



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN (REDISEÑADA)



**INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A
LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

TEMA

Manipulación informativa de los medios de comunicación digitales en el Ecuador y el
principio de responsabilidad ética

AUTORES:

Espin Meza Alexon Joel

Sánchez Salinas Juana Magdalena

DOCENTE TUTOR

Dra. Cumandá Fanny Campi Cevallos

BABAHOYO – ECUADOR

2025

DEDICATORIA

Dedico este logro, en primer lugar a Dios, fuente infinita de sabiduría y fortaleza, quien ha guiado cada uno de mis pasos y me ha dado la perseverancia para alcanzar mis metas. En cada desafío encontré su luz, y en cada logro, su bendición. A mi madre, ejemplo de amor incondicional y sacrificio, cuyo apoyo incansable ha sido el pilar sobre el que he construido este camino. Su esfuerzo y dedicación han sido la mayor inspiración para no rendirme y luchar por mis sueños. A mi hija, razón de mi entrega y motor de mi vida, porque cada logro es también suyo. Que este trabajo sea un recordatorio de que con esfuerzo y determinación todo es posible, y que siempre encontrará en mí un ejemplo de lucha y constancia.

Juana Magdalena Sánchez Salinas

Esta tesis la dedico con todo mi amor y cariño a Dios, que me dio la oportunidad de vivir y tener una familia maravillosa. Con mucho amor a mi pareja tu amor y apoyo han sido la base de nuestro hogar, esta tesis es un tributo a la colaboración, paciencia y comprensión que me has brindado a lo largo de este viaje académico. Gracias por ser un pilar de fortaleza y ejemplo de superación para estudiar una carrera y convertirme en un profesional. A mis padres por darme la vida, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor, A mis familiares, principalmente mis hermanos y sobrinos, gracias por todo el apoyo de aliento que me han brindado, los quiero mucho, por todo esto les agradezco de corazón que estén conmigo a mi lado. Mis docentes desde el pre hasta octavo semestre muchas gracias por todas las enseñanzas impartidas en cada clase, pude aprender y conocer muchas cosas que desconocía, sin duda me ayudaran mucho a lo largo de mi vida laboral, a mis compañeros los quiero muchos y este es el fruto del esfuerzo y dedicación contante. Gracias mil gracias, Universidad Técnica de Babahoyo, por haber abierto las puertas para ser mejores personas y buenos profesionales.

Alexon Joel Espin Meza

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más profundo agradecimiento a Dios, quien me ha dado la fuerza, paciencia y sabiduría para culminar esta etapa tan importante. Su presencia ha sido mi refugio en los momentos difíciles y mi guía en cada paso de este proceso. A mi madre, cuyo amor y apoyo incondicional me han impulsado a seguir adelante aun en los momentos más desafiantes. Gracias por cada palabra de aliento, por cada sacrificio y por creer en mí incluso cuando yo dudé. Este logro es tanto mío como suyo. A mi hija, mi mayor inspiración, porque en cada esfuerzo pensé en el futuro que deseo para ella. Su amor me ha dado la motivación necesaria para no rendirme y seguir adelante con determinación. Que este logro sea una prueba de que todo esfuerzo vale la pena y que con dedicación los sueños pueden hacerse realidad. A todas las personas que de una u otra manera contribuyeron con su apoyo, conocimiento y confianza en este camino académico, mi más sincero agradecimiento.

Juana Magdalena Sánchez Salinas

Quisiera comenzar agradeciendo a Dios, ya que fue mi guía incesante, otorgándome la sabiduría y fortaleza en cada paso de este camino, a mi tutora de tesis, la Dr. Cumandá, cuya experiencia, paciencia y apoyo constante fueron fundamentales para la realización de este trabajo. Su guía no solo me proporcionó claridad académica, sino también motivación en momentos de duda. Su confianza en mí me impulsó a seguir adelante y superar los desafíos. A mi pareja, le agradezco profundamente por su amor incondicional y su apoyo constante, su fe en mí ha sido el motor que me permitió completar este camino, a mis padres, hermanos y sobrinos por sus palabras de aliento, y a mis abuelos, por su presencia y cariño, gracias por ser nuestro pilar en los momentos difíciles. Sin ustedes, este logro no habría sido posible. A la Universidad Técnica de Babahoyo, gracias por brindarme la oportunidad de crecer académica y profesionalmente. Mi gratitud a cada docente que durante todos los semestres enriquecieron mi conocimiento académico, mil gracias ya que su apoyo y disposición fueron esenciales para la culminación de esta tesis. A mis amigos y compañeros, gracias por su compañía y apoyo en los momentos de estrés y alegría. Cada uno de ustedes contribuyó a que este proceso fuera más llevadero y significativo. Finalmente, agradezco a todos los colegas y colaboradores que participaron en esta investigación. Su ayuda en la recopilación de datos, revisión de mi trabajo y valiosos comentarios enriquecieron este proyecto de maneras que jamás imaginé.

Alexon Joel Espin Meza



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

CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Nosotros, **SÁNCHEZ SALINAS JUANA MAGDALENA**, con cédula de ciudadanía 1250180591 y **ESPIN MEZA ALEXON JOEL** con cédula de ciudadanía 1207726991, en calidad de autor de la Dimensión Práctica del del **Trabajo de Integración Curricular** De Grado, previo a la Obtención del Título de Licenciado (o) en Comunicación, declaramos que somos autores (as) del presente trabajo de integración curricular, el mismo que es original, auténtico y personal, con el problema:

**MANIPULACIÓN INFORMATIVA DE LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN DIGITALES EN EL ECUADOR Y EL PRINCIPIO DE
RESPONSABILIDAD ÉTICA**

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

**SÁNCHEZ SALINAS JUANA
MAGDALENA**
1250180591

ESPIN MEZA ALEXON JOEL
1207726991



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA COMUNICACIÓN MODALIDAD PRESENCIAL

CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO

En mi calidad de Tutora del documento probatorio dimensión de **TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR** de los estudiantes: **SÁNCHEZ SALINAS JUANA MAGDALENA** y de **ESPIN MEZA ALEXON JOEL**, con el tema: **MANIPULACIÓN INFORMATIVA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES EN EL ECUADOR Y EL PRINCIPIO DE RESPONSABILIDAD ÉTICA**. certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio COMPILATIO, obteniendo como porcentaje de similitud de **[0%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo con las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el trabajo final el porcentaje máximo permitido es el 20% de similitud, queda aprobado para su publicación.

The screenshot shows the analysis results for a document titled "Trabajo de integración Curricular_Tercera_Sanchez_y_Espin". The system, COMPILATIO, reports a similarity percentage of 0% for suspicious texts. It also indicates that no similarities were found between samples or sources, and no unrecognized languages were detected. The document metadata includes: Name: Trabajo de integración Curricular_Tercera_Etapa - copia (1).docx; Depositor: CAMPI CEVALLOS CUMANDA FANNY; Date of deposit: 6/2/2025; Number of words: 14,157; Number of characters: 97,844. A table below shows the detected main source with a 1% similarity.

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Proyecto de diseño de proyecto de investigación_G(2).docx Proyecto... El documento posee de 0 grupo	< 1%	[Bar chart showing similarity distribution]	Palabras idénticas: < 1% (0) palabras

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

DRA. CUMANDÁ FANNY CAMPI CEVALLOS
DOCENTE DE LA FCJSE

TABLA DE CONTENIDO

Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Índice de tablas.....	VII
Índice de figuras	VII
Índice de anexos	VIII
Resumen	IX
Abstract	X
1. Capítulo I.....	1
1.1. Introducción	1
1.1.1. Contextualización de la situación problemática.....	2
1.1.2. Planteamiento del problema	6
1.1.3. Justificación.....	8
1.1.4. Objetivos	9
1.1.5. Hipótesis.....	9
2. Capítulo II	10
2.1. Marco teórico	10
2.1.1. Antecedentes.....	10
2.1.2. Bases teóricas	12
2.1.3. Tipos de manipulación informativa.....	13
2.1.4. Fake News	15
3. Capítulo III	24
3.1. Metodología	24
3.1.1. Tipo y diseño de la investigación	24
3.1.2. Operacionalización de las variables	26
3.1.3. Población y muestra de investigación	27
3.1.4. Técnicas e instrumentos de medición.....	28
3.1.5. Aspectos éticos	30
4. Capítulo IV	32
4.1. Resultados	32
4.2. Discusión.....	43
5. Capítulo V	48

5.1. Conclusiones	48
5.2. Recomendaciones.....	49
Referencias	50
Anexos.....	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Tipos de manipulación informativa</i>	13
Tabla 2. <i>3.2. Operacionalización de las variables</i>	26
Tabla 3. <i>Percepción de la objetividad y veracidad en los medios digitales ecuatorianos</i>	32
Tabla 4. <i>Percepción sobre la manipulación informativa en los medios digitales ecuatorianos</i>	33
Tabla 5. <i>Impacto de la manipulación informativa en la formación de opinión pública</i>	34
Tabla 6. <i>Influencia de las redes sociales en la manipulación informativa</i>	35
Tabla 7. <i>Percepción sobre la transparencia de los medios digitales ecuatorianos</i>	36
Tabla 8. <i>Entrevista sobre manipulación y responsabilidad ética en los medios digitales</i>	37
Tabla 9. <i>Entrevista dirigida a expertos y representantes de medios</i>	40
Tabla 10. <i>Cumplimiento de estándares éticos en los medios digitales ecuatorianos</i>	68
Tabla 11. <i>Percepción sobre la diversidad de perspectivas en los medios digitales ecuatorianos</i> .	69
Tabla 12. <i>Percepción sobre la transparencia de los medios digitales ecuatorianos</i>	70
Tabla 13. <i>Confianza en la verificación de la información en los medios digitales ecuatorianos</i> ..	71
Tabla 14. <i>Uso de titulares sensacionalistas o engañosos en los medios digitales ecuatorianos</i> ...	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Percepción de la objetividad y veracidad en los medios digitales ecuatorianos</i>	32
Figura 2. <i>Percepción sobre la manipulación informativa en los medios digitales ecuatorianos</i> ...	33
Figura 3. <i>Impacto de la manipulación informativa en la formación de opinión pública</i>	34
Figura 4. <i>Influencia de las redes sociales en la manipulación informativa</i>	35
Figura 5. <i>Percepción sobre la transparencia de los medios digitales ecuatorianos</i>	36

Figura 6. <i>Cumplimiento de estándares éticos en los medios digitales ecuatorianos</i>	68
Figura 7. <i>Percepción sobre la diversidad de perspectivas en los medios digitales ecuatorianos</i> ..	69
Figura 8. <i>Percepción sobre la transparencia de los medios digitales ecuatorianos</i>	70
Figura 9. <i>Confianza en la verificación de la información en los medios digitales ecuatorianos</i> ..	71
Figura 10. <i>Uso de titulares sensacionalistas o engañosos en los medios digitales ecuatorianos</i> ..	72

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. <i>Tutorías</i>	54
Anexo 2. <i>Formato de Matriz de Consistencia</i>	55
Anexo 3 <i>Formato de Matriz de Operacionalización de Variables</i>	56
Anexo 4. <i>Aplicación de la encuesta usando Google Forms</i>	64
Anexo 5. <i>Entrevista con el Tecnólogo Enrique Armendáriz Cevallos</i>	65
Anexo 6. <i>Entrevista con el Dr. Orlando Alejandro Murillo Carbache</i>	66
Anexo 7. <i>Entrevista Msc. Arturo Yerovi Villalba</i>	67
Anexo 8. <i>Tabulación de encuestas</i>	68

RESUMEN

La investigación titulada "Manipulación informativa de los medios de comunicación digitales en el Ecuador y el principio de responsabilidad ética" aborda una problemática relevante dentro del ámbito comunicacional ecuatoriano. El planteamiento central radica en cómo las prácticas de manipulación informativa, caracterizadas por la difusión de información falsa, sesgada o sensacionalista, afectan la confianza del público y la credibilidad de los medios digitales. Este estudio justifica su relevancia debido a las profundas consecuencias sociales y democráticas de la manipulación informativa, proponiendo un análisis integral que permita comprender sus dimensiones y efectos, particularmente en las ciudades de Quito, Guayaquil y Babahoyo. El objetivo principal es analizar las prácticas de manipulación informativa en medios digitales ecuatorianos y su relación con el principio de responsabilidad ética en la comunicación. De manera específica, se busca identificar dichas prácticas, explorar su impacto en la credibilidad y evaluar sus implicaciones éticas. Metodológicamente, el enfoque mixto combina datos cualitativos y cuantitativos, permitiendo un entendimiento profundo y estadísticamente respaldado del fenómeno. La población está compuesta por consumidores de medios digitales en las ciudades mencionadas, utilizando técnicas como entrevistas a expertos y representantes de medios, así como encuestas aplicadas mediante Google Forms. Estas herramientas garantizan la obtención de datos relevantes sobre las percepciones y dinámicas que caracterizan la interacción entre medios y audiencias en entornos digitales.

Palabras claves

manipulación, informativa, digitales, responsabilidad, ética,

ABSTRACT

The research titled "Informative Manipulation in Digital Media in Ecuador and the Principle of Ethical Responsibility" addresses a significant issue within the Ecuadorian communication sphere. The central focus lies in how manipulative practices, characterized by the dissemination of false, biased, or sensationalist information, affect public trust and the credibility of digital media. This study emphasizes its relevance due to the profound social and democratic consequences of information manipulation, proposing a comprehensive analysis to understand its dimensions and effects, particularly in the cities of Quito, Guayaquil, and Babahoyo. The main objective is to analyze manipulative practices in Ecuadorian digital media and their relationship with the principle of ethical responsibility in communication. Specifically, it seeks to identify these practices, explore their impact on credibility, and evaluate their ethical implications. Methodologically, the mixed approach combines qualitative and quantitative data, enabling a deep and statistically supported understanding of the phenomenon. The population consists of digital media consumers in the mentioned cities, employing techniques such as interviews with experts and media representatives, as well as surveys conducted through Google Forms. These tools ensure the collection of relevant data on perceptions and dynamics characterizing the interaction between media and audiences in digital environments.

Keywords

manipulation, information, digital, responsibility, ethics

CAPÍTULO I

1.1. Introducción

La manipulación informativa en los medios digitales representa uno de los mayores desafíos en el ámbito comunicacional contemporáneo, especialmente en un entorno digital caracterizado por la inmediatez y la proliferación de contenidos. Este fenómeno, que incluye la difusión de información falsa, sesgada o diseñada para favorecer intereses particulares, afecta de manera significativa la confianza del público en los medios y, por ende, la estabilidad de las democracias. En Ecuador, el impacto de estas prácticas se evidencia en la creciente percepción de desconfianza hacia los medios digitales, que han ganado protagonismo como principales fuentes de información, pero que también enfrentan críticas sobre su falta de y ética.

En este contexto, el principio de responsabilidad ética en la comunicación surge como una respuesta a la necesidad de establecer estándares que garanticen la veracidad, la imparcialidad y el respeto por los derechos de las audiencias. La responsabilidad ética implica un compromiso activo por parte de los comunicadores y las instituciones mediáticas para actuar con integridad, promoviendo una información que sea objetiva y contribuya al desarrollo de una sociedad informada y crítica. Este tema adquiere especial relevancia en un país como Ecuador, donde los medios digitales son actores clave en la construcción de narrativas públicas y en la formación de la opinión ciudadana.

La investigación "Manipulación informativa de los medios de comunicación digitales en el Ecuador y el principio de responsabilidad ética" se centra en analizar cómo estas prácticas afectan las dinámicas sociales y democráticas, identificando los patrones de manipulación y explorando su impacto en la credibilidad de los medios. Este análisis integral permite establecer un vínculo entre los conceptos de manipulación informativa y responsabilidad ética, planteando una reflexión sobre la importancia de adoptar principios éticos sólidos para enfrentar los retos.

La metodología adoptada combina enfoques cualitativos y cuantitativos, lo que permite obtener una visión completa del fenómeno. Las entrevistas a expertos en comunicación y la aplicación de encuestas a consumidores de medios digitales en las ciudades de Quito, Guayaquil y Babahoyo proporcionan datos relevantes para comprender cómo estas dinámicas influyen en la percepción pública. Además, el diseño exploratorio y descriptivo del estudio facilita el análisis de las características y los efectos de la manipulación informativa, así como de las respuestas éticas que se pueden implementar para contrarrestarla.

Este proyecto busca aportar al debate académico sobre ética y comunicación y sensibilizar a los actores mediáticos sobre la necesidad de promover prácticas responsables en la producción y difusión de contenidos. En un entorno donde las audiencias enfrentan desafíos constantes para discernir entre información confiable y manipulada, esta investigación se posiciona como una herramienta valiosa para fomentar una comunicación más ética y comprometida con la verdad.

1.1.1. Contextualización de la situación problemática

1.1.1.1. Contexto internacional

La desinformación ha emergido como una amenaza global para la democracia, especialmente en un entorno digital dominado por las redes sociales y los algoritmos de contenido. En Argentina, las fake news o noticias falsas representan una narrativa manipuladora que busca influir en la percepción pública, polarizar opiniones y debilitar la confianza en las instituciones. Este fenómeno, alimentado por la viralización masiva y las burbujas de filtro, ha generado un ecosistema de información donde la veracidad queda relegada ante el sensacionalismo y la inmediatez (Tabja, 2021).

El impacto de las fake news afecta gravemente a la divulgación científica y tecnológica, debido a como la mercantilización de las ciencias ha dado lugar a las fake sciences, donde investigaciones con datos manipulados buscan obtener réditos económicos. Ejemplos

emblemáticos como el caso de la vacuna MMR y los estudios fraudulentos sobre medicamentos ilustran cómo la combinación de desinformación y falta de regulación puede poner en riesgo la salud pública y la confianza en la ciencia.

En España, la ética periodística y la alfabetización mediática emergen como elementos clave para contrarrestar el impacto de las *fake news*. Los periodistas tienen la responsabilidad de basarse en la evidencia y fomentar una ciudadanía crítica capaz de discernir entre información veraz y manipulada. Pero, en un ecosistema mediático global donde las redes sociales tienen un alcance sin precedentes, esto se vuelve cada vez más compleja, la cual debe estar orientada a la transparencia y la verificación rigurosa, es fundamental para reconstruir la confianza en los medios y proteger el derecho a una información (Rodrigo y Cerqueira, 2019).

