



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación

Carrera: Comunicación



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

TEMA:

**GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA
DESINFORMACIÓN DE MEDIOS DIGITALES EN EL CANTÓN DE
QUEVEDO**

AUTOR:

LÓPEZ JIJÓN SANTIAGO ALEXANDER

TUTORA:

MSC. LILIANA IVETT URQUIZA MENDOZA

QUEVEDO – ECUADOR

2025



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación
Carrera: Comunicación



DEDICATORIA

Este material de estudio está dedicado a mis padres: Carmen Yolanda Jijón Sacón, Santiago Eugenio López Valencia, también a personas que me han apoyado de manera incondicional: Henry Darmon Montes Yagual, María Mercedes Morales Mendoza, a mis abuelos que fueron como padres para mí, a quienes siempre llamaré como Mi Mami Siria y mi Papi Vidal que ahora se encuentran en el cielo, esto es por y para ustedes.

Se lo dedico principalmente a Dios por la oportunidad y bendición que me ha dado de estar aquí durante este tiempo, por permitirme aprender y crecer cualidades que he aportado al proceso y así alcanzar mis objetivos, sueños y anhelos.

Estás personas que, por ser tan solidarias durante este período de mi vida, quienes me enseñaron cosas importantes, correctas y sus palabras de aliento me hicieron seguir adelante, avanzar con mi meta en donde logré entender el significado sobre la responsabilidad.

Alex López Jijón



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación



Carrera: Comunicación

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por lo que la vida me ha ofrecido para completar este proceso y la oportunidad de desarrollar mi potencial, en el que demuestro sabiduría al completar esta investigación.

A mis padres: Carmen Yolanda Jijón Sacón, Santiago Eugenio López Valencia, por su gran apoyo, por darme un gran ejemplo de trabajo y seriedad, quienes siempre han estado en mi crecimiento y siempre me han brindado todo el apoyo desde un inicio, a personas muy importantes en mi día a día como lo son: Henry Darmon Montes Yagual, María Mercedes Morales Mendoza, quienes siempre me han dado la mano en momentos insólitos de mi existencia, todas estas aquellas personas que siempre me brindan consejos y paciencia han dado frutos para dar por realizado este proyecto investigativo.

Sobre todo, agradezco a mis abuelitos o como yo les suelo decir, mi Mami Siria Sacón y mi Papi Vidal Quinto, quienes fueron una parte fundamental desde mis primeros pasos hasta este increíble momento, gracias a sus valores y forma de criarme he llegado a ser la persona que soy, enseñándome que la perseverancia, esfuerzo, sacrificio y dedicación nos ofrece grandes recompensas.

A la Universidad Técnica de Babahoyo “Extensión Quevedo” y a sus magníficos docentes que me transmitieron sus conocimientos, al Licenciado MSc. Jaime Navia y a mi Tutora de Tesis, la Licenciada MSc. Liliana Ivett Urquiza Mendoza, por guiarme, enseñarme y

orientarme en esta ardua investigación, para que de tal manera poder obtener la oportunidad de formarme como un futuro profesional en la carrera que he decidido seguir.

Alex López Jijón



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación
Carrera de Comunicación



CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **SANTIAGO ALEXANDER LÓPEZ JIJÓN**, portador de la cedula de ciudadanía **1205540287**, en calidad de autor del informe final del trabajo de integración curricular previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación, declaro que soy autor del presente trabajo de investigación. El mismo que es original, autentico y personal, con el tema:

**GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA
DESINFORMACIÓN DE MEDIOS DIGITALES EN EL CANTÓN DE
QUEVEDO**

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, en el derecho de su facultad y potestad, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

LÓPEZ JIJÓN SANTIAGO ALEXANER

CI.: 1205540287



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación
Carrera de Comunicación



ACTA DE CALIFICACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR, TITULADO: **GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA DESINFORMACIÓN DE MEDIOS DIGITALES EN EL CANTÓN DE QUEVEDO**

PRESENTADO POR EL SR.:
LÓPEZ JIJÓN SANTIAGO ALEXANDER

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:

MSC. TIYLOR IVAN PALMA SOSA
DELEGADO DE LA DECANA

ISC. MAYRA DEL ROCIO DUARTE
MENDOZA
PROFESORA ESPECIALISTA

MSC. EZEQUIEL ALFREDO IBARVO ARIAS
DELEGADO DE LA UIC

SANDRA VITERI GARCIA
SECRETARIA DE LA FCJSE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación
Carrera de Comunicación



Quevedo, 20 de febrero del 2025

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL
DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

En mi calidad de tutor del informe final del informe final del trabajo de integración curricular previo a la obtención del título de licenciado en comunicación, designado por el consejo directivo mediante oficio N° 198 con fecha 05 de diciembre de 2024, certifica la presente resolución **CD-FAC.CJ.S.E.-SO-012-RES-001-2024**; del cual certifico que: **ÉL SR. SANTIAGO ALEXANDER LÓPEZ JIJÓN** , ha desarrollado el informe final del trabajo de integración curricular previo a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación denominado: **GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA DESINFORMACIÓN DE MEDIOS DIGITALES EN EL CANTÓN DE QUEVEDO**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas, técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Trabajo de Integración Curricular y lo entregue a la Coordinación de Titulación de la Extensión Quevedo, de la Universidad Técnica de Babahoyo; y se proceda a conformar la comisión de especialistas de sustentación designado para la defensa del mismo.

Lcda. Liliana Ivett Urquiza Mendoza, MSc.

DOCENTE TUTORA DE LA FCJSE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación
Carrera de Comunicación



Quevedo, 20 de febrero del 2025

**CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS
FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO DE COMPILATIO**

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Trabajo de Integración Curricular del Sr. **SANTIAGO ALEXANDER LÓPEZ JIJÓN**, cuyo tema es: **GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA DESINFORMACIÓN DE MEDIOS DIGITALES EN EL CANTÓN DE QUEVEDO**, certifico que el trabajo investigativo fue analizado por el sistema de anti plagio, **Compilatio**, obteniendo como porcentaje de similitud con otras fuentes (**15%**), resultado que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el trabajo final el porcentaje máximo permitido según el **Artículo 61 de la Normativa de la Unidad de Integración Curricular de la Universidad Técnica de Babahoyo**, considera hasta el **20%**, se **APRUEBA** el trabajo de Titulación para que el estudiante continúe a la fase de la defensa.

Se adjunta el certificado del sistema anti plagio como evidencia del porcentaje indicado.

Lcda. Liliana Ivett Urquiza Mendoza, MSc.

DOCENTE TUTORA DE LA FCJSE

Gestión de la Comunicación y su Incidencia en la Desinformación de Medios Digitales en el Cantón de Quevedo

En esta Tesis se indica como los medios digitales gestionan y mitigan la desinformación y de cómo aquello impacta a la ciudadanía del cantón de Quevedo.



