuesta.

SI	NO
15	5

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel



Figura 8 Resultados Pregunta #7 de la encuesta.

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel

Comentario

Dentro de los resultados obtenidos el 75% manifiesta que en algún momento se ha sentido intimidado por el tipo de contenido que encuentran en Facebook, ya que a menudo encuentran tantas noticias que no saben que creer de lo que ven, mientras que el 25% de los encuestados no se han sentido intimidados por el contenido que hay en Facebook.

Facebook se ha convertido en un gestor de contenidos falsos, debido al mal uso de la plataforma, dando como resultado la divulgación de contenidos con comunicación errónea en la ciudad de Quevedo.

A partir de esta realidad es muy común encontrar en la plataforma digital Facebook anuncios de trabajos, de préstamos y noticias de toda índole.

Situaciones detectadas

Caso #1 Comunicaciones de Préstamos en Quevedo

Comunicación errónea utilizando nombres falso o imágenes de instituciones financieras conocidas:



Figura 9 Comunicación de préstamos

Fuente: Facebook



Figura 10 Comunicación de préstamos utilizando la fachada de un banco

Fuente: Facebook

Análisis caso #1

Ambas publicaciones son encontradas a través de Facebook en el apartado de búsqueda, en la figura # 2 y 3 encontramos una similitud en estas dos publicaciones, en la primera hace mención a que cumplen con los préstamos y para más información hay que dar clic para iniciar un chat en otra plataforma de mensajería e inclusive se muestra una imagen con una transacción efectuada con éxito y en la parte de comentarios existe uno que hace referencia al fiel cumplimiento, en la figura # 3 se puede apreciar la imagen de una institución bancaria que tiene muchos años aparentemente el anuncio es normal, pero el texto que está debajo de la imagen para ser más exacto sus tres primeras palabras llaman la atención, en primer lugar el banco no promociona sus créditos a través de páginas externas, el banco promocionaría sus créditos a través de sus fuentes oficiales, lo más sorprendente es que aún existen personas que se aprovechan de las necesidades de otras personas para estafarlas a través, aunque parezca insólito este tipo de publicaciones existen personas que aún creen en este tipo de comunicaciones, que a simple vista se puede llegar a la conclusión de que el contenido es falso, existen muchos quevedeños que han caído en este tipo de estafa, por no poner atención almas mínimo detalle de este tipo de comunicaciones.

Caso #2 Comunicación sobre ingresos desde casa



Figura 11 Comunicación para ingresos desde casa

Fuente: Facebook



Figura 12 Comunicación para ingresos desde casa

Fuente: Facebook

Análisis caso #2

Ambas figuras 4 y 5 hacen referencia a la posibilidad de generar ingresos desde la comodidad de su casa, solamente utilizando 2 a 3 horas diarias, a través de aplicaciones que prometen generar muchos ingresos, y en épocas de crisis a quien no le gustaría invertir, después de solicitar información te piden que participes en una reunión en la plataforma zoom donde te dan una inducción, pero en vez de dar las pautas de cómo se genera dinero te mencionan los pasos a seguir, primero comprar una membresía con la cual podrás generar semanalmente 1000 dólares la cual tiene el costo de 840 y luego de eso deberás invitar a otras personas para que realicen la misma compra, prometen ganar en trading, en criptomonedas entre otras opciones, la realidad de esta estafa piramidal es que ganan los que ya están en cargo altos porque ellos se encargan de influenciar a los nuevos de buscar más personas para que sigan

comprando la membresía, ahora existe una comisión por el uso de la aplicación de 185, la cual te dicen que la pagarías cuando ingresas a más personas. En realidad, este tipo de comunicaciones se las puede encontrar en Facebook tan solo con busca como ganar dinero en internet, lamentablemente muchas personas caen en esta situación y prestan dinero para poder ingresar a esta empresa que supuestamente está radicada en EEUU.

Caso #3 Comunicación sobre noticias falsa



Figura 13 Noticia falsa

Fuente: Facebook

Análisis caso #3

La divulgación de este tipo de comunicaciones también es de todos los días, este tipo de publicación hace referencia al aforo que actualmente existe en Quevedo por temas de pandemia, la foto al parecer es antes de la pandemia pero su titular hace referencia de que esto está pasando en este momento, llama mucho la atención el nombre de la página que lo compartió, si tomamos el tiempo de examinar cada detalle podemos darnos cuenta que esta noticia es falsa, pero si por la emoción la compartimos creyendo

que es verdad aportaremos a la desinformación creando comentarios y discusiones fuera de lugar.