En Perú, el fenómeno de la desinformación y las *fake news* ha alcanzado niveles preocupantes debido al crecimiento exponencial de las redes sociales y su uso como principal fuente de información para la población. Según Estrada et al. (2020), términos como *disinformation* y *misinformation* se han vuelto recurrentes en la discusión académica y social, destacando cómo la información falsa o manipulada afecta la calidad informativa y dificulta que los ciudadanos puedan discernir entre hechos reales y fabricados.

Esta situación se ha agudizado por la pandemia del COVID-19, que generó una "infodemia" global, caracterizada por un exceso de información falsa que alimenta el temor y la incertidumbre en la población. Por lo tanto, la ética de la información emerge como una respuesta necesaria frente a esta crisis. Según Estrada et al. (2020), es imprescindible promover una alfabetización informacional que permita a los ciudadanos identificar noticias falsas y fomentar un uso responsable de las tecnologías. El fortalecimiento de estos valores éticos puede contribuir a restablecer la confianza pública en la información y a reducir el impacto de la manipulación informativa.

1.1.1.2. Contexto nacional

En Ecuador, los medios de comunicación social han enfrentado históricamente desafíos relacionados con la credibilidad y la manipulación informativa. Según Andrade Tapia (2021), el país atraviesa una crisis comunicacional marcada por la intromisión de actores políticos y económicos en la agenda mediática, lo que ha debilitado el derecho ciudadano a una información veraz y libre de sesgos. Esta problemática, refleja cómo los medios han sido utilizados como herramientas para consolidar intereses de poder, afectando la confianza pública en la prensa tradicional y los medios digitales.

El crecimiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha facilitado el acceso a información, pero también ha intensificado la propagación de contenidos manipulados. En el caso de Loja, el Observatorio de Medios ha identificado que la censura y la parcialidad editorial son prácticas frecuentes, promovidas tanto por los dueños de los medios como por actores políticos (Andrade Tapia, 2021).

Frente a este panorama, la ética periodística se presenta como un elemento clave para fortalecer el vínculo entre medios y ciudadanía, destacando que la responsabilidad de los a fomentar una cultura crítica y participativa que permita a los ciudadanos discernir entre información confiable y manipulada, por lo que el fortalecimiento de la transparencia informativa y la formación de audiencias críticas son pasos esenciales para restaurar la credibilidad de los medios y promover una sociedad más democrática y justa.

Según Loachamín y Oña (2024), programas como *De Casa en Casa* de TC Televisión y *En Contacto* de Ecuavisa evidencian un deterioro en la calidad ética del periodismo debido a la presión por captar audiencias a través de contenidos sensacionalistas y poco fundamentados. Este fenómeno imprecisa la responsabilidad social que debería guiar la labor periodística, al priorizar intereses sobre el compromiso con la verdad y la calidad de los contenidos.

El manejo ético de la información se ha visto debilitado por la falta de aplicación rigurosa de códigos deontológicos en los medios ecuatorianos. Loachamín y Oña (2024) destacan que los periodistas y productores de contenidos, bajo la presión de entregar noticias de forma inmediata, recurren a fuentes cuestionables y enfoques que privilegian el entretenimiento sobre la información veraz. Esto refleja una tendencia preocupante en la que la narrativa periodística prioriza lo superficial y emocional, comprometiendo la confianza del público en los medios tradicionales y digitales.

Para contrarrestar este escenario, resulta imprescindible reforzar los principios éticos y deontológicos en el ejercicio del periodismo ecuatoriano, acompañados de un marco normativo que regule la calidad informativa, puede contribuir a elevar la profesionalización del sector. Además, fomentar una cultura de responsabilidad social entre periodistas y medios es clave para garantizar que el contenido difundido cumpla con los principios de objetividad, relevancia y veracidad, esenciales para la construcción de una sociedad informada y democrática.

1.1.1.3. Contexto local

En el contexto de Babahoyo, los medios de comunicación enfrentan desafíos similares a los observados en otras regiones del Ecuador, donde la influencia de intereses políticos y económicos puede comprometer la imparcialidad de la información. Según Cuji (2024), la falta de un enfoque inclusivo y equilibrado en la programación mediática, especialmente en zonas rurales y comunitarias, limita el acceso de las comunidades a contenidos que representen su identidad cultural y social.

En esta misma línea, un análisis de Rivera y Bravo (2020) destaca cómo la centralización de los medios de comunicación en Ecuador reduce la diversidad informativa, afectando a ciudades intermedias como Babahoyo. Las cadenas nacionales tienden a monopolizar las narrativas, dejando a las radios locales y comunitarias un papel secundario, lo

que afecta la pluralidad de voces y puntos de vista. En consecuencia, la manipulación informativa en estos entornos se traduce en contenidos sesgados y en la exclusión de sectores de la población, quienes ven sus necesidades y realidades marginadas del discurso mediático.

En Babahoyo, el papel de los medios locales es fundamental para contrarrestar la desinformación y fomentar un periodismo ético que refleje las dinámicas sociales y culturales de la región. Tal como subraya Cuji (2024), las radios comunitarias tienen el potencial de ser herramientas clave para promover la interculturalidad y la participación ciudadana, siempre que se fortalezcan sus capacidades de producción y se les brinde apoyo institucional. Este tipo de medios podría contribuir a construir una narrativa más inclusiva y responsable, reduciendo la incidencia de contenidos manipulados y fomentando el pensamiento crítico.

1.1.2. Planteamiento del problema

La manipulación informativa en los medios digitales representa un fenómeno de creciente preocupación en el ámbito comunicacional ecuatoriano, con implicaciones profundas tanto a nivel social como comercial, el cual se manifiesta mediante la difusión de información falsa, contenidos sesgados y estrategias diseñadas para manipular la percepción de la audiencia, generando una distorsión de la realidad. En un entorno donde los ciudadanos confían cada vez más en plataformas digitales como principales fuentes de información, estas prácticas afectan gravemente la credibilidad de los actores involucrados y deterioran los principios éticos que deberían regir la comunicación.

El auge de las redes sociales y otros medios digitales ha transformado la manera en que las personas consumen información, priorizando la inmediatez sobre la veracidad. Este escenario ha dado lugar a un ecosistema en el que las narrativas manipuladas se viralizan rápidamente, influenciadas por algoritmos que favorecen los contenidos emocionales y polarizadores. Las empresas que operan en este entorno se ven afectadas directamente, debido

a que la desinformación altera las percepciones de sus públicos objetivos y mina la confianza en sus mensajes y productos.

En Ecuador, este fenómeno se ha intensificado en eventos recientes, como las campañas electorales y los conflictos sociales, donde se ha utilizado la manipulación informativa como una herramienta para dividir a la población y generar desconfianza en las instituciones democráticas. La proliferación de troll centers y la manipulación algorítmica han permitido la amplificación de discursos que priorizan intereses particulares por encima del bienestar colectivo, afectando la percepción pública y a las dinámicas económicas y comerciales de empresas locales. En ciudades como Babahoyo, donde los medios digitales juegan un rol clave en la comunicación con la ciudadanía, estas prácticas tienen un impacto significativo en la cohesión social y en el tejido comercial.

Desde una perspectiva ética, la manipulación informativa en medios digitales plantea un reto significativo para las empresas que buscan construir relaciones transparentes y duraderas con sus audiencias. La falta de estándares claros y de una regulación efectiva en este ámbito ha permitido que ciertos actores aprovechen las lagunas normativas para influir en la percepción pública mediante estrategias cuestionables. Esto afecta tanto a los consumidores, que reciben información distorsionada, como a las empresas, que enfrentan dificultades para competir en un entorno donde la verdad está subordinada a intereses particulares.

Además, la manipulación informativa tiene implicaciones profundas en la percepción de la responsabilidad social, por lo que ausencia de soluciones estructurales frente a este problema evidencia la necesidad de un análisis profundo sobre las dinámicas de manipulación informativa y sus implicaciones éticas. La promoción de una ciudadanía informada y crítica se presenta como una prioridad para mitigar los efectos de estas prácticas y fortalecer la confianza en los medios de comunicación. Sin embargo, la persistencia de estas prácticas pone de

manifiesto la urgencia de repensar las estrategias regulatorias y comunicacionales, enfocándolas en la construcción de un ecosistema informativo más transparente y ético.

1.1.3. Justificación

La manipulación informativa en los medios digitales constituye un desafío significativo para el ejercicio ético de la comunicación en Ecuador, porque afecta de manera directa la formación de una opinión pública crítica e informada, un aspecto fundamental para el fortalecimiento de las sociedades democráticas. En el contexto ecuatoriano, medios reconocidos como El Telégrafo, El Comercio y El Universo han sido objeto de cuestionamientos sobre la posible existencia de prácticas de manipulación informativa que responden a intereses políticos o económicos, prácticas que comprometen la credibilidad de los medios, afectando la confianza de la información que reciben, limitando su capacidad para tomar decisiones fundamentadas y ejercer su derecho a una comunicación veraz.

La importancia de esta investigación radica en su capacidad para iluminar las dinámicas y mecanismos que sostienen las prácticas de manipulación informativa, abordándolas desde una perspectiva ética y comunicacional. Al analizar el impacto de estas prácticas en la percepción pública y en la credibilidad de los medios digitales, este estudio contribuirá al debate sobre cómo los principios de responsabilidad ética deben ser fortalecidos en un ecosistema mediático caracterizado por la inmediatez y la alta competencia, por lo que es esencial comprender las implicaciones de estas prácticas tanto para los medios como para la ciudadanía.

Esta investigación aporta beneficios tangibles para el campo de la comunicación y la sociedad en general, porque permitirá desarrollar el marco conceptual que facilite la comprensión de cómo la manipulación informativa erosiona los valores éticos en los medios digitales y afecta la relación entre los medios y sus audiencias. Desde esta perspectiva, esta investigación ofrece la base para futuros análisis que busquen fomentar prácticas comunicacionales responsables y alineadas con los principios de transparencia y veracidad.

Ignorar la necesidad de investigar esta problemática podría tener consecuencias graves para el desarrollo de la comunicación en el país, la ausencia de análisis crítico perpetuaría un modelo informativo que favorece la desinformación y la manipulación, provocando la desconfianza en los medios y debilitando los pilares de una sociedad democrática. Asimismo, la falta de investigaciones sobre este tema limitaría la posibilidad de proponer lineamientos éticos que orienten a los medios hacia un ejercicio comunicacional más transparente. En este sentido, el estudio se presenta como una contribución esencial para abordar uno de los retos más apremiantes en el ecosistema mediático ecuatoriano.

1.1.4. Objetivos

1.1.4.1. Objetivo general

Determinar las prácticas de manipulación informativa en los medios digitales ecuatorianos y su relación con el principio de responsabilidad ética en la comunicación.

1.1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar las principales prácticas de manipulación informativa en los medios de comunicación digitales seleccionados.
- Analizar cómo estas prácticas afectan la credibilidad y percepción pública de los medios.
- Evaluar las implicaciones éticas de las prácticas de manipulación informativa en el contexto ecuatoriano.

1.1.5. Hipótesis

La manipulación informativa en los medios de comunicación digitales ecuatorianos afecta negativamente el principio de responsabilidad ética en el periodismo, disminuyendo la credibilidad de estos medios y alterando la percepción pública de la información

CAPÍTULO II

2.1. Marco teórico

2.1.1. Antecedentes

En la investigación de Silva et al. (2022) se analiza la calidad de la información en los medios digitales, destacando cómo factores como la abundancia de información en la red, la pérdida de credibilidad en los medios tradicionales y la ausencia de un modelo de negocio eficiente para el periodismo digital afectan gravemente la calidad informativa. Según los autores, la crisis económica y la presión por reducir costos han llevado a muchas empresas periodísticas a optar por un periodismo de bajo costo, basado en la replicación de contenidos sin la debida verificación. Este fenómeno disminuye el valor de la información periodística, y cuestiona la sostenibilidad del periodismo como negocio, afectando su capacidad para cumplir su rol social y democrático. El estudio resalta la importancia de mantener estándares de calidad, como la exactitud, relevancia y confiabilidad del contenido, para fortalecer el periodismo digital en un entorno donde el público se muestra poco exigente y reacio a pagar por contenidos informativos. Esta investigación ofrece un marco teórico significativo para comprender las implicaciones de la manipulación informativa y la ética en la comunicación digital.

Por otro lado, Jiménez y Nicolás-Sans (2023) analizan los desafíos éticos del periodismo digital frente al tradicional, destacando cómo la inmediatez y la viralidad en los medios digitales han comprometido la veracidad y la calidad informativa. En un contexto donde prima la rapidez sobre la precisión, los periodistas digitales enfrentan presiones constantes que muchas veces derivan en la publicación de noticias sin una adecuada verificación. Este fenómeno, agravado por la falta de conocimientos de los ciudadanos sobre códigos deontológicos, ha generado un declive en la credibilidad de los medios. Según el estudio, el 69% de la población expresa preocupación por la manipulación informativa, mientras que un 49% afirma haber identificado noticias falsas en Internet. Estos datos reflejan un entorno donde la interpretación subjetiva y la

falta de rigor ético contribuyen a la desconfianza generalizada hacia los medios nativos digitales, destacando la necesidad de fortalecer los principios éticos en el ejercicio periodístico para preservar la democracia y la libertad de información.

Asimismo, Tabja (2021) aborda la problemática de las fake news y su impacto en la democracia, analizando cómo estas construcciones narrativas buscan manipular y desinformar a través de redes sociales y medios de comunicación digitales. El autor resalta que las noticias falsas, junto con el fenómeno de la "fake science", se convierten en herramientas que afectan la credibilidad de los medios y ponen en riesgo la confianza pública en la ciencia y la toma de decisiones informadas. Asimismo, se destaca cómo las burbujas de filtro y los algoritmos amplifican estas dinámicas, creando un entorno de polarización y desinformación. Este análisis es particularmente relevante en el contexto de la comunicación digital, donde la ética y la verificación de la información se vuelven elementos clave para contrarrestar estas prácticas que amenazan la libertad de expresión y la cohesión social.

Del mismo modo, Suárez Montoya (2020) analiza la práctica del periodismo en Venezuela desde la perspectiva de la ética de la razón cordial, destacando la cooperación como un pilar fundamental para fortalecer la democracia y la justicia social. El autor examina dos ejemplos de periodismo colaborativo en contextos marcados por censura, crisis económica y una marcada conflictividad social, los cuales revelan cómo las plataformas digitales y las alianzas entre periodistas han emergido como alternativas frente a la hegemonía comunicacional. A través de casos como *Armando.info* y *El Pitazo*, se observa cómo la cooperación permite superar desafíos como la censura estatal y la falta de recursos, promoviendo investigaciones de alto impacto que visibilizan problemáticas de corrupción y violaciones a derechos humanos. Este enfoque ético resalta la necesidad de un periodismo comprometido con la verdad, la democracia y el respeto a la dignidad humana, elementos

esenciales para contrarrestar la manipulación informativa y fomentar la confianza en los medios digitales.

Del mismo modo, Relea (2024) analiza la desinformación en los medios de comunicación de masas, centrándose en el caso español, y destaca cómo la manipulación de la información representa una amenaza crítica para la confianza pública y el ejercicio democrático. Según la autora, en un entorno caracterizado por una sobreexposición a información continua, la dificultad de diferenciar entre datos verídicos y falsos ha llevado a un aumento del escepticismo en la sociedad. Este fenómeno impacta directamente en la credibilidad de las instituciones y los medios, erosionando la confianza del público en las democracias modernas. Además, la investigación resalta que, aunque la población española es cada vez más consciente del problema, la indiferencia frente a la desinformación agrava su efecto, haciendo urgente el desarrollo de estrategias educativas y éticas que promuevan una alfabetización mediática adecuada y valores que busquen la verdad en la información.

2.1.2. Bases teóricas

2.1.2.1. Manipulación Informativa

La manipulación informativa es un fenómeno complejo que emerge como una práctica intencional para influir y moldear la percepción pública mediante el control estratégico de la información. En el contexto de los medios digitales, esta práctica se intensifica debido a la velocidad y el alcance de la difusión de contenidos, donde factores como la desinformación, el sesgo informativo y la censura contribuyen a configurar narrativas que responden a intereses específicos.

De acuerdo con Merchant Ley (2017), la manipulación informativa puede entenderse como un proceso estructurado dentro de las dinámicas de poder entre los medios de comunicación y los grupos de influencia, donde las noticias son modificadas, reenfocadas o suprimidas para proteger intereses económicos, políticos o sociales. Este proceso abarca

estrategias como la autocensura, el tratamiento intencional del contenido y la omisión planificada, todas orientadas a controlar el impacto social de la información.

La manipulación informativa se conecta directamente con el tema de la ética en la comunicación, debido a que pone de manifiesto las tensiones entre el deber de informar con veracidad y los intereses particulares que buscan instrumentalizar la información. En el contexto ecuatoriano, donde los medios digitales desempeñan un papel crucial en la formación de la opinión pública, la manipulación informativa desafía la integridad de las plataformas y resalta la necesidad de promover prácticas comunicacionales transparentes y responsables.

2.1.3. Tipos de manipulación informativa

En este contexto, abordar las implicaciones de la manipulación informativa resulta esencial para comprender su impacto en la formación de la opinión pública y en el fortalecimiento o debilitamiento de los valores democráticos en la sociedad. A continuación, se muestra una tabla que resume los tipos de manipulación informativa:

Tabla 1.

Tipos de manipulación informativa

Tipo de Manipulación	Descripción	Cita
Distorsión de la información	Alteración intencional de datos o hechos para ajustarlos a una narrativa específica, modificando la percepción del receptor.	De conformidad con Merchant Ley (2017).
Omisión selectiva	Exclusión deliberada de datos relevantes para dirigir la interpretación del público hacia un objetivo preestablecido.	Según indica Martín Becerra (2021).
Clickbait	Uso de titulares sensacionalistas o engañosos diseñados para captar la atención, pero que no reflejan fielmente el contenido real del mensaje.	Basado en las afirmaciones de Méndez Páez (2021).