Nombre del documento: Gestión de la Comunicación y su Incidencia en la Desinformación de Medios Digitales en el Cantón de Quevedo.docx
ID del documento: 96f2ce9acd9bb9a7a8816c46bf849a76ab873a59
Tamaño del documento original: 582,93 kB
Autor: Alex López Jijón

Depositante: Alex López Jijón
Fecha de depósito: 20/2/2025
Tipo de carga: url_submission
fecha de fin de análisis: 20/2/2025

Número de palabras: 11.165
Número de caracteres: 76.178

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	es.snhu.edu ¿Qué son los medios digitales y cuáles son sus tipos? - SNHU https://es.snhu.edu/blog/que-son-los-tipos-de-medios-digitales 6 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (155 palabras)
2	www.mundana.us 11 ejemplos de barreras de la comunicación y como vencerlas https://www.mundana.us/blog/barreras-de-la-comunicacion 3 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (119 palabras)
3	hotmart.com Medios digitales: qué son y cómo gestionarlos para destacarte https://hotmart.com/es/blog/medio-digital 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (98 palabras)
4	www.redeeduca.net Las barreras en el proceso de la comunicación: identificación y... https://www.redeeduca.net/blog/atencion-temprana/barreras-proceso-comunicacion#:~:text=A co... 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (100 palabras)
5	ventajasydesventajas.top 5 Ventajas y Desventajas de los Medios Digitales https://ventajasydesventajas.top/medios-digitales/ 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (103 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #4d2610 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (36 palabras)
2	doi.org https://doi.org/10.29105/gmjmx15.29-3	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (35 palabras)
3	Documento de otro usuario #25f909 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (33 palabras)
4	doi.org https://doi.org/10.26621/ra.v1i27.829	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (28 palabras)
5	la-respuesta.com Que son las barreras ideologicas? - La-Respuesta.com https://la-respuesta.com/mas-popular/Que-son-las-barreras-ideologicas/	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (35 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

-  <https://doi.org/10.37016/mr-2020-119>
-  <https://doi.org/10.59613/x6akpn10>
-  <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2016-1092>
-  <https://doi.org/10.1038/s41562-024-01884-x>
-  <https://doi.org/10.37016/mr-2020-130>

ÍNDICE

Contenido

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA INTELECTUAL	v
ACTA DE CALIFICACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR	vi
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN	vii
CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO DE COMPILATIO	viii
ÍNDICE.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT	xviii
CAPÍTULO I.....	1
Introducción.....	1
1.1 Marco Contextual	2
1.1.1 Contextualización Internacional.....	2
1.1.2 Contextualización Nacional.....	4
1.1.3 Contextualización Local.....	4
1.1.4 Contextualización Institucional	5
1.2 Planteamiento del Problema	6
1.2.1 Formulación del Problema	7
1.2.1.1 Problemas Específicos.....	7
1.2.2 Delimitación de la Investigación.....	8
1.3 Justificación.....	8
1.4 Objetivos de Investigación	9
1.4.1 Objetivo General.....	9
1.4.2 Objetivos Específicos.....	9

1.5 Hipótesis	10
1.5.1 Sub Hipótesis.....	10
1.6 Articulación del Tema	10
CAPÍTULO II.....	13
2.1 Antecedentes.....	13
2.2 Bases Teóricas.....	14
2.2.1 Gestión de la Comunicación en Entornos Digitales	14
2.2.2 Importancia de la Gestión de la Comunicación.....	14
2.2.3 Elementos Claves de la Gestión de la Comunicación	15
2.2.4 Áreas de la Gestión de la Comunicación	16
2.2.5 Medios Digitales.....	18
2.2.6 Medios Digitales y su Evolución	19
2.2.7 Ventajas y Desventajas de los Medios Digitales.....	20
2.2.8 Tipos de Barreras en la Comunicación	23
2.2.9 Brecha Digital y Desigualdad de Acceso	25
2.2.10 Desinformación Digital: Sus Causas y Efectos	26
2.2.11 Estrategias para Aplacar las Barreras de Comunicación y la Desinformación	28
CAPÍTULO III.....	30
Metodología	30
3.1 Tipo y Diseño de la Investigación	30
3.1.1 Técnica Cuantitativa.....	30
3.1.2 Técnica Cualitativa	30
3.2 Operacionalización de las Variables.....	31
3.3 Población y Muestra de Investigación.....	31
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de la Información.....	33
3.4.1 Técnica	33
3.4.2 Instrumentos.....	33
3.5 Procesamiento de Datos	34
3.6 Aspectos Éticos	35
CAPÍTULO IV.....	36
Resultados y Discusión.....	36
4.1 Resultados Obtenidos de la Investigación.....	36

4.1.1 Análisis e Interpretación de Datos	47
4.2 Discusión	57
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	58
5. Conclusiones y Recomendaciones	58
5.1 Conclusiones	58
5.2 Recomendaciones	59
Referencias Bibliográficas	60
Anexos	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.....	37
Tabla N° 2.....	38
Tabla N° 3.....	39
Tabla N° 4.....	40
Tabla N° 5.....	41
Tabla N° 6.....	42
Tabla N° 7.....	43
Tabla N° 8.....	44
Tabla N° 9.....	45
Tabla N° 10.....	46

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	37
Gráfico N° 2	38
Gráfico N° 3	39
Gráfico N° 4	40
Gráfico N° 5	41
Gráfico N° 6	42
Gráfico N° 7	43
Gráfico N° 8	44
Gráfico N° 9	45
Gráfico N° 10.....	46

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario de la Encuesta.....	66
Anexo 2: Cuestionario de la Entrevista.....	69
Anexo 3: Presupuesto Invertido en la Investigación	69
Anexo 4: Matriz de Operacionalización de las Variables.....	1
Anexo 5: Matriz de Consistencia.....	62
Anexo 6: Cronograma Establecido para la Investigación	64
Anexo 7: Fotos de la entrevista en el Diario Al Día.com.ec.....	64
Anexo 8: Foto con mi Tutora sobre la Tesis	64
Anexo 9: Fotos de la entrevista en el Diario La Hora.....	65



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación
Carrera de Comunicación



RESUMEN

Este estudio examina la influencia de la gestión de la comunicación a través de medios digitales en la generación y difusión de desinformación en el cantón de Quevedo. En un mundo donde las plataformas digitales están en auge, resulta esencial analizar las dinámicas locales que presentan características únicas, especialmente en áreas con un alto uso de redes sociales y un acceso restringido a recursos educativos.

La investigación adopta un enfoque mixto que combina métodos cualitativos y cuantitativos para evaluar la efectividad de los medios digitales locales en la transmisión de información confiable. Para ello, se llevaron a cabo encuestas a los consumidores de medios, entrevistas con miembros del liderazgo local y periodistas sobre los medios digitales y un análisis de contenido de publicaciones relevantes en redes sociales y sitios web informativos del cantón.

Los hallazgos revelan que la falta de capacitación en técnicas de verificación de datos y la presión por generar contenido de manera rápida son factores cruciales que alimentan la desinformación. Además, se observó un uso limitado de herramientas tecnológicas que permiten contrastar fuentes efectivamente, junto con una débil aplicación de políticas editoriales que promuevan la transparencia y la ética.

Asimismo, el estudio revela que las audiencias locales son especialmente vulnerables a la desinformación debido a bajos niveles de alfabetización digital. Esta combinación de factores

crea un entorno propicio para la propagación de noticias falsas, rumores y contenido sesgado, lo que a su vez afecta la confianza en los medios y la cohesión social en la comunidad.

El trabajo concluye con una serie de propuestas para mejorar la gestión comunicacional, tales como programas de capacitación para comunicadores, la implementación de tecnologías de verificación de datos y campañas educativas dirigidas a la población. Estas iniciativas buscan fortalecer el ecosistema mediático local y fomentar un consumo crítico de información en el cantón de Quevedo.

A través de este análisis, se pretende enriquecer la comprensión de las dinámicas locales de comunicación y desinformación, sentando las bases para investigaciones futuras en contextos similares.