Soluciones planteadas

Para solucionar el problema de comunicación errónea en Facebook se deberán abordar este problema desde sus bases, la creación de fan page y páginas web para la compartición de este tipo de contenidos no tiene dificultad, basta con iniciar sesión en Facebook y crear una page para luego compartir cualquier tipo de información, como se mencionó en el inicio Facebook es una plataforma utilizada por personas con fines de desinformación a menudo lo hacen basándose en las necesidades de las personas.

- La ley debería sancionar a las personas que se dedican a la publicación de contenido engañoso.
- El municipio de Quevedo deberá crear campañas de concientización con la finalidad de evitar contenidos fraudulentos.
- Los quevedeños deben revisar cada detalle antes de compartir cualquier tipo de información en las redes sociales.
- EL gobierno debería invertir en personal calificado para investigar de donde nacen estos contenidos erróneos
- Si la página tiene un nombre extraño se debería dudar del contenido.
- Si la página web tiene un dominio como whois.icann.org o who.is habría que verificar cuando se creó el post.
- Leer toda la noticia, el título podría ser un engaño.
- Los periodistas deberían de compartir tics para que los ciudadanos los tomen en cuenta y puedan evitar más circulación de contenidos erróneos.

La comunicación errónea nace cuando compartimos un enunciado solo porque se consideró las veces que fue compartido, la cantidad de comentario o la interacción que los usuarios tuvieron, esto no garantiza que la comunicación no este errónea, es importante recordar que muchas de estas páginas solo tienen la finalidad de engañar, crear miedo y zozobras a la comunidad, por tal motivo se sugirieron las posibles soluciones al presente caso de estudio.

Tabla 9

Plan de Capacitación

ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE	OBSERVACIÓN
Visitar las casas comunas y dialogar con el presidente	1 semana	Coordinador de las capacitaciones	
Elaboración del material a utilizar en las capacitaciones	2 semanas	Capacitador	
Desarrollo de las capacitaciones en las casas comunas	3 semanas	Capacitador	
Cierre de capacitaciones	1 día	Coordinador de las capacitaciones	

Elaborado por: Kaiser Rodríguez Alfredo Joel

Conclusiones

La comunicación errónea no es un tema nuevo, lo único que cambia es el medio de cómo se difunden este tipo de contenidos, muchas veces se comparte información en Facebook, solo porque algún familiar, amigo o vecino lo compartió, cada usuario de Facebook debe de sentirse comprometido en evitar compartir comunicaciones erróneas, sin importar el tipo de contenido que esta difunda, pues muchas veces somos parte del problema y no de la solución.

En conclusión, la falta de compromiso ciudadano hace que muchos de ellos en su afán de informar compartan contenidos en Facebook que están errados y causan controversia en la plataforma digital, es necesaria la pronta educación a los ciudadanos sobre este tipo de contenidos y de cómo evitar la divulgación de comunicaciones erróneas o fuera de contextos. Después de la aparición del Covid-19 el crecimiento de este tipo de páginas hay ido creciendo de manera significativa por lo que los ciudadanos deberían sentirse comprometidos en no compartir contenidos de sitios web no verificado y que no son oficiales.

Bibliografía

- The Education Club. (s/f). *Técnicas de comunicación asertiva*. Obtenido de <https://www.divulgaciondinamica.es/blog/tecnicas-comunicacion-asertiva/>
- Alava Carriel, A. J. (2021). *La desinformación en redes sociales y sus repercusiones frente a la pandemia por covid 19 en la Parroquia San Carlos cantón Quevedo*. Obtenido de (Tesis): <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/11026>
- Del Prete, A., & Redon Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*. 19(1), 86-96.
- Espinoza, E., & Mazuelos, C. (2020). Desinformación sobre temas de salud en las redes sociales. *Scielo*, 31(2). Obtenido de Desinformación sobre temas de salud en las redes sociales: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-21132020000200002
- Fernandez, J. (2020). La desinformación en las redes sociales y su influencia en los jóvenes del siglo XXI. (PDF). Machala, Ecuador. Obtenido de <https://investigacion.utmachala.edu.ec/proceedings/index.php/utmach/article/download/437/377/789>
- Herrera, P. (s/f). Obtenido de Universidad Sabana: <https://www.unisabana.edu.co/nosotros/subsitios-especiales/comunicacion-asertiva-en-el-entorno-digital/>
- Inzunza-Acedo1, B. (2017). Los medios de comunicación como fuente de información en la construcción de representaciones sociales de la delincuencia. *Universidad de Monterrey*. doi: <http://orcid.org/0000-0002-2168-9914>
- Jaramillo, C. (2016). *DERECHO A LA INTIMIDAD EN LAS REDES SOCIALES DE INTERNET*. Obtenido de (tesis de licenciatura): <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49631/1/An%c3%a1lisis%20de%20la%20viralizaci%c3%b3n%20de%20los%20contenidos%20violentos%20en%20Fac%20ebook%20y%20su%20incidencia%20en%20la%20producci%c3%b3n%20period%20c3%adstica%20de%20los%20medios%20digitales%2020>