Tipo de Manipulación	Descripción	Cita
Fake News	Creación y difusión de noticias completamente falsas para manipular la opinión pública o influir en decisiones.	Refiriéndose a Wardle y Derakhshan (2017).
Framing (encuadre)	Presentación parcial de la información para resaltar ciertos aspectos y minimizar otros, condicionando cómo se interpreta un tema o evento.	Según lo señalado por Rodríguez-Hidalgo, Herrero y Aguaded-Gómez (2021).
Manipulación visual	Uso de imágenes, videos o gráficos alterados o fuera de contexto para influir emocionalmente en la audiencia y reforzar una narrativa específica.	Como menciona Pérez Fuentes (2004).
Desinformación algorítmica	Uso de algoritmos para amplificar narrativas específicas, priorizando contenidos sesgados o manipuladores en plataformas digitales.	A juicio de Gamboa Orozco y Álvarez Beltrán (2023).
Propaganda	Comunicación intencionalmente sesgada, diseñada para promover una agenda política, ideológica o social, independientemente de su veracidad.	Tal como expresa Navarrete Vega y Romero González (2021).
Manipulación por repetición	Reiteración constante de un mensaje falso o sesgado para normalizarlo o instalarlo como una verdad aceptada por la audiencia.	Conforme a Castaño Sánchez et al. (2020).

Nota. La tabla expone los diferentes tipos de manipulación de información, basada en diferentes autores.

2.1.3.1. Medios digitales

Los medios digitales son espacios de interacción y comunicación que han transformado la manera en que las personas producen, distribuyen y consumen información. Estos medios incluyen plataformas en línea como redes sociales, sitios web, blogs, foros y servicios de mensajería instantánea, donde la información fluye a gran velocidad y en formatos múltiples.

En un contexto cada vez más digitalizado, los medios digitales reconfiguran las dinámicas de participación social, democratizando la creación de contenidos, aunque también plantean desafíos relacionados con la ética, la desinformación y la manipulación informativa.

Conforme a García-Ruiz y Pérez-Escoda (2020), los medios digitales son espacios de comunicación interconectados que, gracias a la penetración tecnológica y el acceso a dispositivos móviles, permiten a los ciudadanos participar activamente tanto como consumidores como productores de contenidos en el ecosistema digital. Estos entornos plantean desafíos relacionados con la alfabetización mediática y la capacidad crítica de los usuarios, quienes deben aprender a navegar en un mundo digital dominado por la desinformación, la sobrecarga informativa y los intereses comerciales y políticos.

El análisis de los medios digitales en relación con la manipulación informativa revela la importancia de abordar este tema desde un enfoque ético y educativo. Estos entornos, aunque democratizan el acceso a la información, también facilitan la propagación de contenidos manipulados, lo que pone en riesgo la confianza pública y la credibilidad de las plataformas. En investigaciones relacionadas con Ecuador, donde el consumo de medios digitales es alto, resulta fundamental comprender cómo estas herramientas influyen en la percepción pública y en la formación de una ciudadanía crítica.

2.1.4. Fake News

Representan a un fenómeno que surge con la intención de distorsionar o falsificar la realidad mediante la difusión de información que aparenta ser verídica pero que carece de sustento en los hechos. Este concepto ha cobrado relevancia en el contexto digital, donde la velocidad de propagación de contenidos y la facilidad de replicación amplifican su impacto en la opinión pública. Aunque estas no son exclusivas de la era digital, las redes sociales y los algoritmos han intensificado su alcance, generando consecuencias significativas en esferas como la política, la economía y la percepción ciudadana sobre temas importantes.

Siguiendo la argumentación de Paladino et al. (2021), las fake news son definidas como aquellas noticias que, dentro de un torrente informativo, no cumplen con los requisitos mínimos de veracidad y contrastabilidad. Según el autor, se trata de contenidos que se presentan como hechos, pero que en realidad son interpretaciones, opiniones o manipulaciones diseñadas para desinformar deliberadamente o, en ocasiones, fruto de errores no intencionados.

La propagación de información falsa compromete la legitimidad de las decisiones informadas en democracias contemporáneas. En Ecuador, donde los medios digitales desempeñan un papel crucial en la formación de la opinión pública, combatir las fake news implica fortalecer la alfabetización mediática y promover estándares éticos que prioricen la transparencia y la verificación.

2.1.4.1. La desinformación en el ecosistema digital

La desinformación en el ecosistema digital constituye uno de los mayores desafíos contemporáneos en el ámbito comunicacional, especialmente en un contexto donde la tecnología ha revolucionado la producción y el consumo de información. Las plataformas digitales, con sus dinámicas de viralización y personalización de contenido, actúan como catalizadores de la desinformación, amplificando su alcance y efecto sobre las decisiones individuales y colectivas.

De acuerdo con Rodríguez, y Aguaded (2021), la desinformación en el ecosistema digital se define como la difusión de información manipulada con el objetivo de cambiar percepciones, influir en opiniones o desacreditar a individuos e instituciones, destacando que este fenómeno responde a estrategias deliberadas que explotan las dinámicas de las redes sociales y los hábitos de consumo digital.

El análisis de la desinformación dentro del ecosistema digital pone de relieve su impacto negativo en la sociedad, especialmente en contextos electorales y de crisis, donde la

manipulación de información puede alterar profundamente la percepción pública y las dinámicas democráticas. En el caso ecuatoriano, los efectos de la desinformación trascienden lo político, afectando también la cohesión social y la confianza en instituciones clave. Este fenómeno, al aprovechar las limitaciones en la alfabetización mediática de los usuarios, reforzando el compromiso de los medios con la verdad.

2.1.4.2. Causas de la manipulación informativa

La manipulación informativa se sustenta en múltiples causas que reflejan la complejidad del ecosistema digital y el papel que desempeñan los diversos actores involucrados en la producción y difusión de contenidos. Entre las principales razones destacan los intereses políticos y económicos, la competitividad de los medios por captar audiencias mediante estrategias emocionales, y la naturaleza de las plataformas digitales, que priorizan la viralidad sobre la veracidad.

De conformidad con Echeverría y Rodríguez (2023), las causas de la manipulación informativa en el entorno digital pueden comprenderse desde tres dimensiones principales: la influencia de grupos de interés que diseñan contenidos para favorecer sus narrativas; la arquitectura de las plataformas digitales, que permite o incentiva la propagación de información falsa; y la limitada alfabetización mediática de las audiencias, que dificulta la identificación de la veracidad de las noticias.

Estas causas ponen en evidencia la relación entre la manipulación informativa y la falta de ética en la comunicación, donde los medios digitales desempeñan un papel central en la configuración de la opinión pública. La combinación de intereses privados, dinámicas tecnológicas no reguladas y una baja capacidad crítica en las audiencias genera un entorno propicio para la manipulación.

2.1.4.3. Manipulación informativa y procesos democráticos

La manipulación informativa y su influencia en los procesos democráticos constituyen un fenómeno preocupante en el entorno digital contemporáneo, donde la propagación de información falsa o sesgada tiene un impacto significativo en la percepción pública y las decisiones colectivas. En los procesos electorales, esta manipulación puede alterar el curso de las votaciones mediante campañas de desinformación diseñadas para influir en los votantes.

Según Arjona et al. (2017), la manipulación informativa en los procesos democráticos se entiende como la diseminación intencionada de información falsa o engañosa para influir en las decisiones y percepciones públicas. Este fenómeno incluye estrategias como la creación de noticias falsas, la amplificación de contenido desinformativo mediante algoritmos en redes sociales y el uso de propaganda en plataformas digitales.

Este fenómeno en el contexto ecuatoriano resalta la necesidad de considerar la manipulación informativa como un desafío ético y estructural en los procesos democráticos. La creciente dependencia de los ciudadanos hacia los medios digitales para informarse expone a la población a narrativas distorsionadas que pueden influir de manera decisiva en elecciones, referendos y decisiones públicas clave. Solo mediante la promoción de una ética comunicacional robusta se podrá contrarrestar el impacto negativo de estas prácticas en la democracia moderna.

2.1.4.4. Responsabilidad Ética

La responsabilidad ética se erige como un pilar fundamental en las interacciones humanas, especialmente en el ámbito de la comunicación, donde las decisiones y acciones impactan de manera directa en la sociedad. Este concepto implica actuar de manera consciente y responsable, tomando en cuenta las consecuencias de las propias acciones sobre el entorno social, cultural y ambiental. En el contexto mediático, la responsabilidad ética adquiere una

relevancia especial, debido a que los comunicadores tienen el poder de influir en la percepción pública, lo que demanda un compromiso con la verdad, la integridad y la transparencia en sus contenidos y prácticas profesionales.

De acuerdo con Arrojo (2019), la responsabilidad ética en la comunicación implica el reconocimiento de que tanto los objetivos como los procesos y resultados de las acciones comunicativas tienen consecuencias para las personas, la sociedad y el entorno natural. Esta responsabilidad se enmarca en un contexto donde la actividad comunicativa es evaluada exigiendo la identificación y aplicación de valores éticos como la honradez, la fiabilidad y la justicia en cada etapa del proceso comunicativo.

El análisis de la responsabilidad ética en el ámbito comunicativo resalta su importancia como guía para contrarrestar los efectos de la manipulación informativa en el ecosistema digital. El compromiso ético de los medios contribuye a construir una sociedad más informada y crítica, capaz de enfrentar los desafíos de un entorno mediático cada vez más complejo y competitivo.

2.1.4.5. Principios de la responsabilidad ética en la comunicación

La responsabilidad ética en la comunicación se fundamenta en principios que garantizan la veracidad, la transparencia y el compromiso con la sociedad en la generación y difusión de información. Estos principios permiten que los profesionales de la comunicación ejerzan su labor con integridad, asegurando que sus contenidos no perjudiquen la convivencia social ni vulneren los derechos de las personas.

Según Padilla (2021), los principios generales de ética periodística y de comunicación audiovisual comprenden un conjunto de valores esenciales como la honradez, la imparcialidad, el respeto a la privacidad y la responsabilidad social. Estos principios guían la actuación profesional, estableciendo criterios para abordar informaciones sensibles, como noticias relacionadas con violencia, terrorismo o publicidad engañosa.

El análisis de los principios éticos en la comunicación resalta su papel como herramientas fundamentales para contrarrestar los efectos negativos de la manipulación informativa. Asimismo, la responsabilidad ética fortalece la confianza de las audiencias en los medios y refuerza el compromiso de los comunicadores con su rol como agentes de cambio en una sociedad democrática.

2.1.4.6. Ética periodística en medios digitales

La ética periodística en medios digitales se define como el conjunto de principios y valores que guían la conducta de los profesionales de la comunicación en un entorno digital caracterizado por la inmediatez, la viralidad y la competencia constante. La ética periodística se convierte en un marco esencial para salvaguardar la veracidad, la imparcialidad y el respeto a las audiencias, promoviendo prácticas que prioricen la transparencia y la responsabilidad en la comunicación digital.

De acuerdo con Méndez Páez (2021), la ética periodística en medios digitales se enmarca en la necesidad de afrontar fenómenos como la desinformación, los contenidos fraudulentos y las estrategias de manipulación, que afectan los pilares de la democracia. Este autor destaca que los avances tecnológicos, si bien ofrecen nuevas herramientas para la práctica periodística, también generan riesgos significativos, como la amplificación de noticias falsas y la manipulación algorítmica.

El análisis de la ética periodística en medios digitales revela su papel como garante de la confianza pública en un entorno marcado por la infoxicación y la desinformación. Al mismo tiempo, los periodistas deben adaptarse a las herramientas tecnológicas disponibles para enfrentar los retos de la era digital, contribuyendo a un ecosistema comunicacional más justo y responsable que fomente la participación ciudadana y fortalezca los valores democráticos.

2.1.4.7. Códigos deontológicos del periodismo

Los códigos deontológicos del periodismo constituyen un conjunto de principios y normas que orientan el ejercicio ético de la profesión, promoviendo la transparencia, la imparcialidad con la verdad. Estos códigos actúan como guías para los periodistas, estableciendo los límites éticos y las responsabilidades que deben asumir al difundir.

Según indica Jiménez y Nicolás-Sans Fuentes (2022), los códigos deontológicos del periodismo son un conjunto de principios éticos y normas complementarias que buscan garantizar la independencia, la objetividad y el respeto hacia los derechos fundamentales en el ejercicio periodístico. Este autor define que su propósito principal es salvaguardar la función social del periodismo como un servicio público, promoviendo valores como la veracidad.

El análisis de los códigos deontológicos revela su importancia en la construcción de una comunicación ética y responsable, particularmente en los entornos digitales, donde la instantaneidad y la viralización pueden comprometer la calidad informativa. La implementación y el respeto por estas normas representan un paso esencial para enfrentar los desafíos éticos que plantea la manipulación informativa y reforzar el rol del periodismo como garante de los derechos ciudadanos.

2.1.4.8. Responsabilidad social de los medios de comunicación

La responsabilidad social de los medios de comunicación se centra en su compromiso ético y social frente a las comunidades a las que impactan, considerando el alcance y la influencia que tienen en la formación de opinión pública y en la promoción de valores democráticos. Este concepto engloba el cumplimiento de principios éticos, el respeto a los derechos humanos y la contribución al bienestar social a través de contenidos responsables y transparentes.

De conformidad con Gamboa y Álvarez (2023), la responsabilidad social corporativa en los medios de comunicación consiste en integrar criterios éticos y sociales en la gestión empresarial, considerando los impactos de sus actividades en clientes, empleados, accionistas y comunidades locales. Además, subrayan que, aunque los medios en Latinoamérica han adoptado iniciativas en esta línea, estas aún se centran mayoritariamente en actividades filantrópicas, con limitaciones en el compromiso estructural y sostenible.

El análisis de la responsabilidad social de los medios de comunicación permite vincular su relevancia con la necesidad de combatir prácticas como la manipulación informativa, que socavan la confianza pública y deterioran la cohesión social. Esta perspectiva subraya la importancia de que los medios cumplan con sus objetivos informativos y actúen como agentes activos en la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

2.1.4.9. Impacto de la falta de ética en la confianza del público

La falta de ética en la comunicación tiene un impacto directo y profundo en la confianza del público, deteriorando las bases de la relación entre los medios y la sociedad. Cuando los principios éticos no son respetados, los contenidos comunicativos pierden credibilidad, provocando que la audiencia cuestione la veracidad y la intencionalidad de la información.

Siguiendo la argumentación de Navarrete y Romero (2021), la falta de ética en la comunicación genera un déficit en competencias mediáticas esenciales, lo cual debilita el papel de los medios como constructores de una realidad social responsable. Los autores sostienen que, al no adherirse a principios éticos, los comunicadores y las instituciones mediáticas contribuyen a la difusión de contenidos engañosos, menospreciando el potencial transformador de la comunicación. Subrayan que la falta de ética implica una omisión de responsabilidad social, y una negación de las oportunidades de empoderamiento y participación ciudadana en la construcción de narrativas inclusivas y democráticas.

El análisis del impacto de la falta de ética en la confianza del público pone de manifiesto la relación intrínseca entre la integridad comunicativa y la percepción social de los medios. En el ecosistema mediático ecuatoriano, esta problemática se agrava con la proliferación de contenidos digitales que, en ausencia de un marco ético claro, tienden a priorizar intereses económicos o políticos sobre el deber de informar de manera veraz y justa. Revertir este fenómeno requiere repensar el compromiso ético de los medios y promover una comunicación que recupere la confianza pública, estableciendo así un puente hacia una más crítica y activa.

2.1.4.10. Educación mediática como herramienta ética

La educación mediática como herramienta ética se configura como un medio para formar ciudadanos responsables en un entorno digital complejo. Este enfoque promueve habilidades para producir información respetando los principios éticos. En un ecosistema mediático saturado por la desinformación y las noticias falsas, la educación mediática se convierte en una estrategia fundamental para empoderar a las audiencias y garantizar que la comunicación sea un pilar de la democracia.

Según lo señalado por Castaño et al. (2020), la educación mediática busca dotar a las audiencias de competencias críticas y habilidades para interactuar con los medios digitales, permitiendo identificar, analizar y producir contenidos con un enfoque ético. Este enfoque implica comprender la lógica de los medios, su impacto en las audiencias y la necesidad de utilizar herramientas digitales de manera responsable.

El análisis de la educación mediática en el contexto ecuatoriano destaca su relevancia para contrarrestar los efectos de la manipulación informativa. Al integrar la educación mediática en las estrategias comunicacionales y educativas, se puede avanzar hacia una sociedad más informada y resiliente, capaz de responder a los desafíos éticos del entorno global.

CAPITULO III

3.1. Metodología

3.1.1. Tipo y diseño de la investigación

3.1.1.1. Método de investigación

El presente estudio adopta un enfoque mixto, combinando metodologías cualitativas y cuantitativas, con el objetivo de obtener una visión integral del fenómeno de la manipulación informativa en los medios digitales y su relación con la responsabilidad ética en la comunicación. Este enfoque permite tanto el análisis de los aspectos cualitativos asociados a las prácticas y percepciones, como la medición y cuantificación de los efectos en variables específicas relacionadas con la credibilidad y la confianza de las audiencias. Ambos enfoques se detallan a continuación:

Cualitativo: El enfoque cualitativo es fundamental para esta investigación porque permite explorar y comprender en profundidad las prácticas de manipulación informativa y las percepciones asociadas al principio de responsabilidad ética en los medios digitales ecuatorianos. A través de técnicas como entrevistas semiestructuradas y análisis de contenido, el estudio buscará identificar patrones, narrativas y dinámicas que no siempre son evidentes a través de métodos cuantitativos. Es ideal para examinar cómo los actores involucrados periodistas, audiencias y expertos en comunicación perciben la manipulación informativa y qué implicaciones éticas consideran más relevantes en su contexto.

Cuantitativo: Este se empleará para medir y analizar el impacto de las prácticas de manipulación informativa en variables específicas como la credibilidad de los medios y la percepción de las audiencias. Mediante encuestas y cuestionarios estructurados, el estudio obtendrá datos estadísticos que permitirán identificar tendencias, niveles de afectación y correlaciones entre las variables involucradas. Este enfoque es crucial para evaluar la magnitud

del problema y su alcance, proporcionando una base empírica que complemente y respalde los hallazgos cualitativos.

3.1.1.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación se clasifica como exploratoria y descriptiva, los cuales se detallan a continuación:

Exploratoria: Se busca identificar y analizar un fenómeno que, aunque conocido, requiere una comprensión más profunda y sistemática en el contexto ecuatoriano, específicamente en el ámbito comercial y mediático.

Descriptiva: La presente investigación que se enfoca en detallar las características, dinámicas y patrones de las prácticas de manipulación informativa, así como en describir su impacto en la percepción pública y en los principios éticos de los medios digitales.