Palabras Claves: Gestión, Comunicación, Medios Digitales, Desinformación, Veracidad.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación
Carrera de Comunicación



ABSTRACT

This study examines the influence of digital media communication management on the generation and dissemination of misinformation in the canton of Quevedo. In a world where digital platforms are booming, it is essential to analyse local dynamics that present unique characteristics, especially in areas with a high use of social networks and restricted access to educational resources.

The research adopts a mixed approach combining qualitative and quantitative methods to assess the effectiveness of local digital media in conveying reliable information. To do so, surveys of media consumers, interviews with members of local leadership and journalists about digital media, and a content analysis of relevant posts on social media and news websites in the canton were conducted.

The findings reveal that a lack of training in fact-checking techniques and the pressure to generate content quickly are crucial factors that fuel misinformation. In addition, limited use of technological tools to effectively cross-check sources was observed, along with weak implementation of editorial policies that promote transparency and ethics.

The study also reveals that local audiences are particularly vulnerable to misinformation due to low levels of digital literacy. This combination of factors creates an environment conducive to the spread of fake news, rumours and biased content, which in turn affects trust in the media and social cohesion in the community.

The paper concludes with a series of proposals to improve communication management, such as training programmes for communicators, the implementation of fact-checking technologies and educational campaigns aimed at the population. These initiatives seek to strengthen the local media ecosystem and encourage a critical consumption of information in the canton of Quevedo.

Through this analysis, the aim is to enrich the understanding of local dynamics of communication and disinformation, laying the groundwork for future research in similar contexts.

Keywords: Management, Communication, Digital Media, Disinformation, Truthfulness.

CAPÍTULO I

Introducción

En la era de la información, el papel de la comunicación digital se ha convertido en el motor de los cambios sociales más significativos.

El siguiente trabajo investigativo aborda sobre la gestión de la comunicación y su incidencia en la desinformación de medios digitales en el cantón de Quevedo, llevando a cabo un análisis sobre la información errónea, la tergiversación y del cómo aquello afecta la percepción informativa que los usuarios han adquirido a lo largo del tiempo debido a la proliferación de información falsa a través de los medios digitales.

En esta era, es fundamental saber gestionar la comunicación, así como lo debería ser en la ciudad de Quevedo. Estamos en un mundo en donde la información viaja a una velocidad sorprendente y tener la mentalidad de utilizar y divulgar aquella información se transforma en un reto importante para enfrentar la desinformación. El aumento de medios digitales ha permitido la entrada a una gran cantidad diversa de información; sin embargo, también ha conseguido la expansión de noticias fraudulentas y contenidos ilusorios.

En estas circunstancias, resulta imperioso examinar la manera en que se gestiona la comunicación en la ciudad de Quevedo y del cómo este acontece en la captación de los ciudadanos. Cuando se trata de una opinión pública, la desinformación suele influenciar, además de que, como consecuencia repercute en el desarrollo de la comunidad. Por ende, implementar tácticas en la ciudad para una buena comunicación es esencial para entender como reforzar la

proliferación de la información y que ésta sea verídica, así se promovería una construcción positiva entre los habitantes.

El objetivo de esta investigación es identificar las barreras y desafíos que impiden una buena gestión comunicativa, además de incentivar a seguir estrategias efectivas que sirvan para coexistir en un entorno responsable y verídico.

1.1 Marco Contextual

1.1.1 Contextualización Internacional

En esta era digital, la desinformación se ha transformado en un desafío global que va en aumento, lo cual resulta molesto por la forma en que se difunden a través de distintas plataformas digitales. Esta tendencia ha transformado la dinámica de la comunicación en todo el mundo, permitiendo la rápida difusión de información tanto precisa como falsa (Shahbazi & Bunker, 2024).

Como breve ejemplo está la pandemia del COVID-19 que puso de relieve en particular el grave impacto de la desinformación en la salud pública, donde las narrativas falsas sobre el virus y las vacunas se difundieron ampliamente, sobre todo en los medios digitales, lo que generó confusión pública y dudas sobre las vacunas.

Al momento de difundir la desinformación, ejercen un papel muy importante los medios de comunicación digital. Debido a que son medios digitales, la propagación de información falsa tiene un alcance muy amplio, lo cual refuerza la creencia a dicha información a la que los usuarios quedan expuestos (Firdaus, Jumroni, Sumartono, & Aziz, La influencia de las redes

sociales, la desinformación y las estrategias de comunicación digital en la percepción y la confianza del público, 2024).

Debido a lo rápido que se difunden las noticias falsas, es muy complejo controlar la desinformación en esta era digital, ya que tienen a compartirse más las noticias falsas que las verídicas.

La desinformación a nivel global es muy elevada, este gran desafío resulta impactante para poder contrarrestar este hecho y así brindar información certera. Existen explicaciones que varían según el contexto que tienen los medios digitales, lo cual dificulta los esfuerzos para implementar intromisiones eficaces (Green, y otros, Evidence-Based Misinformation Interventions: Challenges and Opportunities for Measurement and Collaboration, 2023).

La desinformación debilita enormemente la confianza de los ciudadanos en la comunicación de medios digitales y tradicionales a nivel global. El incremento de la desconfianza es un inconveniente crítico, debido a que nubla el juicio de valor del público al momento de tomar decisiones, lo cual genera incertidumbre hacia los medios creíbles (Firdaus, Jumroni, Sumartono, & Aziz, La influencia de las redes sociales, la desinformación y las estrategias de comunicación digital en la percepción y la confianza del público, 2024).

Como táctica en la comunicación es fundamental brindar confianza a los ciudadanos, exclusivamente en momentos de apuros, debido a que se actúa con eficiencia al momento que se transmitirá un mensaje hacia la población.

1.1.2 Contextualización Nacional

Ecuador a principios del 2024, cuenta con una interesante existencia digital de 15,29 millones de usuarios sumergidos en el internet, lo que infiere una tasa de inmersión en internet del 83,6%. También es elevado el uso constante de las redes sociales y los medios digitales, con 12,66 millones de usuarios, lo que asemeja al 69,2% de la población total (Kemp, 2024).

La conexión digital nos ofrece un ambiente extenso, ya sea para la expansión de información como la transmisión de la desinformación.

Ecuador como tal, tiene demasiadas significantes barreras por afrontar en base a la desinformación, sobre todo en los medios digitales. La información errada en noticias se riega de manera cesante por los medios digitales, las cuales también abordan a las redes sociales, debido a ello la desinformación llega de manera inmediata a un número significante de personas (Kemp, 2024).

La desinformación no solo depende de lo que hay en la nube del internet, también depende de cada uno de nosotros, informarnos con los medios digitales idóneos (Suing & Suárez Villegas, 2024).

1.1.3 Contextualización Local

La ciudad de Quevedo está ubicada en la provincia de Los Ríos, Ecuador. Resalta por sus funciones agrícolas, en especial por la producción de banano, cacao y otras frutas tropicales. Tiene una población muy variada, con una combinación de comunidades indígenas, mestizas y afroecuatorianas. Demográficamente se determina por una población joven, con una parte

importante destinada a la agricultura e industrias afines. La perspectiva de los medios digitales en la ciudad de Quevedo, como en gran parte del Ecuador, está influenciado por la descendente inmersión del internet y las tecnologías en los dispositivos. Los medios digitales y plataformas de redes sociales como Facebook, WhatsApp e Instagram se usan considerablemente para la comunicación y la expansión de información. Sin embargo, la desinformación digital no deja de ser un reto, dado a que en el mundo del internet es muy complejo saber cuál es la información pertinente.