- Masip, P., Suau, J., & Ruiz-Caballero, C. (2020). Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: ideología y polarización en el sistema mediático español. *Profesional de la información*, 29(5). Obtenido de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/85853>
- Matassi, M., & Boczkowsk, P. (2020). Redes sociales en Iberoamérica. *El profesional de la información*, 29(1).
- Mondragón, A. (11 de 2018). *Análisis de la comunicación asertiva a través de las redes sociales*. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/31698/ammondragons.pdf?squence=1&isAllowed=y>
- Murga, C. R. (2021). Redes sociales: Inteligencia artificial en el derecho al honor desde una perspectiva peruana. En C. R. Murna. Perú: Lucerna Iuris et Investigatio.
- ONU. (14 de 04 de 2020). *Noticias ONU*. Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2020/04/1472922>
- Orbegozo-Terradillos, J., Morales-i-Gras, J., & Larrondo-Ureta, A. (2020). Desinformación en redes sociales: ¿compartimentos estancos o espacios dialécticos? *Revista Mediterránea de la comunicación*.
- Orús, A. (19 de 06 de 2019). *Statista*. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/601285/uso-global-de-las-redes-sociales-para-acceder-a-noticias/>
- Palomo, B., & Sedano, J. (2018). WhatsApp como herramienta de verificación de fake news. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1384-1397. doi: <https://dx.doi.org/10.4185/RLCS2018-1312>
- Pujalte, L., Valcarcel, A., & Esparcia, A. (2018). Acciones y estrategias de comunicación en plataformas digitales. *El caso Cifuentes. Prisma Social: revista de investigación social*, 247-270.
- Rubín, R. (20 de 07 de 2017). *como funciona facebook*. Obtenido de <https://www.ciudadano2cero.com/facebook-que-es-como-funciona>

- Sánchez, C. (2020). *Análisis de la viralización de los contenidos violentos en Facebook y su incidencia en la*. Obtenido de producción periodística de los medios digitales 2019”: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49631/1/An%c3%a1lisis%20de%20la%20viralizaci%c3%b3n%20de%20los%20contenidos%20violentos%20en%20Fac%20book%20y%20su%20incidencia%20en%20la%20producci%c3%b3n%20period%20c3%adstica%20de%20los%20medios%20digitales%2020>
- Trillos Pacheco, J., & Soto Molina, J. (2018). El poder de los medios masivos tradicionales y las plataformas digitales en el activismo político. *Encuentros*, 16(2), 62-78. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-58582018000200062
- Yelo Diaz, S. (2017). Los medios de comunicación masiva: una lengua nueva. *Universidad Complutense de Madrid*, 22, 247-258. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/935/93552794017.pdf>
- Yurivilca, F. (2019). *HÁBITO A LAS REDES SOCIALES Y ASERTIVIDAD*. Obtenido de https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/5619/T010_42102163_T.pdf?sequence=1
- Zeler Pighin, I. L. (2019). *FACEBOOK COMO INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN EN LAS EMPRESAS DE AMÉRICA LATINA* . Obtenido de (TESIS DOCTORAL): <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/462203/TESI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anexo

1. ¿Cuál es la vía que utiliza para informarse sobre noticias?

FACEBOOK	PERIODICO	RADIO
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. ¿Qué tipos de medios utiliza para comunicarse?

Facebook	WhatsApp	MSJ
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. ¿Ud. Revisa las fuentes ante de compartir alguna noticia en Facebook?

SI	NO
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ¿Alguna vez ha sido víctima de comunicaciones erróneas?

SI	NO
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ¿Reconoce Ud. cuando la comunicación es falsa?

SI	NO
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

6. ¿Ha tomado precaución en cuanto a las páginas de donde Ud. Comparte información?

SI	NO
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

7. ¿Se ha sentido intimado con la información que Ud. Visualiza en Facebook?

SI	NO
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>