3.1.1.3. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación se presente como no experimental y transversal, las cuales se detallan a continuación:

No experimental: El estudio se centra en observar y analizar las variables tal como se presentan en su contexto natural, sin manipularlas ni intervenir directamente en ellas.

Diseño transversal: Implica que la recolección de datos se realizará en un momento específico del tiempo, permitiendo un análisis puntual que refleje las condiciones actuales del problema estudiado.

3.1.2. Operacionalización de las variables

Tabla 2.

3.2. Operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítem/Instrumento
V. Independiente Manipulación informativa	La manipulación informativa es un fenómeno que incluye la creación y difusión de contenidos falsos, inexactos o engañosos diseñados intencionalmente para causar daño público o lograr beneficios particulares, como influir en comportamientos políticos, económicos o ideológicos. (Guallar et al., 2020).	Prácticas de manipulación	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de titulares sensacionalistas • Selección parcial o sesgada de información. • Descontextualización de datos. 	Entrevista Cuestionario dirigido a representante de medios digitales.
		Plataformas y medios	<ul style="list-style-type: none"> • Medios digitales predominantes (webs de noticias, redes sociales). • Métodos de difusión de contenidos manipulados. • Alcance de las plataformas. 	
		Intencionalidad y motivación	<ul style="list-style-type: none"> • Intereses políticos, económicos o ideológicos detrás de la manipulación. • Frecuencia de la manipulación según el medio. • Impacto de los algoritmos en la amplificación de contenidos. 	
		Impacto en la percepción pública	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de desconfianza hacia los medios digitales. • Percepción de credibilidad de los medios por la audiencia. 	
V. Dependiente Responsabilidad ética	La responsabilidad se entiende como el compromiso consciente y disciplinado que asume un individuo o institución para garantizar el bienestar colectivo, actuando con integridad y priorizando la protección de la vida, la seguridad y el bien común. Esto incluye asumir las consecuencias de las acciones realizadas, promoviendo un desarrollo ético que trascienda los intereses individuales y contribuya al beneficio de la sociedad en su conjunto (Arriola, 2024).	Cumplimiento de principios éticos	<ul style="list-style-type: none"> • Adherencia a códigos deontológicos en los medios. • Transparencia en la producción y difusión de noticias. • Acciones correctivas frente a errores. 	Entrevista Cuestionario dirigido a expertos en comunicación y ética Encuestas Cuestionario cerrado dirigido a lectores consumidores de medios digitales de Quito, Guayaquil y Babahoyo.
		Rendición de cuentas	<ul style="list-style-type: none"> • Mecanismos para corregir información falsa o manipulada. • Nivel de autocrítica por parte de los medios. • Disponibilidad de políticas públicas sobre ética en medios digitales. 	
		Impacto en la ciudadanía	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de la alfabetización mediática y digital. • Participación de la audiencia en la verificación de noticias. • Formación de una ciudadanía crítica y ética. 	
		Formación ética	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de capacitación ética de los comunicadores digitales. • Inclusión de formación ética en currículos de comunicación. 	

Nota. Elaboración propia.

3.1.3. Población y muestra de investigación

3.1.3.1. Población

La población de esta investigación está compuesta por los habitantes de las ciudades de Quito (2.239.191), Guayaquil (2.350.915) y Babahoyo (153.776), que en conjunto suman un total de 4.743.882 personas. Estas ciudades fueron seleccionadas debido a la alta penetración de medios digitales y su relevancia en el consumo de información por parte de sus habitantes. La población objetivo está constituida por personas mayores de edad que consumen medios de comunicación digitales, lo que permite focalizar el análisis en un grupo representativo del fenómeno estudiado.

3.1.3.2. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, se aplicó la fórmula estándar para el cálculo de muestras finitas con un nivel de confianza del 95% ($Z = 1,96$), una proporción esperada de respuesta del 50% ($p = 0,5$) y un margen de error del 5% ($E = 0,05$). Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\frac{z^2 p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Donde

n= tamaño de la muestra

N = tamaño de la población (4743882)

e = margen de error (0.05)

z = puntuación z según el nivel de confianza (1.96)

p= probabilidad a favor (0.5)

Cálculo

$$n = \frac{\frac{1.96^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}{0.05^2}}{1 + \left(\frac{1.96^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}{0.05^2 * 4743882}\right)}$$

$$n = \frac{\frac{0.9604}{0.0025}}{1 + \left(\frac{0.9604}{11859.705}\right)}$$

$$n = \frac{384.16}{1 + 8,098}$$

$$n = 384,11$$

El tamaño de la muestra es 384, es decir serán 384 personas encuestadas.

3.1.4. Técnicas e instrumentos de medición

3.1.4.1. Técnicas

Entrevista: Esta técnica cualitativa permitirá recopilar información directa y detallada a través de la interacción con individuos clave. Se realizarán entrevistas con representantes de medios digitales y expertos en comunicación y ética, con el propósito de obtener sus percepciones, experiencias y conocimientos sobre las prácticas de manipulación informativa y sus implicaciones éticas.

Encuesta: Mediante esta técnica cuantitativa, se obtendrán datos específicos y medibles de los consumidores de medios digitales. Las encuestas se aplicarán a los lectores de las ciudades de Quito, Guayaquil y Babahoyo, permitiendo identificar percepciones, niveles de credibilidad y patrones de consumo de información en plataformas digitales.

Investigación bibliográfica: esta técnica consiste en la revisión y análisis sistemático de fuentes documentales como libros, artículos científicos, informes y tesis. Se recopilará información teórica y antecedentes que sustenten el estudio, permitiendo identificar conceptos

clave, enfoques previos y bases académicas sobre manipulación informativa y responsabilidad ética.

3.1.4.2. Instrumentos

Los instrumentos seleccionados para la aplicación de las técnicas mencionadas son los siguientes:

Guías de entrevistas: Para llevar a cabo las entrevistas, se utilizarán dos guías que faciliten una conversación ordenada y orientada a los objetivos de la investigación. Se diseñarán dos cuestionarios: uno dirigido a los representantes de medios digitales, enfocado en las prácticas informativas y los retos éticos en su labor, y otro dirigido a expertos en comunicación y ética, cuyo propósito será profundizar en las implicaciones y posibles soluciones frente a la manipulación informativa en entornos digitales.

Cuestionario de encuesta: Se aplicará un cuestionario cerrado dirigido a los consumidores, de edades de 18 a 65 años, de medios digitales en Quito, Guayaquil y Babahoyo, el cual está estructurado con preguntas de opción múltiple y escala de valoración, permitiendo cuantificar percepciones sobre la veracidad de la información en medios digitales y su impacto en la confianza pública.

3.6.2 Procesamientos de datos

El procesamiento de datos en esta investigación se desarrollará de manera sistemática y organizada, garantizando la calidad, validez y confiabilidad de la información obtenida. Dado que el estudio adopta un enfoque mixto, se aplicarán procedimientos específicos para analizar los datos cuantitativos y cualitativos, con un énfasis particular en la información recolectada a través de Google Forms.

Los datos cuantitativos serán obtenidos mediante cuestionarios cerrados dirigidos a los consumidores de medios digitales en las ciudades de Quito, Guayaquil y Babahoyo, aplicados

a través de la plataforma Google Forms. Una vez recolectados, los datos se exportarán en formato Excel para su limpieza, organización y procesamiento. Se aplicará un análisis estadístico descriptivo utilizando herramientas como Microsoft Excel, que permitirá calcular frecuencias y porcentajes. Los resultados obtenidos serán organizados en tablas y gráficos que faciliten su interpretación y comparación, brindando una visión clara sobre las percepciones de los participantes en torno a la manipulación informativa en medios digitales.

Por otro lado, los datos cualitativos, derivados de las entrevistas realizadas a representantes de medios digitales y expertos en comunicación y ética, serán procesados mediante un análisis de contenido. Las entrevistas serán transcritas de manera íntegra y analizadas para identificar patrones y categorías temáticas relevantes que estén alineadas con los objetivos de la investigación. Este proceso permitirá interpretar las percepciones, experiencias y conocimientos de los actores entrevistados respecto a las implicaciones éticas de la manipulación informativa en medios digitales.

3.1.5. Aspectos éticos

La presente investigación cumple con los principios éticos fundamentales que garantizan la integridad del proceso investigativo y el respeto hacia los participantes, asegurando el consentimiento informado de todos los sujetos involucrados, quienes serán notificados del propósito del estudio, la confidencialidad de la información proporcionada y su derecho a participar de manera voluntaria. Para la recolección de datos mediante encuestas y entrevistas, se aclarará que la información obtenida será utilizada únicamente con fines académicos y que los resultados serán presentados de forma agregada, sin revelar identidades o datos personales. Esto preserva la privacidad y la dignidad de los participantes, garantizando el manejo responsable de la información obtenida.

Asimismo, la investigación se rige por los principios de veracidad, transparencia y rigor científico en todas sus etapas, desde la recolección hasta el análisis y presentación de los

resultados. En el proceso de investigación bibliográfica, se respetará la propiedad intelectual de las fuentes consultadas mediante el uso adecuado de las normas de citación APA 7, evitando cualquier forma de plagio y garantizando el reconocimiento de los autores originales. Además, en las entrevistas a expertos y representantes de medios digitales, se procurará mantener una postura imparcial y objetiva, evitando sesgos en el análisis e interpretación de los datos.

CAPÍTULO IV

4.1. Resultados

A través de la metodología aplicada y el uso de encuestas y entrevistas como instrumentos de investigación, se obtuvieron datos relevantes sobre la manipulación informativa y la responsabilidad ética en los medios digitales ecuatorianos. A continuación, se presentan los hallazgos obtenidos a partir de las encuestas, seguidos del análisis de las entrevistas realizadas.

1. En general, ¿Siente usted que los medios digitales ecuatorianos presentan información objetiva y veraz?

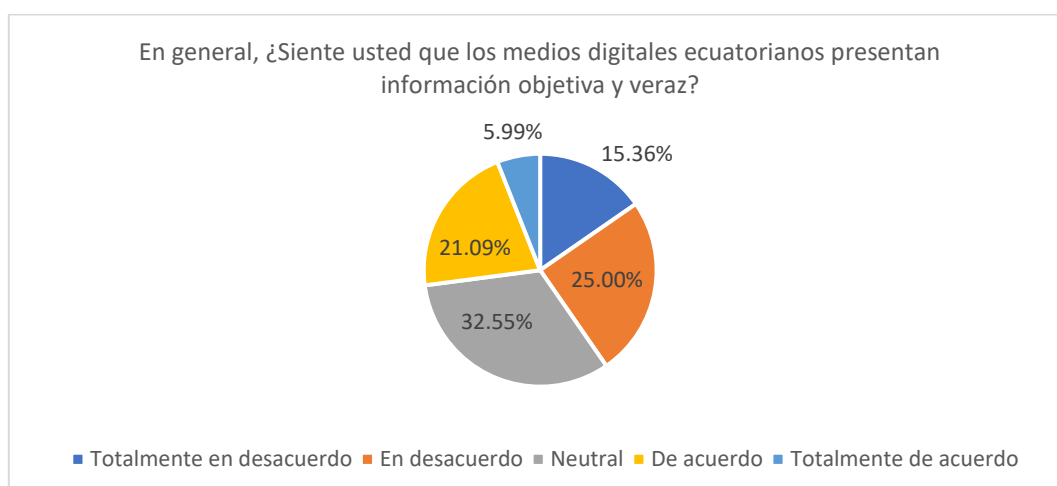
Tabla 3.

Percepción de la objetividad y veracidad en los medios digitales ecuatorianos

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente en desacuerdo	59	15,36%
En desacuerdo	96	25,00%
Neutral	125	32,55%
De acuerdo	81	21,09%
Totalmente de acuerdo	23	5,99%
Total	384	100,00%

Figura 1.

Percepción de la objetividad y veracidad en los medios digitales ecuatorianos



Los resultados reflejan que el 40.36% de los encuestados desconfía de la objetividad y veracidad de los medios digitales en Ecuador, mientras que un 32.55% mantiene una postura neutral. Solo un 27.08% expresa algún nivel de confianza en estos medios. La mayoría de los

encuestados percibe que los medios digitales no garantizan una información objetiva y veraz, lo que sugiere un bajo nivel de credibilidad. La confianza en estos medios es limitada, lo que podría estar vinculado a la presencia de desinformación, sesgo editorial o sensacionalismo.

2. ¿Cree usted que los medios digitales manipulan la información para favorecer ciertos intereses políticos o económicos?

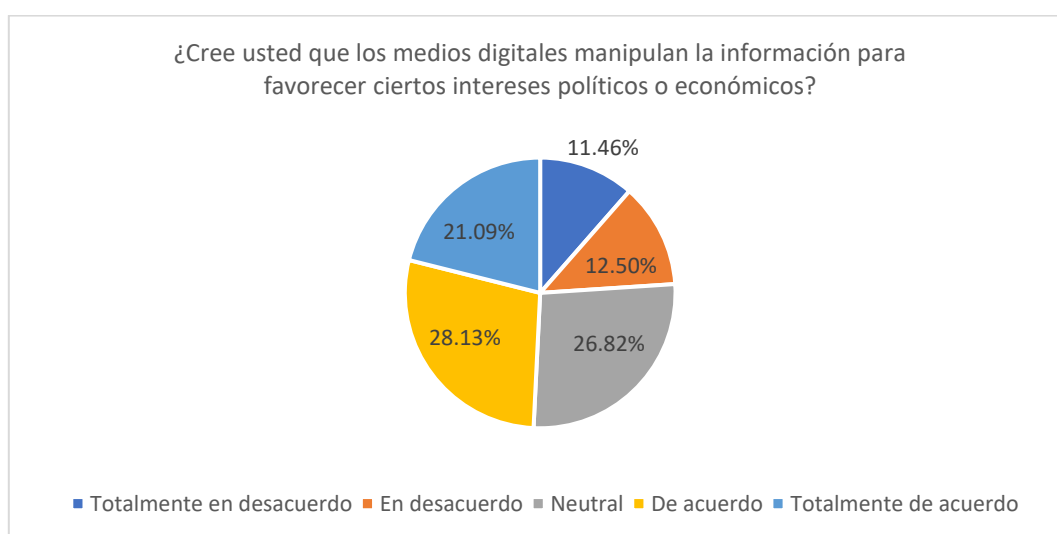
Tabla 4.

Percepción sobre la manipulación informativa en los medios digitales ecuatorianos

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente en desacuerdo	44	11,46%
En desacuerdo	48	12,50%
Neutral	103	26,82%
De acuerdo	108	28,13%
Totalmente de acuerdo	81	21,09%
Total	384	100,00%

Figura 2.

Percepción sobre la manipulación informativa en los medios digitales ecuatorianos



Los resultados muestran que un 49.22% de los encuestados considera que los medios digitales manipulan la información para favorecer intereses políticos o económicos, con un 28.13% que está de acuerdo y un 21.09% que está totalmente de acuerdo, mientras que un 23.96% expresa desacuerdo con esta afirmación. La percepción de manipulación informativa es alta, lo que indica un nivel significativo de desconfianza en los medios digitales ecuatorianos. La división entre quienes están en desacuerdo y quienes están de acuerdo refleja que aún existe un segmento que confía en la independencia de los medios.

3. ¿Siente usted que la manipulación de la información en los medios digitales ecuatorianos afecta su capacidad para formar una opinión sobre temas de actualidad?

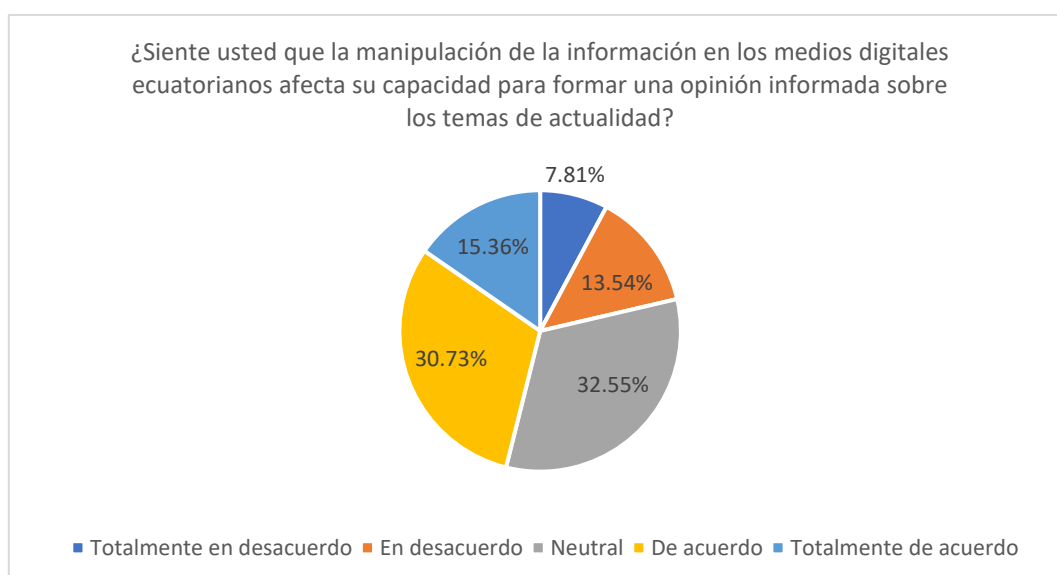
Tabla 5.

Impacto de la manipulación informativa en la formación de opinión pública

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente en desacuerdo	30	7,81%
En desacuerdo	52	13,54%
Neutral	125	32,55%
De acuerdo	118	30,73%
Totalmente de acuerdo	59	15,36%
Total	384	100,00%

Figura 3.

Impacto de la manipulación informativa en la formación de opinión pública



Los resultados muestran que un 46.09% de los encuestados considera que la manipulación de la información en los medios digitales afecta su capacidad para formar una opinión informada, con un 30.73% de acuerdo y un 15.36% totalmente de acuerdo. Un 32.55% se mantiene en una postura neutral, mientras que un 21.35% está en desacuerdo con esta afirmación. La mayoría de los encuestados reconoce que la manipulación informativa interfiere en su proceso de formación de opinión, lo que evidencia una percepción generalizada de que el contenido mediático influye en la construcción de la realidad. El grupo que no ve afectada su capacidad para informarse representa una minoría, lo que indica que existe cierto nivel de confianza en la capacidad personal para discernir entre información veraz y manipulada.