La desinformación es un inconveniente muy significativo en la ciudad de Quevedo, como en muchas partes del Ecuador. La divulgación de información falsa se ve facilitada por el uso generalizado y continuo de los medios digitales y las plataformas tales como las redes sociales, que constantemente los mecanismos de eficacia suelen ser muy escasos para supervisar y rectificar sobre la información dudosa. Tal cual como se vio en algunos noticieros sobre la desinformación relacionada con el COVID-19 y así mismo en las futuras elecciones para los ciudadanos, lo cual es un gran inconveniente para los gobiernos locales, lo que señala que pueden presentarse incongruencias similares en el Cantón de Quevedo.

1.1.4 Contextualización Institucional

La revolución digital ha sido demandante, tanto que las organizaciones públicas han tenido que migrar hacia lo digital, obligando de tal manera a rediseñar sus estrategias de enseñanza. Este cambio es importante para incentivar los servicios y conectar con las personas de una manera más efectiva (Granda Tandazo, Paladines Galarza, & Velásquez Benavides, La comunicación estratégica digital en las organizaciones públicas del Ecuador Estado actual y proyección a futuro, 2016).

Esto apunta hacia una preferencia nacional mucho más extensa hacia la implementación de estrategias de comunicación digital, lo que probablemente influya en las prácticas locales en la ciudad de Quevedo.

En Ecuador se está haciendo hincapié en el derecho a la educación digital y se están desarrollando marcos regulatorios específicos para apoyar esta iniciativa. Este enfoque en la educación digital sugiere que las instituciones educativas de Quevedo también pueden participar en la promoción de la alfabetización digital y la gestión de la comunicación.

1.2 Planteamiento del Problema

Al generarse la noticia durante un proceso informativo del cual conocemos como se lleva a cabo, por experiencia y credibilidad se establecen parámetros para su creación, entre ellos la redacción, fuentes confiables, y la objetividad del comunicador, estos llevan al proceso comunicativo como un elemento esencial que se lleva a cabo con la gestión periodística o del periodista que genera información, los públicos llamados stakeholders.

Los creadores de noticias hoy en día, muestran los contenidos de forma inmediata debido a las tendencias o reacción viral en redes sociales se intensifican su difusión prolongando la emisión repetitiva de las noticias, pero existe una problemática muy destacada que se vive a diario porque en ciertas ocasiones quienes emiten contenidos sean noticiosos o de entretenimiento no llevan un adecuado manejo de la gestión comunicativa conllevando a existir desinformación de aquellos contenidos no verificados como noticias cuando solamente es un rumor por lo tanto en el apartado teórico detallaremos la diferenciación entre noticia y un rumor.

La información suele tergiversarse en el entorno, sobre todo en la era digital, ya que la información suele llegar con mucha distorsión en lugar de ser clara y concisa, dando a entender el inconveniente que esto presenta al momento de querer saber lo que ocurre al alrededor, por ello se debe de verificar mediante canales oficiales y quienes son encargados de aquellas plataformas comunicacionales digitales, cerciorarse de brindar los comunicados con veracidad, desde la fuente de donde ocurrió el suceso, para evitar la desinformación se debe seguir e informar a través de canales y medios que sean oficiales, medios digitales que tengan su insignia de verificación.

El ambiente de los medios digitales en el cantón de Quevedo se percibe por un alto uso de internet y redes sociales, lo cual manifiesta las preferencias en el Ecuador entre los usuarios. Las plataformas digitales se han modificado en fuentes principales de información para los abundantes moradores, no obstante, esta migración hacia el consumo de medios en línea ha creado nuevos retos en la gestión del flujo informativo y en la comprobación de su autenticidad.

1.2.1 Formulación del Problema

¿Cómo impacta la gestión de la comunicación y como incide en la desinformación de los medios digitales en el cantón de Quevedo?

1.2.1.1 Problemas Específicos

¿Qué herramientas son más específicas para detectar la información falsa?

¿Cómo se manifiesta la desinformación en la ciudad de Quevedo y cuáles son sus principales amenazas?

¿Cómo se puede evitar caer en la desinformación tergiversada y manipulada?

1.2.2 Delimitación de la Investigación

Campo: Comunicación.

Área: Unidad de Integración Curricular.

Aspecto: Incidencia en la desinformación de medios digitales.

Lugar: Quevedo.

Límite temporal: Octubre del 2024 / Marzo del 2025.

Tipo de investigación: Descriptivo – Campo.

Población: Personas del cantón Quevedo (Sector 12 de Octubre).

Tema: Gestión de la comunicación y su incidencia en la desinformación de medios digitales en el cantón de Quevedo.

1.3 Justificación

El proyecto de tesis no solo es adecuado, sino trascendental para acoger los desafíos que arroja la era informática, su objetivo es abordar la interrogante crítica de la comunicación y su colisión en la desinformación digital en la ciudad de Quevedo. El estudio es de sumo interés en la era digital actual, donde el incremento de información falsa desarrolla desafíos importantes para el equilibrio social, política y económica.

Por ello los ciudadanos tienden a ser invadidos de dudas sobre el uso de los medios digitales, debido a la propagación falsa que se ve a diario y del cómo se tergiversa la información, perdiendo así toda credibilidad y confiabilidad, la cual afecta de manera negativa a los medios digitales verificados que trabajan arduamente para brindar los sucesos que acontecen alrededor.

El proyecto en sí acotará información importante y vital de lo que refiere a la desinformación en relación de lo que a menudo se pasan por alto en análisis más extensos, adquiriendo en lo más posible de aportar valiosamente al área de estudio de comunicación y la investigación sobre la desinformación.

Además, favorecerá decididamente a una extensa variedad de partes interesadas en Quevedo, comenzando desde el gobierno local hasta los moradores particulares, impulsando una sociedad más informada, resistente y atraída frente a la provocación de la desinformación digital.

1.4 Objetivos de Investigación

1.4.1 Objetivo General. – Analizar la gestión de la comunicación y su incidencia en la desinformación de medios digitales en el cantón Quevedo.

1.4.2 Objetivos Específicos:

- Identificar las principales gestiones de la comunicación presentes en los entornos digitales de la ciudad de Quevedo que influyen en la generación de desinformación.

- Demostrar las carencias de la comunicación y su efecto a la percepción y difusión de información en los medios digitales en la ciudad de Quevedo.
- Diseñar estrategias de comunicación efectivas para minimizar la desinformación en los entornos digitales en la ciudad de Quevedo.

1.5 Hipótesis

El impacto de la gestión de la comunicación incide en la desinformación de los medios digitales en la ciudad de Quevedo.

1.5.1 Sub Hipótesis

El desarrollo de estrategias para no caer en noticias falsas aumenta la credibilidad de los medios digitales.

El uso de las plataformas digitales nos brinda una gran cantidad de información en masa en la que actualmente los jóvenes son quienes más se adaptan.

La difusión de información digital puede ser positiva si los medios digitales se usan con total responsabilidad y transparencia.

1.6 Articulación del Tema

El proyecto sobre la **Gestión de la Comunicación y su Incidencia en la Desinformación de Medios Digitales en el Cantón de Quevedo** está hondamente vinculado con la exploración y apuntes de tácticas comunicativas que conceda reconocer, reducir y prever la expansión de información engañosa o manipulada. En el ambiente digital, donde las redes

sociales y otros medios virtuales ejercen un papel sumamente relevante en la divulgación de contenidos, la falta de una dirección apropiada puede esparcir las consecuencias negativas de la desinformación, influyendo la sensación pública y las decisiones informadas de la ciudadanía.