4. ¿Cree usted que las redes sociales influyen significativamente en la manipulación de la información que consumimos a través de los medios digitales?

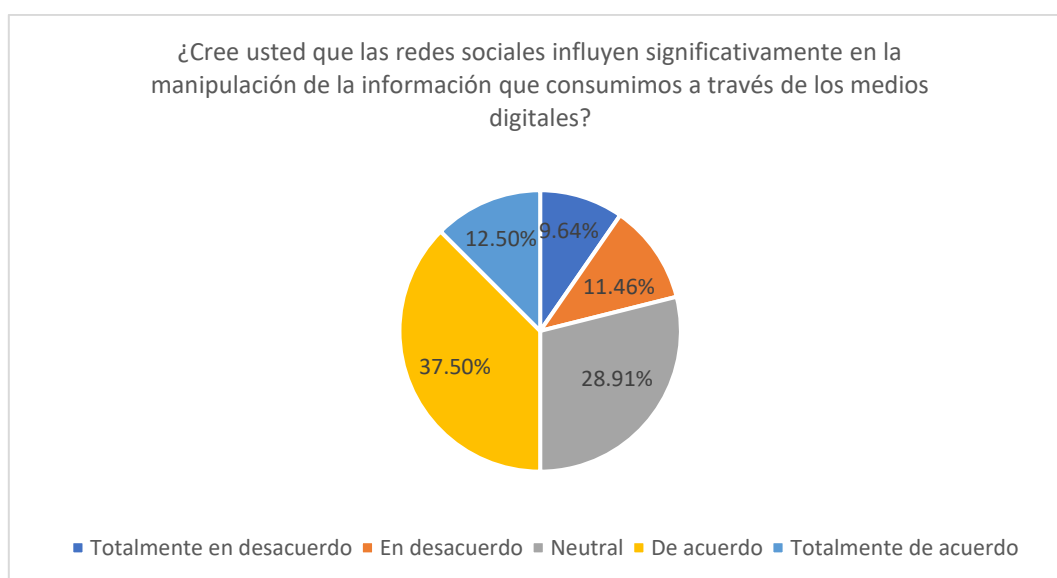
Tabla 6.

Influencia de las redes sociales en la manipulación informativa

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente en desacuerdo	37	9,64%
En desacuerdo	44	11,46%
Neutral	111	28,91%
De acuerdo	144	37,50%
Totalmente de acuerdo	48	12,50%
Total	384	100,00%

Figura 4.

Influencia de las redes sociales en la manipulación informativa



Los resultados indican que un 50.00% de los encuestados considera que las redes sociales influyen significativamente en la manipulación informativa en los medios digitales, con un 37.50% de acuerdo y un 12.50% totalmente de acuerdo. Un 28.91% mantiene una postura neutral, mientras que un 21.10% expresa desacuerdo con esta afirmación. La mayoría de los encuestados percibe que las redes sociales desempeñan un papel clave en la difusión de información manipulada, lo que refleja una preocupación sobre cómo se construye la narrativa en entornos digitales. La presencia de respuestas neutrales indica que algunos no han definido con claridad el impacto de estas plataformas en la desinformación. El nivel de desacuerdo, aunque minoritario, sugiere que hay quienes confían en que las redes no distorsionan significativamente el contenido informativo.

5. ¿Cree usted que la manipulación informativa en los medios digitales afecta negativamente su confianza en las noticias que consumo?

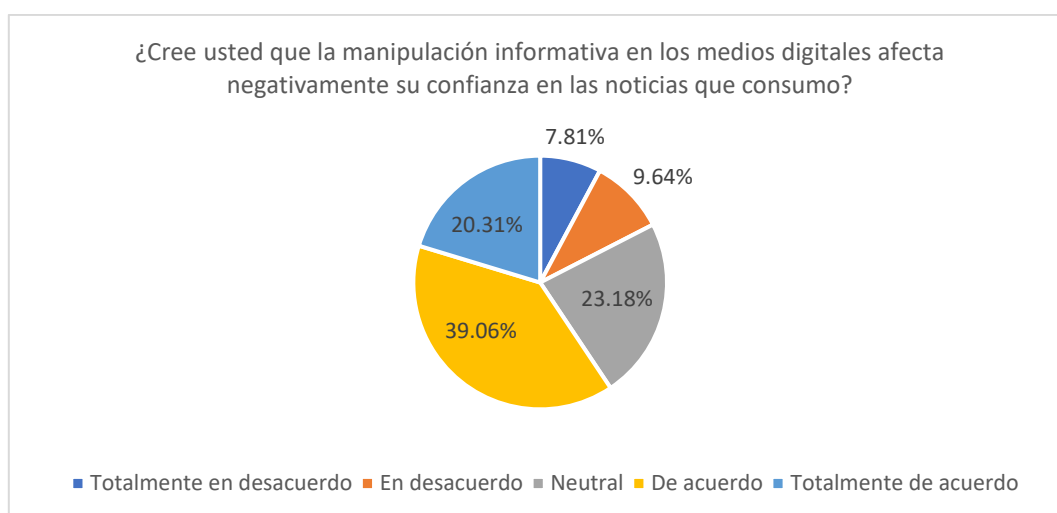
Tabla 7.

Percepción sobre la transparencia de los medios digitales ecuatorianos

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente en desacuerdo	30	7,81%
En desacuerdo	37	9,64%
Neutral	89	23,18%
De acuerdo	150	39,06%
Totalmente de acuerdo	78	20,31%
Total	384	100,00%

Figura 5.

Percepción sobre la transparencia de los medios digitales ecuatorianos



Los datos reflejan que un 59.37% de los encuestados considera que la manipulación informativa en los medios digitales afecta negativamente su confianza en las noticias, con un 39.06% de acuerdo y un 20.31% totalmente de acuerdo. Un 23.18% mantiene una postura neutral, mientras que solo un 17.45% expresa desacuerdo con esta afirmación. La mayoría de los encuestados percibe que la manipulación informativa deteriora su confianza en las noticias que consumen, lo que evidencia un problema estructural en la credibilidad de los medios digitales. El bajo nivel de desacuerdo indica que pocos confían plenamente en la integridad de la información que reciben a través de estas plataformas.

Tabla 8.*Entrevista sobre manipulación informativa y responsabilidad ética en los medios digitales*

Preguntas	Tec. Enrique Armendáriz Cevallos	Msc. Arturo Yerovi Villalba
En su opinión, ¿cuáles son las principales razones detrás de la manipulación informativa en los medios digitales en Ecuador?	La manipulación responde a intereses comerciales y políticos de los medios, que funcionan como empresas con directrices claras. La credibilidad del periodista se ve comprometida cuando responde a estas presiones.	La manipulación informativa varía según el contexto, ya sea político, económico o de favoritismo. La falta de neutralidad en los medios genera un impacto negativo en la sociedad.
Desde su experiencia, ¿cómo afecta la manipulación informativa a la percepción de la ciudadanía sobre la democracia y la transparencia?	Los medios pueden polarizar la opinión pública, generando percepciones erróneas sobre la democracia. Las fake news son un ejemplo de cómo se altera la percepción de la realidad.	Los medios influyen en la estabilidad democrática, debido a que una información manipulada puede modificar la percepción sobre la gestión del país. La manipulación informativa debilita la confianza en las instituciones.
¿Qué responsabilidad considera que tienen los periodistas y los medios digitales en la formación de una ciudadanía informada y participativa?	La responsabilidad es crucial, pues los medios pueden influir en decisiones políticas y sociales. Ejemplo: el rol de La Posta en la renuncia del expresidente Lasso.	Los medios deben ser objetivos y neutrales, evitando influencias personales en su labor informativa. Su papel es esencial en la construcción de una sociedad crítica.
En su experiencia, ¿cree que las facultades de comunicación en Ecuador están preparando adecuadamente a los futuros periodistas para enfrentar los retos éticos del entorno digital?	Las universidades sí preparan a los periodistas para los desafíos actuales, adaptándose a la evolución del país.	Las instituciones educativas han incorporado herramientas digitales y formación en ética, aunque deben fortalecer la madurez profesional.
Como experto, ¿qué responsabilidad tienen los estrategas políticos en la propagación de información manipulada en los medios digitales?	La responsabilidad recae totalmente en los estrategas políticos, quienes manejan información para construir o destruir imágenes públicas.	La manipulación no es exclusiva de los estrategas políticos, sino del uso que se hace de la información en distintos sectores.

<p>¿Cree que sería necesaria una regulación más estricta para reducir la manipulación informativa en Ecuador? De ser así, ¿cómo podría balancearse con la libertad de expresión?</p>	<p>Se necesita regulación, pero debe ser ética y no impuesta por el gobierno, pues esto podría afectar la libertad de expresión.</p>	<p>La regulación existe, pero su aplicación es deficiente. Es necesario un equilibrio entre regulación y educación para que los periodistas cumplan con normas éticas.</p>
<p>En su opinión, ¿hasta qué punto los periodistas ecuatorianos están dispuestos a reconocer y corregir errores relacionados con la difusión de información?</p>	<p>Un pequeño porcentaje de periodistas reconoce sus errores, pero la mayoría prioriza su imagen y evita asumir responsabilidades.</p>	<p>Reconocer errores depende de la madurez e inteligencia emocional del periodista. La rectificación es clave para la credibilidad.</p>
<p>Desde su perspectiva, ¿cómo afecta la presión por la inmediatez y los clics en la calidad y ética de la información en los medios digitales?</p>	<p>La búsqueda de primicias y la presión por la inmediatez afectan la calidad informativa. La falta de preparación de algunos comunicadores agrava el problema.</p>	<p>La rapidez compromete la veracidad y calidad de la información. La ética debería primar sobre la urgencia de publicar.</p>
<p>¿Cómo considera que el principio de responsabilidad ética podría transformar el panorama mediático digital en Ecuador?</p>	<p>La ética periodística debe reforzarse desde la formación universitaria para evitar la normalización de malas prácticas.</p>	<p>La ética es esencial para garantizar una competencia leal y una prensa responsable, evitando favoritismos y corrupción.</p>
<p>¿Qué acciones urgentes recomendaría para fortalecer la ética y veracidad en los medios digitales ecuatorianos desde su área de especialización?</p>	<p>Se debe reforzar la enseñanza de la ética en las universidades, priorizando el pensamiento crítico y la credibilidad del periodista.</p>	<p>La ética debe abordarse como eje transversal en la educación. Se requiere un cambio en la cultura profesional para fomentar la veracidad y la transparencia.</p>

Los resultados obtenidos en las entrevistas reflejan una preocupación común sobre la manipulación informativa en los medios digitales ecuatorianos y su impacto en la ética periodística. Ambos expertos coinciden en que la manipulación surge de intereses políticos y económicos, lo que compromete la credibilidad de los medios y afecta la percepción ciudadana sobre la democracia y la transparencia. Se destaca que la polarización social es en gran medida resultado del manejo sesgado de la información.

En cuanto a la formación universitaria, los entrevistados reconocen que las facultades de comunicación han mejorado su preparación en herramientas digitales y ética profesional, aunque aún se debe reforzar la madurez profesional y la capacidad de discernimiento de los futuros comunicadores. La inmediatez y la búsqueda de primicias se identifican como factores que comprometen la calidad y veracidad de la información, dando lugar a errores que, en la mayoría de los casos, los periodistas no están dispuestos a reconocer.

Sobre la regulación, existe consenso en que debe haber controles éticos, pero sin afectar la libertad de expresión. Se plantea que más allá de imponer normativas, es fundamental fortalecer la educación en valores y principios éticos desde la formación académica y el ejercicio profesional. Finalmente, se subraya la necesidad de transformar la cultura periodística, promoviendo un periodismo responsable que garantice la transparencia y credibilidad en el ecosistema digital.

Tabla 9.*Entrevista dirigida a expertos y representantes de medios*

Preguntas	Jonathan Quezada Castillo	Orlando Alejandro Murillo Carbache
En su experiencia, ¿cómo ha afectado la digitalización de los medios la calidad y credibilidad de la información en Ecuador?	La digitalización ha democratizado el acceso a la información, pero también ha facilitado la proliferación de noticias falsas. La presión por la inmediatez ha afectado la calidad informativa, aunque algunos medios han reforzado sus procesos de verificación.	La sobrecarga informativa y la falta de educación digital han afectado la credibilidad de la información. La ciudadanía acepta información sin contrastar, lo que contribuye a la difusión de noticias falsas.
¿Cuáles considera que son los principales desafíos éticos que enfrenta su medio al equilibrar la generación de tráfico y la difusión de contenido veraz?	La competencia por la audiencia impulsa a los medios a usar titulares sensacionalistas y a priorizar la rapidez sobre la precisión. La publicidad y el contenido patrocinado pueden influir en la independencia editorial.	Mantener la objetividad es un reto constante. La necesidad de captar audiencia lleva a algunos medios a generar contenido atractivo, aunque no siempre preciso. La alfabetización mediática es clave para mejorar la comprensión del contenido.
En su opinión, ¿por qué los medios digitales recurren con frecuencia a titulares sensacionalistas o inexactos?	Los titulares sensacionalistas buscan captar clics y aumentar el tráfico digital. La viralidad y la monetización de la información en línea premian estas prácticas.	Algunos medios utilizan titulares llamativos para generar interacciones y retener audiencia. A veces, el contenido del artículo no coincide con la expectativa generada por el titular.
¿Cómo define su medio la línea entre un sesgo editorial aceptable y la manipulación informativa?	Un sesgo editorial es inevitable y aceptable si se reconoce abiertamente y se basa en hechos verificables. La manipulación informativa ocurre cuando se distorsionan los hechos, se omite información clave o se tergiversan datos para inducir una interpretación específica.	La opinión es válida dentro del periodismo, pero debe diferenciarse de la información objetiva. La manipulación ocurre cuando se presentan hechos sin contexto o se falsea información para influir en la audiencia.
¿Qué papel considera que juegan las redes sociales en la difusión de información y cómo gestiona su medio los riesgos de desinformación?	Las redes sociales amplifican la difusión de noticias, pero también facilitan la propagación de desinformación. Los	Las redes sociales han cambiado la forma en que los ciudadanos consumen noticias. Es fundamental educar a la audiencia sobre cómo identificar fuentes

	medios deben aplicar rigurosos procesos de verificación y diferenciar entre información y opinión.	confiables y verificar información antes de compartirla.
Desde su perspectiva, ¿cómo influyen las presiones externas, como las políticas o económicas, en la presentación de la información en su medio?	Los medios enfrentan presiones políticas y económicas que pueden condicionar su línea editorial. La separación entre el área comercial y la redacción es fundamental para garantizar la independencia informativa.	Las presiones externas afectan el tratamiento de la información. La ciudadanía también impone su propia agenda a los medios, demandando la cobertura de ciertos temas y dejando otros de lado.
¿Qué estrategias implementa su medio para garantizar la transparencia y la veracidad en la información que publican?	Aplicar procesos de verificación rigurosos, diferenciar entre información y opinión, corregir errores de manera transparente y educar a la audiencia sobre cómo identificar noticias falsas.	Seguir principios éticos en la redacción, ofrecer diferentes perspectivas sobre un mismo hecho y fomentar la alfabetización mediática para que la audiencia pueda evaluar la información con criterio.
Según su experiencia, ¿cómo afecta la manipulación informativa la percepción pública de los medios digitales en Ecuador?	La difusión de información falsa afecta la credibilidad de los medios y genera desconfianza en la audiencia. La manipulación informativa contribuye a la polarización social.	La falta de transparencia en los medios digitales ha generado un público escéptico. La manipulación informativa afecta la confianza del ciudadano en los medios, debilitando su relación con la información.
¿Qué tipo de formación o preparación considera que es esencial para que los periodistas de su medio puedan enfrentar los retos éticos del entorno digital?	Capacitación en verificación de información, ética digital, alfabetización mediática y adaptación a nuevas tecnologías para mantener altos estándares de calidad y responsabilidad.	Leer y analizar diferentes fuentes permite a los periodistas desarrollar un criterio sólido. La educación y la formación constante son clave para enfrentar los retos éticos del periodismo digital.
¿Qué medidas recomendaría para restaurar o fortalecer la confianza del público en los medios digitales ecuatorianos?	Los medios deben ser transparentes sobre sus fuentes, corregir errores públicamente y garantizar la independencia editorial. La educación mediática es clave para que la audiencia distinga entre información veraz y manipulada.	Es necesario reforzar la educación digital y la alfabetización mediática en la ciudadanía. Se requiere un compromiso por parte de los medios para ofrecer información precisa y contrastada.

Las entrevistas realizadas a representantes de medios y expertos en comunicación evidencian la compleja relación entre digitalización, manipulación informativa y responsabilidad ética en los medios digitales ecuatorianos. Ambos entrevistados coinciden en que la digitalización ha transformado la manera en que se produce y consume información, lo que ha facilitado el acceso a diversas fuentes, pero también ha incrementado la propagación de noticias falsas. La inmediatez y la competencia por la atención del público han llevado a priorizar titulares llamativos en detrimento de la calidad y profundidad de la información.

En el ámbito ético, se reconoce que los medios digitales enfrentan desafíos al intentar equilibrar la generación de tráfico con la difusión de contenido veraz. La presión comercial y la necesidad de captar audiencia han influido en la adopción de sensacionalismo. No obstante, los entrevistados recalcan que la manipulación informativa ocurre cuando los hechos son tergiversados o presentados de manera sesgada con la intención de influir en la opinión pública.

Las redes sociales han amplificado tanto la difusión de información como de desinformación. Ambos expertos destacan la importancia de la educación mediática y la verificación de fuentes como estrategias clave para combatir la manipulación informativa. La influencia de presiones políticas y económicas en la agenda mediática es otro de los factores que afectan la credibilidad de los medios, lo que ha llevado a un público cada vez más escéptico.

Para fortalecer la confianza en los medios digitales, se enfatiza la necesidad de mayor transparencia en el manejo de información, la rectificación de errores y una formación sólida para los periodistas en ética digital. La alfabetización mediática es un aspecto fundamental tanto para los comunicadores como para la audiencia, permitiendo desarrollar un pensamiento crítico que contribuya a la reducción de la manipulación informativa en el entorno digital.