Por otro lado, el proyecto de prácticas preprofesionales titulado **Estrategias Transmedia para la Interacción Social en las Instituciones Públicas y Privadas del Cantón Quevedo y Zonas de Influencia** plantea la creación de herramientas narrativas y tecnológicas para impulsar una comunicación más positiva, inclusiva y participativa. La metodología transmedia, al integrar varias plataformas y formatos, brinda una oportunidad relevante para neutralizar la desinformación desde un panorama educativo y colaborativo.

Ambos temas encajan en la urgencia de una comunicación táctica que no solo informe, sino que también incite la interacción social y la creencia entre los habitantes y las instituciones. Las tácticas transmedia pueden ser creadas como una herramienta para oponer la desinformación, inventando contenido atrayente y auténtico que se difunda en medios digitales y tradicionales. Además, estas tácticas pueden reforzar la gestión de la comunicación institucional al favorecer la nitidez y la accesibilidad, renovando la relación entre las organizaciones públicas/privadas y la sociedad.

En el caso de la ciudad de Quevedo, esta articulación puede convertirse en un prototipo de dirección comunicativa asentado en la innovación de narrativas transmedia que solucionen las necesidades locales, permitiendo:

- 1. Identificación de Fuentes de Desinformación:** A través de la exploración de pautas comunicativas en medios digitales.

2. **Diseño de Campañas Transmedia:** Que englobe mensajes claros y firmes, esparcidos por diversos canales para contraponer noticias falsas.
3. **Fortalecimiento de Capacidades Comunicativas:** En instituciones públicas y privadas para direccionar las crisis informativas y estimular la interacción causante con la ciudadanía.
4. **Promoción de la Alfabetización Mediática:** Como parte de la interacción social, enseñando a los habitantes sobre cómo reconocer y oponerse a la desinformación.

La gestión de la comunicación se transfigura en el puente que ensambla la teoría y la práctica en el crecimiento de técnicas transmedia, vinculado con la misión de las prácticas preprofesionales para crear un impacto positivo en las dinámicas sociales e informativas del cantón Quevedo.

CAPÍTULO II

2.1 Antecedentes

Estudios recientes han examinado la implementación del gobierno electrónico y la innovación tecnológica en la administración municipal del cantón Quevedo. Si bien el gobierno electrónico ha mejorado en cierta medida la accesibilidad de los servicios públicos y la eficiencia operativa (Victorero Veas, Incidencia del Gobierno electrónico en la gestión pública del Gobierno Autónomo Descentralizado municipal del Cantón Quevedo, año 2022, 2024). Aún existen desafíos para evaluar eficazmente los servicios y superar la resistencia interna al cambio. La iniciativa del gobierno digital ha renovado la claridad y el acceso de los ciudadanos a la información (Villavicencio Bailón, 2024).

Sin embargo, las investigaciones notifican que el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de la ciudad de Quevedo usan herramientas tecnológicas obsoletas, padecen de plataformas de usuarios y enfrentan la escasez de equipos, lo que resulta ser un impedimento para el desempeño administrativo (Contreras Barros, 2024).

Estos estudios resaltan la importancia de implementar herramientas tecnológicas actualizadas en la gestión administrativa y destacar la necesidad de una planificación estratégica para favorecer la tecnología como ventaja competitiva en la administración pública (Contreras Barros, 2024).

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Gestión de la Comunicación en Entornos Digitales

La gestión de la comunicación en entornos digitales, según (Silva, Dodel Schubert, & Pepe, 2020) manifiesta desafíos importantes para varias instituciones. En el entorno educativo, a pesar de la acogida de dispositivos digitales, mantiene una predilección por canales tradicionales de comunicación con las familias.

Estos cambios requieren de una dirección de la comunicación más táctica y acoplada al entorno digital actual.

2.2.2 Importancia de la Gestión de la Comunicación

La gestión de la comunicación es sumamente relevante para el triunfo empresarial en la industria moderna. Una comunicación eficaz renueva el rendimiento al aminorar malentendidos y conflictos (Díaz Muñoz & Guambi Espinosa, La comunicación: un recurso indispensable para la gestión empresarial en la industria moderna, 2022). Además, prioriza el cambio organizacional, extiende el compromiso de los empleados y ayuda a analizar la crisis (Mut Camacho, 2021). En breve resumen, una gran dirección de la comunicación bien establecida y proyectada, es sustancial para lograr los objetivos organizacionales y sustentar una ventaja bien reñida en el mercado actual (Díaz Muñoz & Guambi Espinosa, La comunicación: un recurso indispensable para la gestión empresarial en la industria moderna, 2022).

2.2.3 Elementos Claves de la Gestión de la Comunicación

Planificación:

Es importante que las organizaciones sepan comunicarse bien, especialmente durante crisis. Un buen plan de comunicación debe encontrar a las personas importantes, saber qué necesitan y elegir la mejor forma de hablar con ellos (Fasano & Roquel, 2022).

En las bibliotecas de las universidades, a menudo se habla de comunicación en los planes estratégicos. Esto incluye planes de difusión y marketing para mejorar cómo se comunican entre el personal y con los usuarios (Herrera Morillas, 2021).

En toda planificación de la gestión de la comunicación se definen los objetivos, el público, mensajes, canales de comunicación.

Organización:

Nuevos estudios sugieren que tener una buena comunicación es crucial para trabajar bien juntos y llegar a acuerdos de forma positiva (Ledesma Torres, 2022).

La era digital plantea nuevos retos y oportunidades para la comunicación de las organizaciones, lo que exige adaptarse a los cambios del mercado y utilizar las plataformas digitales para crear valor con las distintas partes interesadas (Pineda Henao, 2020).

Ejecución

La ejecución de hechos comunicativos bien estructurados es decisiva para una dirección de ordenamiento positiva. La investigación resalta el papel fundamental que tiene una planificación estructurada de la comunicación como un importe táctico para las organizaciones (Morales Serrano, La comunicación planificada: Estudio cualitativo de las variables estructura, gestión y valores en la comunicación de las organizaciones, 2007).

Evaluación:

Estudios actuales recalcan la valía de los transcurso de análisis en la diligencia de la comunicación en varias circunstancias organizacionales (Saura Pérez & García García, 2012) nos indica que la dirección y estimación de la comunicación son figuras sustanciales para el éxito de una entidad. La comunicación en momentos de crisis, integrada dentro de una estrategia comunicativa global, puede reducir los efectos adversos durante circunstancias difíciles.

2.2.4 Áreas de la Gestión de la Comunicación

Comunicación Interna:

De lo inferido por (Yagual Reyes, 2024), el propósito de la comunicación interna dentro de una organización es facilitar una interacción efectiva y eficiente entre sus miembros, con el objetivo de crear un ambiente de trabajo favorable y fomentar la comprensión de sus metas y valores.

Comunicación Externa:

Se trata de la comunicación dirigida a una audiencia externa a la empresa. Esta forma de comunicación está enfocada en aquellos que interactúan con las organizaciones desde el exterior, tales como clientes, socios, proveedores, competidores, medios de comunicación y el público en general (Cruz Navichoc, 2020).