4.2. Discusión

Los hallazgos de la encuesta reflejan una percepción generalizada de desconfianza en los medios digitales ecuatorianos, especialmente en relación con la objetividad, veracidad y transparencia en el manejo de la información. La mayoría de los encuestados considera que los medios digitales presentan información sesgada, lo que se alinea con las afirmaciones de Wardle y Derakhshan (2017) sobre la proliferación de desinformación en entornos digitales y su impacto en la credibilidad mediática. La manipulación informativa es identificada como una práctica común, lo que refuerza las observaciones de Merchant Ley (2017), quien señala que la manipulación mediática responde a intereses políticos y económicos, afectando la confianza.

El uso de titulares sensacionalistas es otra preocupación destacada en la encuesta, debido a que más del 50% de los encuestados considera que los medios digitales recurren a estrategias de clickbait para atraer visitas. Esto confirma lo planteado por Méndez Páez (2021), quien advierte que la búsqueda de tráfico digital incentiva el uso de titulares llamativos que no siempre reflejan la realidad de la noticia. La falta de verificación y la presión por la inmediatez también influyen en esta percepción, lo que coincide con de Navarrete y Romero (2021) sobre la degradación de la calidad informativa en el ecosistema digital.

Las redes sociales son señaladas como un factor clave en la difusión de información manipulada, lo que refuerza los estudios de Rodríguez-Hidalgo, Herrero y Aguaded-Gómez (2021) sobre el impacto de los algoritmos en la viralización de noticias falsas. Aunque algunos encuestados confían en que los medios hacen esfuerzos por verificar la información, el porcentaje sigue siendo bajo, lo que indica una crisis de credibilidad mediática similar a la reportada por Gamboa Orozco y Álvarez Beltrán (2023) en sus estudios sobre responsabilidad social en los medios.

La encuesta muestra que la manipulación informativa afecta negativamente la confianza del público en las noticias, lo que coincide con lo señalado por Pérez Fuentes (2004) sobre la importancia de la ética periodística en la construcción de la credibilidad mediática. Esto sugiere la necesidad de mayor transparencia en la difusión de información y una regulación más efectiva sin comprometer la libertad de expresión.

Basado en lo anterior, los resultados evidencian una brecha entre la percepción del público y los principios de responsabilidad ética en la comunicación digital. La alfabetización mediática y el fortalecimiento de la ética periodística se presentan como estrategias clave para mitigar los efectos de la manipulación informativa y recuperar la confianza en los medios digitales ecuatorianos.

Las respuestas de los expertos reflejan una visión crítica sobre la manipulación informativa y la ética periodística en los medios digitales ecuatorianos. Se destaca que la manipulación informativa responde a intereses comerciales y políticos, lo que concuerda con los planteamientos de Merchant Ley (2017) y Martín Becerra (2021), quienes señalan que la información puede ser utilizada estratégicamente para beneficiar agendas particulares, afectando la credibilidad de los medios. Además, la falta de neutralidad en la cobertura noticiosa contribuye a la desinformación y a la polarización de la opinión pública, reforzando los hallazgos de Wardle y Derakhshan (2017) sobre la manipulación mediática como herramienta de control social.

En cuanto al impacto en la democracia y la transparencia, los entrevistados coinciden en que la desinformación puede alterar la percepción ciudadana sobre la estabilidad democrática y la gestión gubernamental. Esto se relaciona con lo señalado por Pérez Fuentes (2004), quien advierte que la manipulación mediática puede socavar la confianza en las instituciones públicas y generar crisis de legitimidad. Asimismo, la responsabilidad de los

periodistas en la construcción de una ciudadanía informada es crucial, alineándose con lo planteado por Rodríguez-Hidalgo, Herrero y Aguaded-Gómez (2021) sobre la importancia del periodismo como garante de información veraz y contextualizada.

Respecto a la formación académica, ambos entrevistados reconocen que las universidades han integrado herramientas digitales y formación en ética en sus programas, aunque aún existe la necesidad de fortalecer la madurez profesional y la capacidad crítica de los futuros periodistas. Esto confirma los estudios de Castaño Sánchez et al. (2020), quienes enfatizan la educación mediática como una estrategia clave para combatir la desinformación y reforzar los principios éticos en la comunicación digital.

La entrevista también aborda el papel de los estrategas políticos en la manipulación informativa, señalando que su influencia es determinante en la construcción o deterioro de la imagen pública de ciertos actores. Esta visión está en línea con los estudios de Gamboa Orozco y Álvarez Beltrán (2023), que advierten sobre el uso de estrategias mediáticas para manipular la percepción social en favor de intereses específicos.

En cuanto a la regulación de los medios digitales, los expertos coinciden en que si bien es necesaria, esta debe equilibrarse con la libertad de expresión para evitar restricciones arbitrarias. Esto concuerda con lo planteado por Navarrete Vega y Romero González (2021) sobre la necesidad de normativas que promuevan la transparencia sin limitar el derecho a la información. Además, se resalta la importancia de la autorregulación y la educación ética como mecanismos efectivos para mitigar la manipulación informativa.

La presión por la inmediatez y el impacto del clickbait en la calidad informativa es otro punto clave de la entrevista. Se menciona que la rapidez en la publicación de noticias compromete la veracidad, lo que coincide con lo expuesto por Méndez Páez (2021) sobre la influencia del mercado digital en la producción de contenido periodístico. Para mejorar la ética

en los medios, los entrevistados proponen reforzar la enseñanza de valores éticos en las universidades y promover una cultura profesional basada en la transparencia, lo que se alinea con los estudios de Castaño et al. (2020) sobre la educación mediática como herramienta ética. Estos resultados refuerzan la necesidad de adoptar estrategias que fortalezcan la ética periodística y la credibilidad de los medios digitales ecuatorianos, garantizando que la información difundida responda a criterios de veracidad y responsabilidad social.

Las respuestas obtenidas en la entrevista dirigida a expertos y representantes de medios evidencian la compleja relación entre digitalización, manipulación informativa y credibilidad en los medios digitales ecuatorianos. La digitalización ha democratizado el acceso a la información, pero también ha incrementado la desinformación, lo que concuerda con los estudios de Wardle y Derakhshan (2017) sobre la propagación de fake news y su impacto en la opinión pública. La sobrecarga informativa y la falta de alfabetización mediática han contribuido a que la ciudadanía acepte información sin contrastar, lo que refuerza la necesidad de educación digital, como sugieren Rodríguez-Hidalgo, Herrero y Aguaded-Gómez (2021).

El uso de titulares sensacionalistas y la priorización de la inmediatez sobre la veracidad son desafíos que los medios enfrentan para atraer audiencia. Esto está alineado con las observaciones de Méndez Páez (2021), quien explica que la economía digital premia el contenido viral, incentivando prácticas como el clickbait. Sin embargo, la manipulación informativa va más allá del sensacionalismo, pues, como mencionan los entrevistados, se da cuando se tergiversan datos o se omite información clave para inducir una interpretación específica. Esta afirmación se relaciona con lo señalado por Gamboa Orozco y Álvarez Beltrán (2023) sobre cómo los medios pueden ser utilizados para moldear la percepción pública según intereses políticos o económicos.

El rol de las redes sociales en la difusión de información y su relación con la desinformación es otro punto clave en la discusión. Los entrevistados coinciden en que estas plataformas amplifican tanto la información veraz como la falsa, lo que confirma los estudios de Navarrete Vega y Romero González (2021) sobre la influencia de los algoritmos en la viralización de contenido manipulado. La falta de educación digital dificulta que los ciudadanos verifiquen fuentes antes de compartir información, lo que refuerza la importancia de la alfabetización mediática como estrategia clave, según Castaño Sánchez et al. (2020).

Las presiones políticas y económicas también influyen en la cobertura de los medios digitales, lo que puede comprometer su independencia editorial. Los entrevistados destacan que la separación entre la redacción y la parte comercial es crucial para garantizar la transparencia, lo que se relaciona con los planteamientos de Pérez Fuentes (2004) sobre la necesidad de autonomía en el ejercicio periodístico para evitar conflictos de intereses.

Para enfrentar estos desafíos, los entrevistados sugieren estrategias como fortalecer la verificación de información, diferenciar claramente entre hechos y opiniones, corregir errores públicamente y educar a la audiencia sobre la identificación de noticias falsas. Estas propuestas coinciden con lo señalado por Merchant Ley (2017) sobre la importancia de fomentar principios éticos en el periodismo digital. Además, se destaca la necesidad de reforzar la educación mediática y la capacitación constante de los periodistas, lo que concuerda con los estudios de Martín Becerra (2021) sobre la formación profesional como pilar fundamental en la lucha contra la desinformación.

Los resultados de la entrevista confirman que la manipulación informativa ha debilitado la confianza del público en los medios digitales ecuatorianos. Para contrarrestar esto, es fundamental aplicar estrategias que prioricen la transparencia, la verificación de los contenidos y la promoción de una cultura mediática basada en la ética y la responsabilidad social.

CAPÍTULO V

5.1. Conclusiones

La manipulación informativa en los medios digitales ecuatorianos se manifiesta a través de diversas estrategias que afectan la calidad de la información y la percepción del público, como el uso de titulares sensacionalistas, la omisión de datos relevantes y la tergiversación de contenidos han sido identificados como prácticas recurrentes que buscan influir en la opinión de la audiencia. Estas dinámicas responden a la necesidad de generar tráfico digital y a intereses políticos o económicos, condicionando la independencia editorial de los medios. La inmediatez y la presión por la viralización han favorecido la propagación de noticias falsas.

El impacto de estas prácticas en la credibilidad de los medios digitales se refleja en el alto nivel de desconfianza que la audiencia manifiesta, porque la percepción de que la información publicada responde a intereses específicos y no a criterios de imparcialidad ha erosionado la confianza en la prensa digital, generando un público más escéptico y menos receptivo a los contenidos informativos. La manipulación informativa ha fomentado una polarización en la sociedad, afectando la estabilidad de las instituciones y la calidad del debate público. La capacidad de los ciudadanos para discernir entre información objetiva y manipulada se ha visto afectada por la saturación de contenidos con enfoques distorsionados.

Las implicaciones éticas de la manipulación informativa han puesto en evidencia la necesidad de fortalecer la responsabilidad social en los medios digitales, debido a la ausencia de la aplicación de autorregulación y la ausencia de estándares éticos claramente definidos han permitido que estas prácticas persistan sin mayores consecuencias. La carencia de una cultura periodística fundamentada en la veracidad y la transparencia ha generado un entorno en el que la audiencia percibe que la ética en la comunicación digital es una variable secundaria frente a la rentabilidad y la influencia política.

5.2. Recomendaciones

Fortalecer los procesos de verificación y transparencia en los medios digitales es esencial para mitigar la manipulación informativa y garantizar la difusión de contenido veraz. La implementación de protocolos de validación de datos antes de la publicación de noticias, así como la identificación clara de fuentes, contribuirá a mejorar la credibilidad de la información. La capacitación continua de los periodistas en metodologías de fact-checking y en el uso de herramientas tecnológicas para la detección de información falsa permitirá reducir la incidencia de contenidos manipulados.

Promover la educación mediática y la alfabetización digital en la sociedad facilitará la identificación de información manipulada y reducirá el impacto de la desinformación en la opinión pública. El diseño e implementación de programas educativos orientados a la formación de una ciudadanía crítica permitirá que los usuarios de medios digitales desarrollen habilidades para analizar el contenido que consumen y distinguir entre información objetiva y manipulada. La integración de módulos sobre verificación de información en el currículo educativo y la realización de campañas de concienciación en plataformas digitales contribuirán a reducir la vulnerabilidad del público ante estrategias de manipulación.

Reforzar la ética periodística en los medios digitales a través de la adopción de estándares claros de responsabilidad informativa garantizará un ejercicio comunicacional más transparente y comprometido con la veracidad. La implementación de códigos deontológicos en las redacciones digitales, acompañados de mecanismos de supervisión interna y auditorías periódicas sobre el cumplimiento de principios éticos, permitirá generar un compromiso real con la calidad de la información. La creación de espacios de autoevaluación y la promoción de una cultura de rectificación de errores fortalecerán la confianza del público en la prensa digital.

REFERENCIAS

- Alonso Estrada-Cuzcano, Karen Alfaro-Mendives, & Valeria Saavedra-Vásquez. (2020/05/16). Disinformation y Misinformation, Posverdad y Fake News: precisiones conceptuales, diferencias, similitudes y yuxtaposiciones. (42). doi:10.34096/ics.i42.7427
- Andrade, M. (2021). *Medios de Comunicación y Sociedad*. Opciones Digitales.
- Arjona-Granados, M.-d., Agramón-Mata, J.-F., & Lechuga-Cardozo, J.-I. (null). La desinformación en la percepción de los usuarios de internet. *SABER, Ciencia y Libertad*, 19(2), 143-165. doi:10.18041/2382-3240/saber.2024v19n2.12008
- Arriola Rosales, C. (2024/06/20). La ética en la era digital. 7(1). doi:10.46734/revcientifica.v7i1.81
- Arrojo, M. (2022). Valores éticos y cambio tecnológico en la comunicación audiovisual: de la ciencia a la tecnología. *Palabra Clave*, 22(1). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64960593008>
- Castaño Sánchez, A., Ibarra Núñez, M., & Torres Mendoza, M. (2020). Comportamiento Mediático y Estrategias de aprendizaje informales en adolescentes ecuatorianos. *Revista Científica*, 5(15), 44-66. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=563662155003>
- Echeverría, M., & Rodríguez Cano, C. (2023). ¿La alfabetización digital activa la incredulidad en noticias falsas? Eficacia de las actitudes y estrategias contra la desinformación en México. *Revista de Comunicación*, 22(2), 79-95. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=589475992005>
- Erika Elizabeth Cuji Sislema. (null). Análisis de los contenidos de interculturalidad en la programación de Radio La Voz de Guamote, periodo octubre 2022 - febrero 2023.

- Gamboa Orozco, L., & Álvarez Beltrán, M. (2023). Responsabilidad social corporativa en los medios de comunicación. 7(1). doi:10.26820/reciamuc/7.(1).enero.2023.400-409
- García-Ruiz, R., & Pérez-Escoda, A. (null). Comunicación y Educación en un mundo digital y conectado. Presentación. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 18(2), 1-15. doi:10.7195/ri14.v18i2.1580
- Guallar, J., Codina, L., Pere, F., & Pérez-Montoro, M. (2020). Desinformación, bulos, curación y verificación. Revisión de estudios en Iberoamérica 2017-2020. *Telos*, 22(3), 595-613. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99364425011>
- Loachamín, D., & Oña, E. (null). Manejo de ética periodística en medios audiovisuales públicos y privados. Estudio comparativo de casos (de Casa en Casa y En Contacto).
- Méndez Páez, L. (2021). El periodismo ante la desinformación. *Quórum Académico*, 18(2), 111-114. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199069418007>
- Merchant Ley, D. (2017). Censura y manipulación de la información en Baja California Materialización del poder en los procesos de producción noticiosa de los periódicos. *Argumentos*, 30(85), 65-83. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59555067008>
- Navarrete, M., & Romero, R. (2021). Estrategia didáctica para fortalecer las competencias de producción mediática desde la comunicación para el desarrollo. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 12. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521665144025>
- Padilla Castillo, G. (2021). ÉTICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: PRENSA, RADIO, TV Y CINE. María del Mar López Talavera. Editorial UOC, Barcelona, 2016. *Vivat Academia*(139), 95-96. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=525754431008>

- Paladino, A., Villalba, M., & Miguel, M. (2021). Entrevista a Martín Alfredo Becerra. Desinformación, fake news y posverdad. *Palabra Clave (La Plata)*, 10(2). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=350566284019>
- Parret, H. (2024). Comunicación, manipulación, seducción. La pragmática de la transparencia. *Tópicos del Seminario*, 2(52), 22-34. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59478507003>
- Peña, R. (null). Noticias falsas en tiempos de la posverdad. *Revista mexicana de opinión pública*(33), 89-102. doi:10.22201/fcpys.24484911e.2022.33.82237
- Relea, C. (null). La desinformación en los medios de comunicación de masas: Análisis del caso español.
- Rivera, R., & Bravo, C. (null). Estado y narcotráfico: Crimen organizado y cadenas de valor. *URVIO, Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad*, 28, 8-29. doi:10.17141/urvio.28.2020.4410
- Rodrigo-Alsina, M., & Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos.info*, 225-239. Obtenido de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2019000100225&nrm=iso
- Rodríguez-Hidalgo, C., Herrero, J., & Aguaded-Gómez, I. (2021). La verificación periodística frente a la mentira en los procesos electorales de Ecuador y España. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*(34), 41-62. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476165932002>
- Silva, N., Paredes, I., & Ocaña, J. (null). La calidad de la información en los medios digitales de noticia. *RECIMUNDO*, 6(4), 46-57. doi:10.26820/recimundo/6.(4).octubre.2022.46-57

Suárez Montoya, L. (2020). Primavera del periodismo en Venezuela: cooperación y democracia. Aproximación desde la ética de la razón cordial. *Telos*, 22(3), 579-594. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99364425010>

Tabja Salgado, J. (2021). El montaje en ciencias y las fake news: las dos caras de la desinformación en democracia. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, 16(46), 41-53. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=92467621012>

ANEXOS

Anexo 1.*Tutorías*

Anexo 2.

Formato de Matriz de Consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA
Manipulación informativa de los medios de comunicación digitales en el Ecuador y el principio de responsabilidad ética	¿Cómo influye la manipulación informativa en los medios de comunicación digitales del Ecuador en la formación de la opinión pública, y qué rol desempeña el principio de responsabilidad ética para mitigar este fenómeno?	General Analizar las prácticas de manipulación informativa en los medios digitales ecuatorianos y su relación con el principio de responsabilidad ética en la comunicación	La manipulación informativa en los medios de comunicación digitales ecuatorianos (El Telégrafo, El Comercio, y El Universo) afecta negativamente el principio de responsabilidad ética en el periodismo, disminuyendo la credibilidad de estos medios y alterando la percepción pública de la información	Independiente Responsabilidad ética en los medios de comunicación digitales	Prácticas de manipulación Plataformas y medios Intencionalidad y motivación Impacto en la percepción pública	Enfoque de investigación Mixto (cualitativo y cuantitativo)	Población Habitantes de las ciudades de Quito (2.239.191), Guayaquil (2.350.915) y Babahoyo (153.776) donde los medios digitales están altamente posicionados.
		Específicos Identificar las principales prácticas de manipulación informativa en los medios de comunicación digitales seleccionados. Explorar cómo estas prácticas afectan la credibilidad y percepción pública de los medios. Evaluar las implicaciones éticas de las prácticas de manipulación informativa en el contexto ecuatoriano.		Dependiente Prácticas de manipulación informativa Estrategias editoriales de los medios de comunicación digitales Presiones externas Percepción y consumo de los usuarios			

Nota. Elaboración propia.

Anexo 3

Formato de Matriz de Operacionalización de Variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítem/Instrumento
V. Independiente Manipulación informativa	La manipulación informativa es un fenómeno que incluye la creación y difusión de contenidos falsos, inexactos o engañosos diseñados intencionalmente para causar daño público o lograr beneficios particulares, como influir en comportamientos políticos, económicos o ideológicos. (Guallar et al., 2020).	Prácticas de manipulación	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de titulares sensacionalistas • Selección parcial o sesgada de información. • Descontextualización de datos. 	Entrevista Cuestionario dirigido a representante de medios digitales.
		Plataformas y medios	<ul style="list-style-type: none"> • Medios digitales predominantes (webs de noticias, redes sociales). • Métodos de difusión de contenidos manipulados. • Alcance de las plataformas. 	
		Intencionalidad y motivación	<ul style="list-style-type: none"> • Intereses políticos, económicos o ideológicos detrás de la manipulación. • Frecuencia de la manipulación según el medio. • Impacto de los algoritmos en la amplificación de contenidos. 	
		Impacto en la percepción pública	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de desconfianza hacia los medios digitales. • Percepción de credibilidad de los medios por parte de la audiencia. 	
V. Dependiente Responsabilidad ética	La responsabilidad se entiende como el compromiso consciente y disciplinado que asume un individuo o institución para garantizar el bienestar colectivo, actuando con integridad y priorizando la protección de la vida, la seguridad y el bien común. Esto incluye asumir las consecuencias de las acciones realizadas, promoviendo un desarrollo ético que trascienda los intereses individuales y contribuya al beneficio de la sociedad en su conjunto (Arriola, 2024).	Cumplimiento de principios éticos	<ul style="list-style-type: none"> • Adherencia a códigos deontológicos en los medios. • Transparencia en la producción y difusión de noticias. • Acciones correctivas frente a errores. 	Entrevista Cuestionario dirigido a expertos en comunicación y ética Encuestas Cuestionario cerrado dirigido a lectores consumidores de medios digitales de Quito, Guayaquil y Babahoyo.
		Rendición de cuentas	<ul style="list-style-type: none"> • Mecanismos para corregir información falsa o manipulada. • Nivel de autocrítica por parte de los medios. • Disponibilidad de políticas públicas sobre ética en medios digitales. 	
		Impacto en la ciudadanía	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de la alfabetización mediática y digital. • Participación de la audiencia en la verificación de noticias. • Formación de una ciudadanía crítica y ética. 	
		Formación y preparación ética	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de capacitación ética de los comunicadores digitales. • Inclusión de formación ética en currículos de comunicación y periodismo. 	

Nota. Elaboración propia.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Tema: Manipulación informativa de los medios de comunicación digitales en el Ecuador y el principio de responsabilidad ética.

GUÍA DE ENTREVISTA

Introducción

Muchas gracias por aceptar esta entrevista. Estamos realizando una investigación como parte de mi proyecto de tesis titulado “Manipulación informativa de los medios de comunicación digitales en el Ecuador y el principio de responsabilidad ética”.

Objetivo

Analizar las prácticas de manipulación informativa en los medios digitales ecuatorianos y comprender cómo estas afectan la credibilidad de los medios, así como explorar las implicaciones éticas relacionadas. Sus respuestas serán de gran valor para identificar soluciones y estrategias que puedan fortalecer la ética y responsabilidad en los medios digitales del país.

Cuestionario para los representantes de los medios

Preguntas	Respuestas
En su experiencia, ¿cómo ha afectado la digitalización de los medios la calidad y credibilidad de la información en Ecuador?	
¿Cuáles considera que son los principales desafíos éticos que enfrenta su medio al equilibrar la generación de tráfico y la difusión de contenido veraz?	
En su opinión, ¿por qué los medios digitales recurren con frecuencia a titulares sensacionalistas o inexactos?	
¿Cómo define su medio la línea entre un sesgo editorial aceptable y la manipulación informativa?	

¿Qué papel considera que juegan las redes sociales en la difusión de información y cómo gestiona su medio los riesgos de desinformación?	
Desde su perspectiva, ¿cómo influyen las presiones externas, como las políticas o económicas, en la presentación de la información en su medio?	
¿Qué estrategias implementa su medio para garantizar la transparencia y la veracidad en la información que publican?	
Según su experiencia, ¿cómo afecta la manipulación informativa la percepción pública de los medios digitales en Ecuador?	
¿Qué tipo de formación o preparación considera que es esencial para que los periodistas de su medio puedan enfrentar los retos éticos del entorno digital?	
¿Qué medidas recomendaría para restaurar o fortalecer la confianza del público en los medios digitales ecuatorianos?	

Agradezco su tiempo y disposición para compartir su experiencia y conocimientos en este tema tan relevante.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Tema: Manipulación informativa de los medios de comunicación digitales en el Ecuador y el principio de responsabilidad ética.

GUÍA DE ENTREVISTA

Introducción

Muchas gracias por aceptar esta entrevista. Estamos realizando una investigación como parte de mi proyecto de tesis titulado “Manipulación informativa de los medios de comunicación digitales en el Ecuador y el principio de responsabilidad ética”.

Objetivo

Analizar las prácticas de manipulación informativa en los medios digitales ecuatorianos y comprender cómo estas afectan la credibilidad de los medios, así como explorar las implicaciones éticas relacionadas. Sus respuestas serán de gran valor para identificar soluciones y estrategias que puedan fortalecer la ética y responsabilidad en los medios digitales del país.

Cuestionario que aborda temas sobre manipulación informativa y responsabilidad ética en los medios digitales

Preguntas	Respuestas
En su opinión, ¿cuáles son las principales razones detrás de la manipulación informativa en los medios digitales en Ecuador?	
Desde su experiencia, ¿cómo afecta la manipulación informativa a la percepción de la ciudadanía sobre la democracia y la transparencia?	
¿Qué responsabilidad considera que tienen los periodistas y los medios digitales en la formación de una ciudadanía informada y participativa?	
En su experiencia, ¿cree que las facultades de comunicación en Ecuador están preparando	

adecuadamente a los futuros periodistas para enfrentar los retos éticos del entorno digital?	
Como experto, ¿qué responsabilidad tienen los estrategas políticos en la propagación de información manipulada en los medios digitales?	
¿Cree que sería necesaria una regulación más estricta para reducir la manipulación informativa en Ecuador? De ser así, ¿cómo podría balancearse con la libertad de expresión?	
En su opinión, ¿hasta qué punto los periodistas ecuatorianos están dispuestos a reconocer y corregir errores relacionados con la difusión de información?	
Desde su perspectiva, ¿cómo afecta la presión por la inmediatez y los clics en la calidad y ética de la información en los medios digitales?	
¿Cómo considera que el principio de responsabilidad ética podría transformar el panorama mediático digital en Ecuador?	
¿Qué acciones urgentes recomendaría para fortalecer la ética y veracidad en los medios digitales ecuatorianos desde su área de especialización?	

Agradezco su tiempo y disposición para compartir su experiencia y conocimientos en este tema tan relevante.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Tema: Manipulación informativa de los medios de comunicación digitales en el Ecuador y el principio de responsabilidad ética.

Objetivo: Analizar la percepción de los usuarios sobre la manipulación informativa y la responsabilidad ética en los medios digitales ecuatorianos, evaluando aspectos como la veracidad, la transparencia, la influencia del sensacionalismo y el impacto de las redes sociales en la credibilidad de las noticias.

CUESTIONARIO DE ENCUESTA

1. **En general, siento que los medios digitales ecuatorianos presentan información objetiva y veraz.**
 - (1) Totalmente en desacuerdo
 - (2) En desacuerdo
 - (3) Neutral
 - (4) De acuerdo
 - (5) Totalmente de acuerdo

2. **Creo que los medios digitales manipulan la información para favorecer ciertos intereses políticos o económicos.**
 - (1) Totalmente en desacuerdo
 - (2) En desacuerdo
 - (3) Neutral
 - (4) De acuerdo
 - (5) Totalmente de acuerdo

3. **Considero que los periodistas en los medios digitales ecuatorianos cumplen con estándares éticos en la presentación de las noticias.**
 - (1) Totalmente en desacuerdo
 - (2) En desacuerdo
 - (3) Neutral

- (4) De acuerdo
 - (5) Totalmente de acuerdo
- 4. Los titulares de las noticias en los medios digitales suelen ser sensacionalistas o engañosos para atraer más visitas.**
- (1) Totalmente en desacuerdo
 - (2) En desacuerdo
 - (3) Neutral
 - (4) De acuerdo
 - (5) Totalmente de acuerdo
- 5. Siento que la manipulación de la información en los medios digitales ecuatorianos afecta mi capacidad para formar una opinión informada sobre los temas de actualidad.**
- (1) Totalmente en desacuerdo
 - (2) En desacuerdo
 - (3) Neutral
 - (4) De acuerdo
 - (5) Totalmente de acuerdo
- 6. Confío en que los medios digitales ecuatorianos hacen esfuerzos por verificar la veracidad de la información antes de publicarla.**
- (1) Totalmente en desacuerdo
 - (2) En desacuerdo
 - (3) Neutral
 - (4) De acuerdo
 - (5) Totalmente de acuerdo
- 7. Los medios digitales en Ecuador presentan diversas perspectivas en las noticias que publican, lo que contribuye a un enfoque más equilibrado y justo.**
- (1) Totalmente en desacuerdo

- (2) En desacuerdo
- (3) Neutral
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

8. Creo que las redes sociales influyen significativamente en la manipulación de la información que consumimos a través de los medios digitales.

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Neutral
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

9. Pienso que los medios digitales deberían ser más transparentes acerca de sus fuentes de información y los procesos de verificación.

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Neutral
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

10. La manipulación informativa en los medios digitales afecta negativamente mi confianza en las noticias que consumo.

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Neutral
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

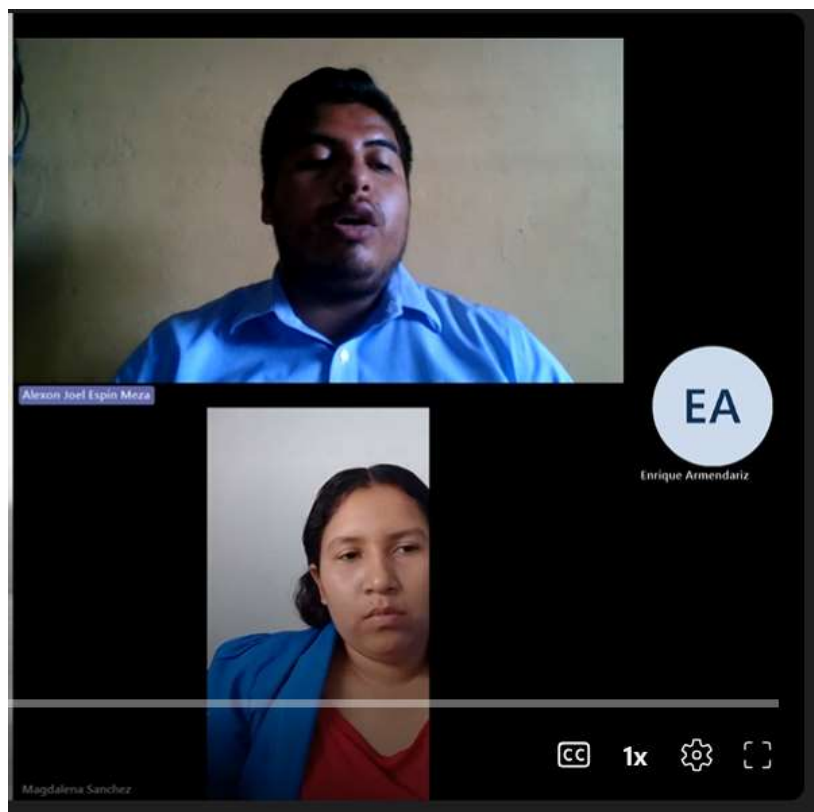
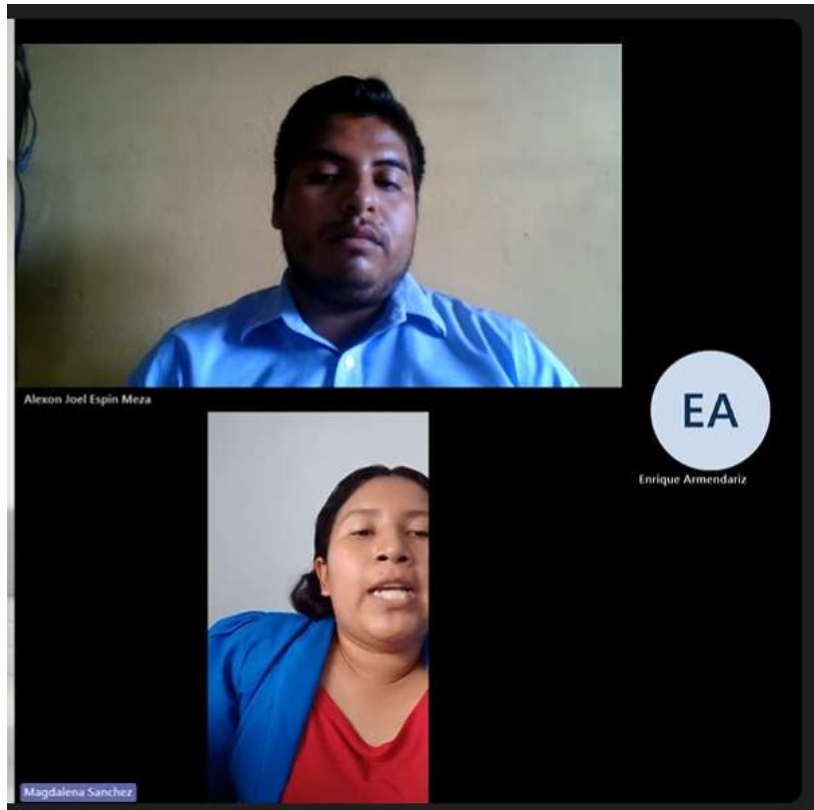
Anexo 4.

Aplicación de la encuesta usando Google Forms



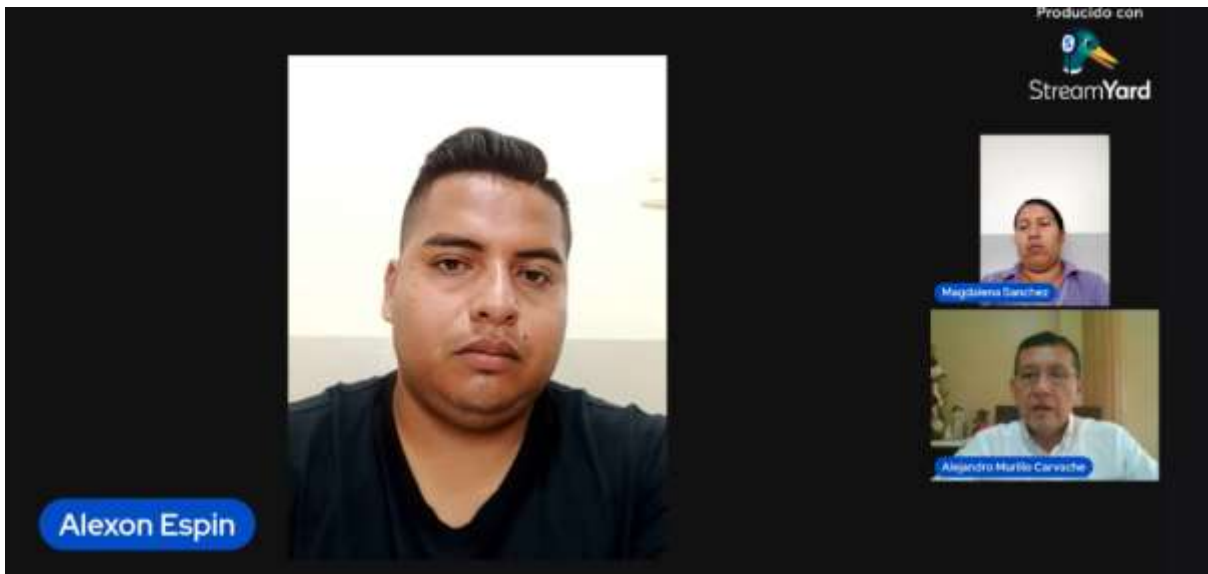
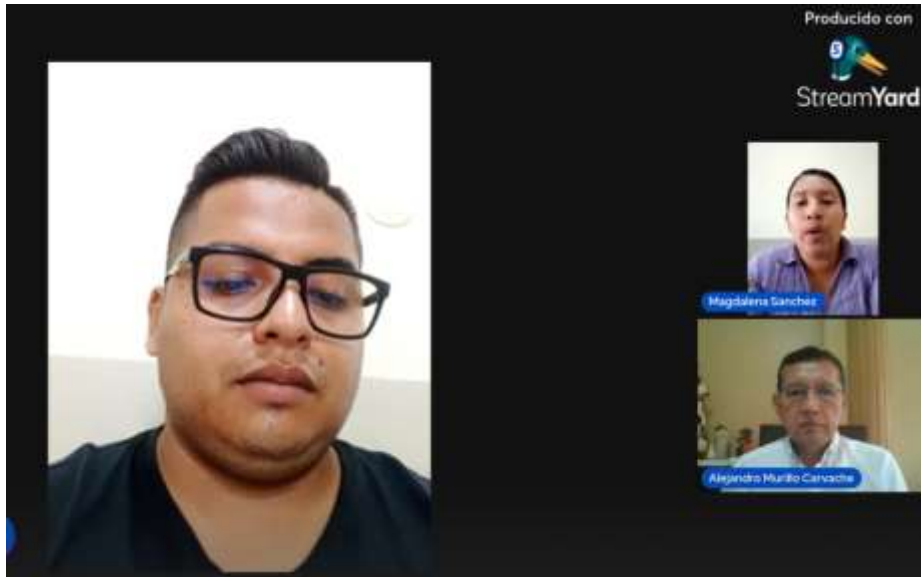
Anexo 5.