Comunicación de Crisis:

Para (Vidal Díaz, Vidal Díaz, & Gutiérrez López, 2022), se parte de la idea de que cualquier empresa puede verse expuesta a una situación crítica que ponga en peligro su estabilidad e incluso su continuidad. Por lo tanto, resulta razonable considerar que la respuesta ante tales escenarios adversos debe ser rápida y efectiva, priorizando en primer lugar la minimización de sus efectos. En segundo lugar, se debe favorecer la comunicación como la respuesta más apropiada en estos casos.

Mientras que, para algunos, la Gestión de Comunicación de Crisis se limita a un conjunto de acciones y decisiones que deben implementarse ante situaciones de riesgo, planificando una serie de estrategias que ayuden a reducir el impacto negativo.

Comunicación Digital:

Para (Reyes Quinde, 2016), cuando se menciona la comunicación digital, se hace referencia a los contenidos digitales, así como al proceso de convertirlos y guardarlos en las redes de internet y en ordenadores. En este entorno cibernético, el intercambio de información, la

producción de contenido en redes sociales y la participación activa de los usuarios enriquecen la red y sostienen la comunicación digital entre ellos.

2.2.5 Medios Digitales

Son los espacios en los cuales se genera la comunicación y el intercambio de información, entre usuarios y productores de contenido digital. Es decir, todas aquellas plataformas que se encuentran disponibles en internet. Generalmente, los medios digitales de comunicación incluyen software, imágenes, videos, archivos, base de datos y sonidos, entre otros. Esto hace que el contenido en este tipo de soportes virtuales, sea mucho más interactivo de lo que suele ser en las plataformas tradicionales (Palomino, Southern New Hampshire University, 2025).

Esta interactividad está directamente relacionada con los medios digitales. En este sentido, los autores Carmen Marta-Lazo y José Antonio Gabelas Barroso exponen en su libro *Comunicación digital*.

Un modelo basado en el Factor Relacional (2017) indica que, “la narrativa digital surge y fluye en un soporte multimedia, con la utilización de diferentes códigos y lenguajes (textuales, gráficos, visuales, sonoros y audiovisuales). La interacción posibilita la intervención del usuario como emisor, productor, curador y distribuidor de contenidos, propios y ajenos” (Palomino, Southern New Hampshire University, 2025)

Según el autor, mantiene que la abundante carga de información y las distracciones seguidas propias del ambiente digital pueden acarrear a que las personas indaguen en contenidos superficiales, influyendo en la capacidad para razonar y discernir en hondar la información.

Desde su vista panorámica, los medios digitales pueden ser lesivo para el entendimiento y la índole del aprendizaje.

Un medio digital es cualquier comunicación realizada a través de internet. Algunos ejemplos de ello son las publicaciones en Instagram o Facebook, los banners en sitios webs, los e-books, los videos, etc. (Hotmart, 2023).

Puede decirse que los medios digitales existen desde los años 70, cuando internet y los primeros emails comenzaron a difundirse por el mundo.

Como la definición de medio digital considera cada tipo de comunicación y/o contenido divulgado online, contamos con varias estrategias, como el inbound marketing, para atraer al público y a personas que tengan interés en adquirir tu producto o servicio, los famosos “leads” (Hotmart, 2023).

Los medios digitales son plataformas que incentivan un vínculo enérgico entre los creadores y consumidores, autorizando que los usuarios no solo reciban información, sino que también se impliquen en su creación y propagación. Esto convierte la vivencia cercana en un desarrollo más incluyente y fuerte (Hotmart, 2023).

2.2.6 Medios Digitales y su Evolución

Los medios digitales se han convertido intensamente en la comunicación y en la adquisición de información en la era actual. El internet y las redes sociales han revolucionado el horizonte comunicativo, autorizando la emersión de nuevas voces y formatos, como los comunicadores digitales (Valencia, 2023).

Los medios digitales han migrado relevantemente la comunicación global y la dinámica social. Permiten la conexión instantánea y el intercambio de información en todo el mundo, transformando a los usuarios en creadores de contenido con una influencia cada vez mayor.

Las plataformas han mutado la comunicación, permitiendo compartir contenido rápidamente y migrando la forma en que las personas se relacionan con las marcas y consumen información. Estas plataformas permiten a las empresas colaborar directamente con su audiencia, construir la imagen de marca, analizar los datos de los consumidores y gestionar la reputación en línea (Morán Quinaluisa, Flores Jaén, Recalde Aguilar, Merizalde Véliz, & Cadena Miranda, 2023).

2.2.7 Ventajas y Desventajas de los Medios Digitales

Ventajas

Siempre Estarás Actualizado:

- La información actualizada permite una cobertura más inmediata y relevante de los acontecimientos.
- Siempre te mantendrás actualizado respecto a las últimas tendencias y actualizaciones.

Accesibilidad y Alcance:

- Permiten llegar a una audiencia más amplia y diversa, tanto a nivel nacional como internacional.

Diversificación del Contenido:

- Acceden a la creación y difusión de una variedad de formatos (texto, audio, video, infografías, etc.) (Velasquí López, 2020).
- Se da rienda a la creatividad y la innovación se convierte en un motor importante para presentar nuevas formas de hacer algo.

Interactividad:

- Los medios digitales admiten una mayor interacción con la audiencia a través de comentarios, encuestas, y redes sociales.
- Han atenuado el nacimiento de nuevas áreas de interés, y con ello, oportunidades laborales que antes no existían.

Voz y participación cívica:

- Con esto nos describimos a que, personas que nunca antes tuvieron voz, ahora pueden participar en el debate democrático (Velasquí López, 2020).

Desventajas**Desinformación y Fake News:**

- La propagación de noticias falsas y desinformación.
- La falta de regulación y control puede llevar a la manipulación de la opinión pública.

Desconexión con el Mundo Exterior:

- Es cada vez más común el tipo de persona que basa sus interacciones con otros solo a través de la red. Esto trae consigo resultados, tanto en la salud física como mental.

Problemas de Privacidad:

- Hemos llegado a un momento en que la invasión a la privacidad personal por parte de ciertas empresas, rompe todo lo que se podría considerar como «ético» (Velasteguí López, 2020).

Sobrecarga de Información:

- La cantidad de contenido útil puede resultar abrumadora para los usuarios.
- La saturación de información puede obstaculizar la identificación de fuentes confiables y relevantes.

Posibles Crisis de Imagen:

- En los medios digitales se señala que las informaciones se desplazan en un ritmo muy apresurado. Por lo tanto, si una empresa u organización pública algo que llama la atención negativamente, el lapso para corregir el error y explicarlo es muy corto (Velasteguí López, 2020).

2.2.8 Tipos de Barreras en la Comunicación

Barreras Técnicas

Esta brecha en el conocimiento dificulta la comunicación y el uso efectivo de herramientas digitales en entornos educativos.

Para acometer estos inconvenientes, las universidades y los gobiernos deben apoyar el crecimiento de capacidades colaborativas, renovar la infraestructura de Internet e inspeccionar los programas de enseñanza docente para acentuar las riñas técnicas y pedagógicas en el uso de las TIC (Patiño Villa, Muriel Amezcua, & Guerrero Ramírez, 2020).

Barreras Semánticas

Se vincula con el significado de las palabras, transcurre cuando no asimilamos una palabra en su relación o le damos una respuesta errónea. Por ello, los problemas pueden darse tanto por la persona que emite el mensaje como por la que lo recibe (Aguilera, 2023).

También están relacionadas interpretación de los mensajes, que pueden surgir cuando existen en tus comunicaciones situaciones como:

- Diferencias en el lenguaje.
- Uso vocabulario técnico.
- Uso de jergas especializadas.

Estas barreras de comunicación pueden generar malentendidos y confusiones, que afectan la claridad y precisión del mensaje que deseas transmitir (Mundana, Mundana, 2023).

Barreras Psicológicas

Las barreras psicológicas están relacionadas con los aspectos marcados por patrones emocionales y mentales que pueden interferir en tu comunicación, entre los que se pueden destacar:

- Prejuicios.
- Estereotipos.
- Ideologías.
- Miedos.

Estas barreras de la comunicación pueden generar desconfianza tanto en ti como en tu audiencia, debido a la falta de empatía y dificultades para establecer una comunicación abierta y honesta (Mundana, Mundana, 2023).

Estas interferencias se relacionan con los aspectos psicológicos y los estados emocionales. Los factores mentales muchas veces no permiten recibir correctamente el mensaje (CETYS Educación Continua, 2021).

Barreras Fisiológicas

Imposibilitan emitir o recibir con claridad y precisión un mensaje, esto se produce debido a ciertas alteraciones fisiológicas por parte del emisor o el receptor, tales circunstancias pueden afectar cualquiera de los sentidos, ya sea en forma total o parcial (Aguilera, 2023).

Estos obstáculos se hacen presente cuando el receptor o el transmisor presenta alteraciones fisiológicas, que le impiden enviar o recibir el mensaje adecuadamente (CETYS Educación Continua, 2021).

Barreras Físicas

Según (Aguilera, 2023), se trata de todas aquellas circunstancias del contexto o medio que dificultan una comunicación fluida y clara. Estamos hablando, por ejemplo, de: ruido, falta de luz, distancia excesiva entre los interlocutores, problemas en los medios que se usan para comunicarse (televisión, teléfono, móvil), etc.

Están relacionadas con la presencia de obstáculos en el contexto donde se genera la comunicación; ruidos, falta de iluminación, problemas con la línea telefónica, etc. (CETYS Educación Continua, 2021).

2.2.9 Brecha Digital y Desigualdad de Acceso

Acceso Desigual

La brecha digital se caracteriza por el acceso desigual a las tecnologías digitales, lo que limita la capacidad de ciertos grupos demográficos de acceder a información confiable y recursos de alfabetización digital (Yu, Bekerian, & Osback, 2024).

Barreras Socioeconómicas y Geográficas

Estas circunstancias aportan aún más a la fisura digital, influyendo la forma en que los diferentes grupos admiten la información y la disciernen. Las personas de grupos

socioeconómicos más bajos o de lugares apartados pueden tener un acceso muy limitado hacia las fuentes de información de una calidad fiable y alta, lo que incrementa su fragilidad a la desinformación (Yu, Bekerian, & Osback, 2024).

2.2.10 Desinformación Digital: Sus Causas y Efectos

Causas de la Desinformación Digital

Existen algunas variables que contribuyen a la divulgación de información errónea en entornos digitales:

Redes Sociales y Amplificación Algorítmica: Las plataformas de redes sociales ejercen un papel importante en la expansión de información errónea. Los algoritmos diseñados para maximizar la participación de los usuarios por lo general incentivan al contenido falso o engañoso sin darse cuenta, porque ese contenido tiende a ser más atractivo (Dhiman, 2023).

Sesgo de Confirmación y Factores Cognitivos: Las personas tienen más congruencia de creer y divulgar información que ajusten con sus convicciones previas, un suceso afamado como sesgo de confirmación (Dhiman, 2023).

Las circunstancias cognitivas como la familiaridad con el contenido y la intensidad captada de la información también aportan a la divulgación de la desinformación (Ordway, The Journalist's Resource Informing The News, 2017).

Motivaciones Políticas e Ideológicas: La desinformación suele expandirse a propósito con pretensiones políticas o ideológicas. En campañas electorales, por ejemplo, se puede usar

información fraudulenta para influenciar en el criterio público y debilitar el curso democrático (Dhiman, 2023).

Falta de Alfabetización Mediática: La falta de razonamiento analítico y de capacidades de formación directa entre el público puede empeorar el inconveniente, debido a que las personas pueden tener complicaciones para diferenciar entre la información verídica y falsa-manipulada (Dhiman, 2023).

Efectos de la Desinformación Digital

La difusión de información errónea puede tener consecuencias para la sociedad:

Erosión de la Confianza: La exposición repetida a la desinformación puede erosionar la confianza del público en las fuentes de noticias e instituciones legítimas. Este escepticismo puede generar confusión y cinismo, lo que dificulta que las personas tomen decisiones informadas sobre cuestiones importantes (Dhiman, 2023).

Impacto en la Salud y la Seguridad Pública: la desinformación sobre la medicina puede acarrear graves consecuencias al momento de querer tomar una decisión, puesto a que esto puede ser perjudicial, uno de ello puede ser la duda de alguna vacuna que este ofreciendo el gobierno (Dhiman, 2023).

Aquello puede causar graves secuelas para la salud, bien sea pública o sea privada, primordialmente en relación con el COVID-19 (Murphy, y otros, 2023).

Polarización Política y Desapego Cívico: Al estar expuesto a una presunta información que procede a ser engañosa sobre los posibles candidatos políticos, puede llevar a querer renunciar de implicarse en futuras elecciones (Dhiman, 2023).

Daño Psicológico y Social: La desinformación puede deteriorar la reputación y la privacidad de las personas, lo que puede resultar en hostigamiento en línea y de trastornos psicológicos. También puede manipular la opinión pública y llevar a decisiones basadas en información que no es verdadera (Dhiman, 2023).

2.2.11 Estrategias para Aplacar las Barreras de Comunicación y la Desinformación

Mejorar la Alfabetización Digital: Es primordial para que los usuarios puedan examinar de mejor manera la credibilidad de la información y minimizar la propagación de información errónea.

Iniciativas Educativas: Implementar programas que constituyan la alfabetización digital en escuelas y centros comunitarios en donde puedan ayudar a cerrar la grieta de alfabetización digital (Yu, Bekerian, & Osback, 2024). Estos programas deben centrarse en capacidades de pensamiento crítico, técnicas de verificación de información y a su vez crear una ciudadanía digital responsable.

Educación en Alfabetización Mediática: Educar al público para que sepan cómo examinar conscientemente la información utilizando una estrategia efectiva. Sin embargo, estos programas deben emplearse con cuidado para evitar expandir la desconfianza hacia toda la información. Por ejemplo, aceptar sugerencias para hallar las noticias falsas de Facebook, este

sería un impulso eficiente para la alfabetización cercana (Hoes, Aitken, Zhang, Gackowski, & Wojcieszak, 2024).

Ajustes Algorítmicos: Las plataformas de redes sociales pueden concebir variaciones algorítmicas para subestimar la expansión de información inexacta. Esto engloba el acoplar la transparencia del contenido en capacidad de la fiabilidad y ofrecer a los consumidores más trama sobre la información que adquieren (Altay, Farkas, Berriche, Rathje, & Heuer, 2023).

Sería beneficioso colaborar con las principales plataformas de redes sociales para implementar estos cambios de una manera que sea sensible para los usuarios.

CAPÍTULO III

Metodología

3.1 Tipo y Diseño de la Investigación

El tipo de investigación aplicado fue la descriptiva y de campo, para analizar y calcular las propiedades, preferencias y vinculo dentro del panorama de los medios digitales en el cantón de Quevedo. Este enfoque es excelente para comprender el curso actual de lo experimentado en la comunicación y las conductas de las personas en su entorno nato.