Entrevista con el Tecnólogo Enrique Armendariz Cevallos.



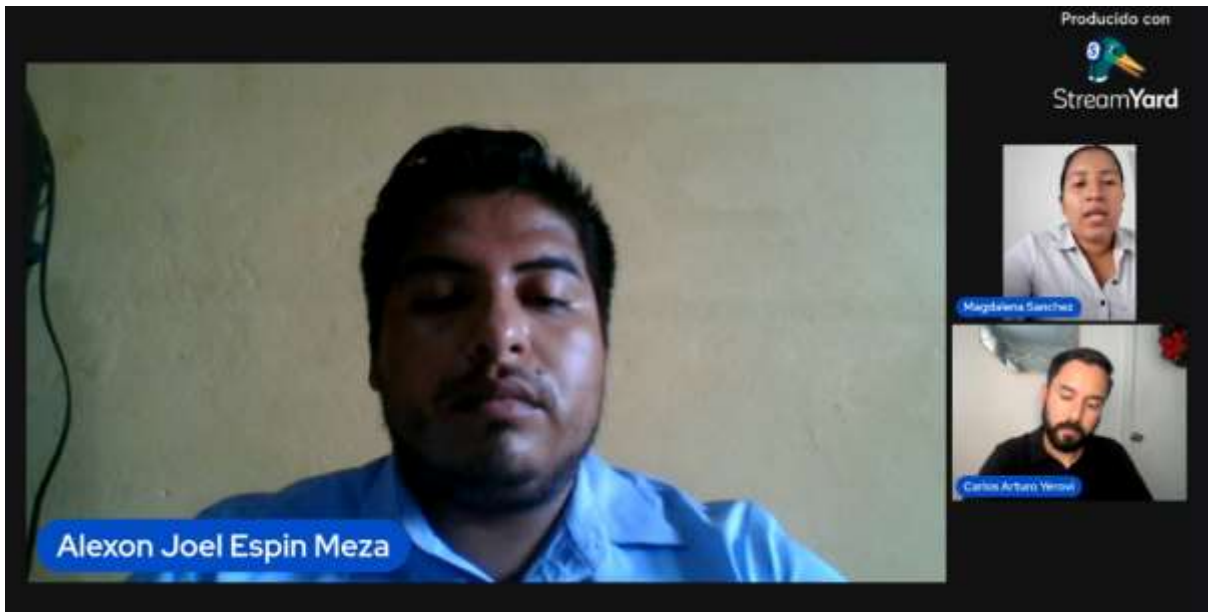
Anexo 6.

Entrevista con el Dr. Orlando Alejandro Murillo Carbache.



Anexo 7.

Entrevista Msc. Arturo Yerovi Villalba.



Anexo 8. Tabulación de encuestas

6. ¿Considera usted que los periodistas en los medios digitales ecuatorianos cumplen con estándares éticos en la presentación de las noticias?

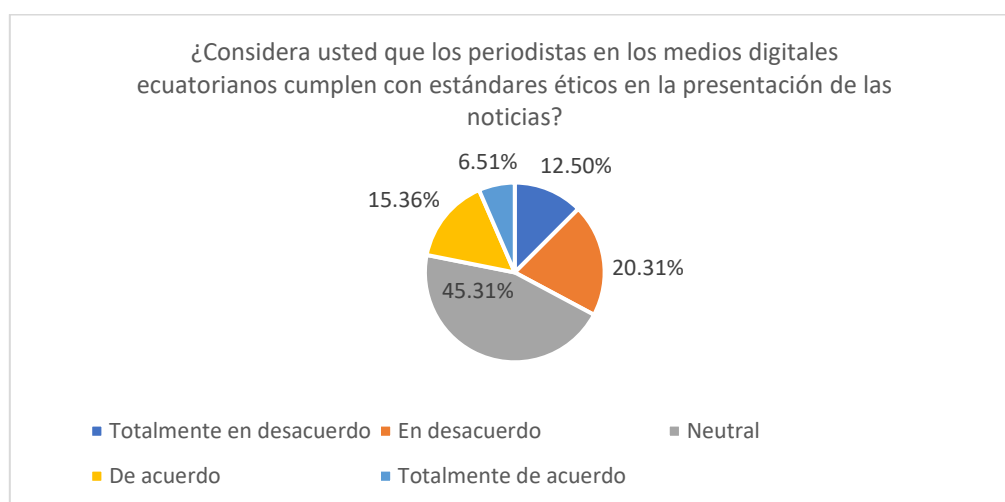
Tabla 10.

Cumplimiento de estándares éticos en los medios digitales ecuatorianos

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente en desacuerdo	48	12,50%
En desacuerdo	78	20,31%
Neutral	174	45,31%
De acuerdo	59	15,36%
Totalmente de acuerdo	25	6,51%
Total	384	100,00%

Figura 6.

Cumplimiento de estándares éticos en los medios digitales ecuatorianos



Los resultados reflejan que un 32.81% de los encuestados considera que los periodistas en los medios digitales ecuatorianos no cumplen con estándares éticos, mientras que un 45.31% mantiene una postura neutral. Solo un 21.87% está de acuerdo con la afirmación de que se respetan principios éticos en la presentación de las noticias. El alto porcentaje de respuestas neutrales sugiere que una gran parte de los encuestados no tiene una percepción clara sobre la ética periodística en medios digitales. La proporción de desacuerdo refleja una percepción generalizada de que la ética en la comunicación digital es cuestionable, mientras que el bajo porcentaje de acuerdo indica que la confianza en la responsabilidad ética de los periodistas es limitada. Esto podría estar relacionado con la proliferación de desinformación y el uso de estrategias sensacionalistas.

7. ¿Cree usted que los medios digitales en Ecuador presentan diversas perspectivas en las noticias que publican, lo que contribuye a un enfoque más equilibrado y justo?

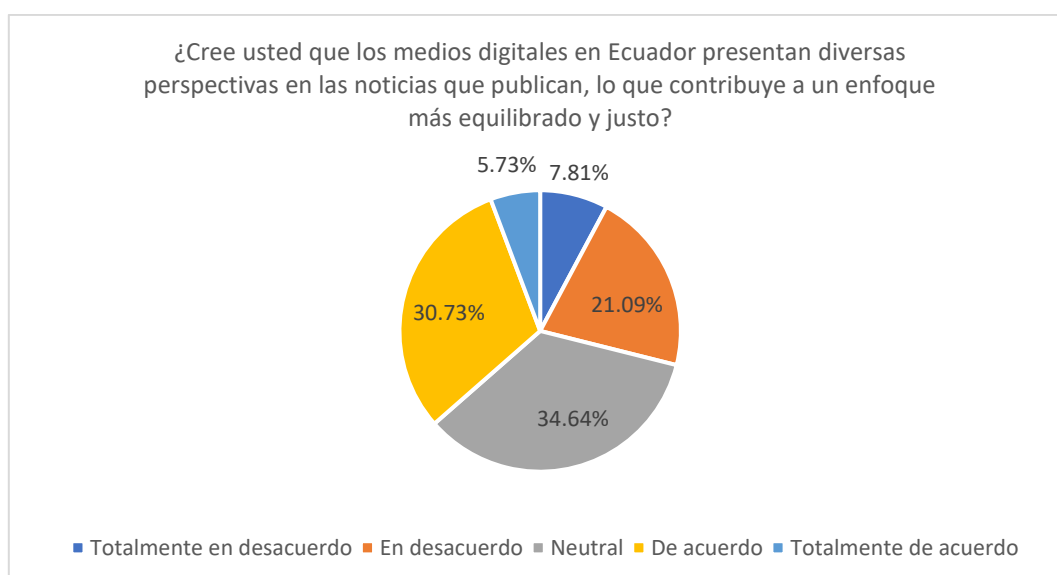
Tabla 11.

Percepción sobre la diversidad de perspectivas en los medios digitales ecuatorianos

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente en desacuerdo	30	7,81%
En desacuerdo	81	21,09%
Neutral	133	34,64%
De acuerdo	118	30,73%
Totalmente de acuerdo	22	5,73%
Total	384	100,00%

Figura 7.

Percepción sobre la diversidad de perspectivas en los medios digitales ecuatorianos



Los datos reflejan que un 28.90% de los encuestados no cree que los medios digitales ecuatorianos presenten diversas perspectivas en sus noticias, mientras que un 34.64% mantiene una postura neutral. Un 38.54% considera que estos medios sí ofrecen un enfoque equilibrado y justo, con un 30.73% de acuerdo y un 7.81% totalmente de acuerdo. Existe una división en la percepción sobre la diversidad de enfoques en los medios digitales. La desconfianza en la diversidad de enfoques puede estar relacionada con la percepción de sesgo editorial o con la tendencia de los medios a priorizar ciertas narrativas en función de intereses políticos o comerciales.

8. ¿Piensa usted que los medios digitales deberían ser más transparentes acerca de sus fuentes de información y los procesos de verificación?

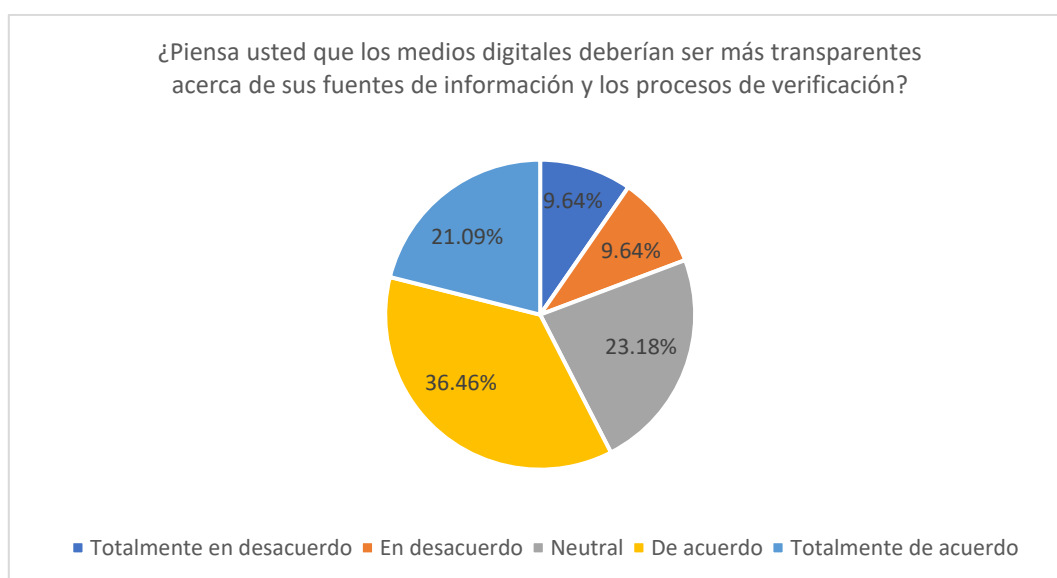
Tabla 12.

Percepción sobre la transparencia de los medios digitales ecuatorianos

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente en desacuerdo	37	9,64%
En desacuerdo	37	9,64%
Neutral	89	23,18%
De acuerdo	140	36,46%
Totalmente de acuerdo	81	21,09%
Total	384	100,00%

Figura 8.

Percepción sobre la transparencia de los medios digitales ecuatorianos



Los resultados reflejan que un 57.55% de los encuestados considera que los medios digitales deberían ser más transparentes sobre sus fuentes y procesos de verificación, con un 36.46% de acuerdo y un 21.09% totalmente de acuerdo. Un 23.18% mantiene una postura neutral, mientras que solo un 19.28% está en desacuerdo con esta necesidad de mayor transparencia. La mayoría de los encuestados percibe una falta de claridad en la manera en que los medios digitales manejan sus fuentes y verifican la información. El bajo nivel de desacuerdo indica que pocos consideran que la transparencia en los medios digitales es adecuada, lo que refuerza la idea de que la confianza en estos medios está condicionada por la falta de acceso a procesos verificables.

9. ¿Confía usted en que los medios digitales ecuatorianos hacen esfuerzos por verificar la veracidad de la información antes de publicarla?

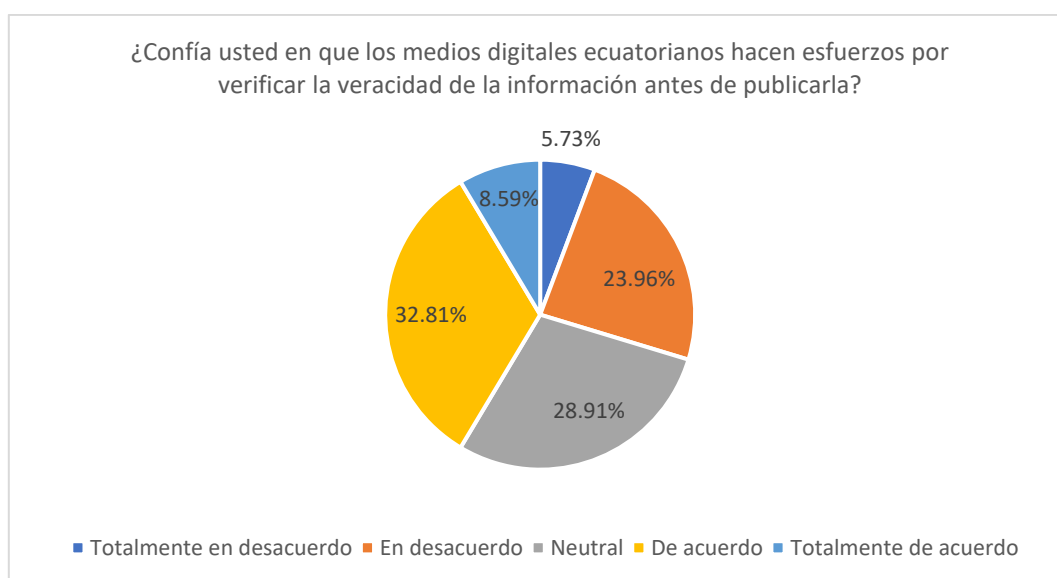
Tabla 13.

Confianza en la verificación de la información en los medios digitales ecuatorianos

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente en desacuerdo	22	5,73%
En desacuerdo	92	23,96%
Neutral	111	28,91%
De acuerdo	126	32,81%
Totalmente de acuerdo	33	8,59%
Total	384	100,00%

Figura 9.

Confianza en la verificación de la información en los medios digitales ecuatorianos



Los resultados reflejan que un 32,55% de los encuestados desconfía de que los medios digitales ecuatorianos verifiquen la veracidad de la información antes de publicarla, mientras que un 28,91% mantiene una postura neutral. Un 32,81% confía en que estos medios realizan esfuerzos de verificación, aunque solo un 8,59% está totalmente de acuerdo con esta afirmación. Un porcentaje significativo expresa dudas o incertidumbre sobre la rigurosidad con la que se valida la información antes de su publicación. La proporción de encuestados que está de acuerdo sugiere que algunos perciben esfuerzos por garantizar la veracidad, aunque el bajo porcentaje de respuestas en "totalmente de acuerdo" indica que esta confianza no es absoluta. Esto puede estar relacionado con la difusión frecuente de información errónea y la falta de transparencia en las fuentes utilizadas.

10. ¿Los titulares de las noticias en los medios digitales suelen ser sensacionalistas o engañosos para atraer más visitas?

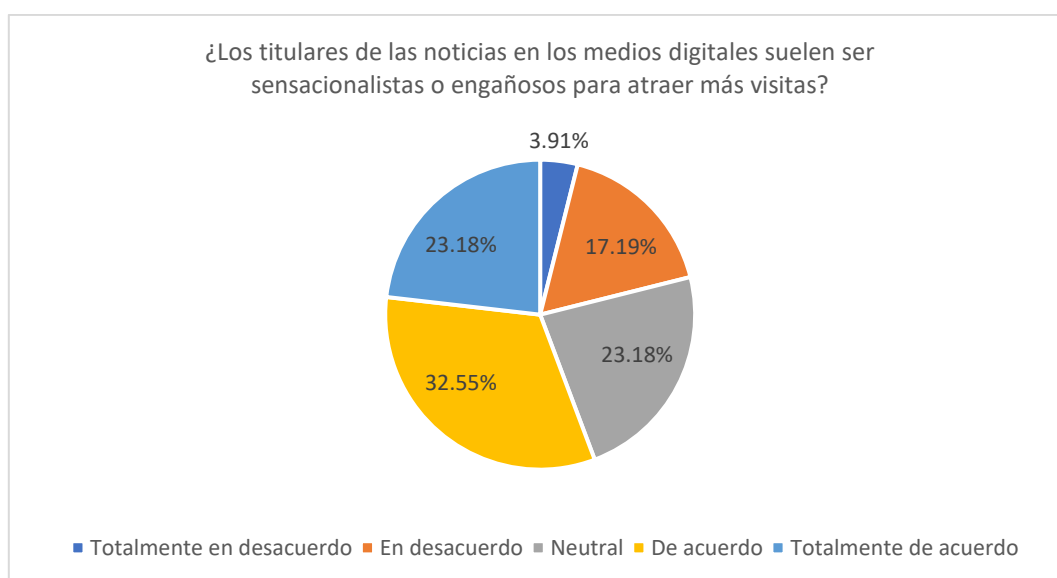
Tabla 14.

Uso de titulares sensacionalistas o engañosos en los medios digitales ecuatorianos

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente en desacuerdo	15	3,91%
En desacuerdo	66	17,19%
Neutral	89	23,18%
De acuerdo	125	32,55%
Totalmente de acuerdo	89	23,18%
Total	384	100,00%

Figura 10.

Uso de titulares sensacionalistas o engañosos en los medios digitales ecuatorianos



Los datos muestran que un 55.73% de los encuestados considera que los medios digitales utilizan titulares sensacionalistas o engañosos para atraer más visitas, con un 32.55% de acuerdo y un 23.18% totalmente de acuerdo. Un 23.18% adopta una postura neutral, mientras que un 21.10% está en desacuerdo con esta afirmación. La percepción de que los medios digitales recurren al sensacionalismo en sus titulares es predominante, lo que sugiere que la audiencia identifica esta estrategia como una práctica común. La proporción de respuestas neutrales indica que algunos encuestados no han reflexionado sobre este fenómeno o no han identificado casos concretos. El porcentaje de desacuerdo, aunque minoritario, muestra que existe un segmento de la población que confía en la precisión de los titulares en los medios digitales.