El estudio aplicó el enfoque investigativo mixto, mezclando técnicas cuantitativas y cualitativas para ofrecer un discernimiento general y enriquecedora del problema de investigación en cuestión.

3.1.1 Técnica Cuantitativa

Encuesta: Se realizará una encuesta a varios residentes de Quevedo, sector 12 de Octubre para recopilar datos sobre el uso de los medios digitales, la manifestación a la desinformación y como perciben las estrategias digitales comunicativas. Esto mostrará información sobre el dominio y el impacto de la desinformación.

3.1.2 Técnica Cualitativa

Entrevista: Se realizaron entrevistas a los periodistas de los diarios Al Día y La Hora para recopilar información sobre como aplacan las noticias y los desafíos en la lucha contra la desinformación.

Se formuló cuatro preguntas abiertas para averiguar cómo abarcan la problemática de la desinformación, las cuales los periodistas las respondieron con la autorización de ser grabadas las respuestas para su debida transcripción.

3.2 Operacionalización de las Variables

Tenemos dos variables principales:

Gestión de la Comunicación (Variable Independiente)

Esta variable indica las estrategias y prácticas creadas para manejar la información y la comunicación en los medios digitales. La manera en que se gestiona la comunicación puede influenciar en cómo se percibe y se divulga la información.

Incidencia en la Desinformación Digital (Variable Dependiente)

Esta variable mide el impacto o la frecuencia de la desinformación que se presenta en los medios digitales. La incidencia de la desinformación puede variar en función de cómo se gestiona la comunicación.

3.3 Población y Muestra de Investigación

Población

El presente trabajo investigativo está constituido por los habitantes de la localidad de Quevedo. Este colectivo abarca a los moradores del sector 12 de Octubre que están involucrados e inmersos en la era digital sobre los medios digitales en la que se realizará el estudio, así mismo

se realizará una entrevista a dos periodistas seleccionados de los medios digitales de la ciudad de Quevedo. La relevancia de esta población se instaura en su disposición para autorizar una explotación directa sobre la diligencia de la comunicación y como incide aquello en la desinformación digital, un componente sustancial en el área informativa.

Los residentes del sector 12 de Octubre se conforman por personas que se informan sobre los incidentes usando los medios digitales. Este grupo investigativo concede un apoyo sumamente primordial para la exploración de estudio y certifica que los resultados obtenidos sean propios del dominio educativo de acuerdo al propósito investigativo.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos del 2022, existe una población de 17.9 millones de habitantes en el Ecuador (INEC, 2022).

Muestra

Para llevar a cabo dicha selección de muestra, se decidirá por un método de muestreo no probabilístico de conveniencia de 280 personas, tomando en cuenta la disponibilidad y las condiciones de los habitantes del sector 12 de Octubre y dos periodistas de los medios digitales Al Día y diario La Hora de la ciudad de Quevedo, a quienes se entrevistarán para enriquecer el estudio. Se anticipa que los habitantes y los periodistas se impliquen en la investigación, lo que asegurará una interpretación apropiada de la situación en análisis.

Este enfoque facilita la recolección de datos específicos de un grupo representativo, teniendo en cuenta las limitaciones logísticas y temporales, y garantiza que los resultados reflejen las dinámicas predominantes en la comunidad. La muestra permitirá obtener información relevante y suficiente para analizar las variables planteadas y alcanzar los objetivos del estudio.

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de la Información

3.4.1 Técnica

Se utilizó a la técnica de la encuesta para recabar información. Este enfoque resulta esencial para conseguir los datos cualitativos y ordenados de los involucrados en la investigación. Involucra la formación de un cúmulo de preguntas realizadas para inspeccionar la importancia y guía-indicadores de las variables, las cuales son la intención del proyecto en cuestión.

Además, se usó un formulario elaborado de opciones múltiples como herramienta, lo que nos concedió compilar los datos de manera minuciosa al limitar las respuestas a un grupo determinado de opciones. Esto agiliza el análisis estadístico posterior y minimiza la ambigüedad en las respuestas.

3.4.2 Instrumentos

Encuesta

Este instrumento incluirá un conjunto de preguntas estructuradas que evaluarán los procesos de comunicación, la efectividad en el uso de Google y la utilización de canales en la gestión de la comunicación interna. Las preguntas se dispondrán en una escala para simplificar el análisis cuantitativo.

Cuestionario

Sirve para recopilar datos para saber la percepción de los participantes en base a su respuesta, se implementará preguntas referentes al tema. Para asegurar su confianza y validez, ambos instrumentos serán arremetidos a una prueba, lo que permitirá notificar que en efecto se evalúan las cuestiones planteadas y que son claras para los involucrados.

Entrevista

En la entrevista sirve para recabar y profundizar el tema que se vaya a investigar de una forma mucho más directa, permitiendo alcanzar datos más específicos sobre los involucrados fundados en sus experiencias y conocimientos. La entrevista incluirá varias interrogantes dirigidas a los periodistas en el cual se abarcarán temas sobre la desinformación digital y cuáles son las medidas que toman para aplacar aquello y evitar la proliferación de información falsa.

3.5 Procesamiento de Datos

La recopilación de datos se procesará a través de un análisis estadístico, empleando un software especializado como Google Forms. Este programa permitirá organizar, interpretar y presentar los resultados de forma clara y precisa. Para tener un análisis simple, los datos obtenidos son compilados y después tabulados para luego darle su debida interpretación, manteniendo las dimensiones e indicación de las variables.

Las técnicas descriptivas que llevó a cabo el análisis fueron en sí las frecuencias y sus respectivos porcentajes, determinando las reglas, aparte de que se estimó la relación entre la gestión en al ámbito comunicacional y del efecto en la desinformación digital. La obtención de

los resultados será expuesta en sus respectivas tablas, gráficos e interpretación de las mismas, las cuales harán mucho más simple su entendimiento.

3.6 Aspectos Éticos

Este estudio se llevará a cabo siguiendo las principales éticas fundamentales de la investigación, la cual es respetar y priorizar la voluntad de los involucrados, otorgando una mayor confidencialidad.

Antes de continuar con la investigación, se pedirá el permiso pertinente de los participantes, notificando que serán parte del objeto de estudio, se explicará el proceso, el método y que se hará con la información recabada.

Se asegurará que la información recopilada sea usada de manera anónima y con total discreción, usándose únicamente con finalidad académica y a su vez efectuar los objetivos planteados de la investigación. De tal manera, los involucrados tendrán derecho a retirarse del estudio si así lo desean sin que tengan alguna consecuencia negativa.

Por último, la investigación será prevista a una exhaustiva revisión y aprobación por parte del comité de ética responsable, asegurando así la realización de los reglamentos y estándares éticos exigidos para las exploraciones educativas.

CAPÍTULO IV

Resultados y Discusión

4.1 Resultados Obtenidos de la Investigación

Se realizó un estudio detallado a los moradores del sector 12 de Octubre a cerca de la incidencia en la desinformación de los medios digitales en el cantón Quevedo y del cómo afecta la percepción informativa en la comunidad, a la vez se examinaron las distintas plataformas digitales, identificando cuál es de preferencia en usabilidad, credibilidad y veracidad.

Se estudiaron las tendencias en el consumo de información de medios digitales, así como las características y preferencias de los moradores del sector en las plataformas digitales, también se compararon medidas para combatir la desinformación en los medios digitales.

Se identificaron los inconvenientes y oportunidades para poder evitar caer en la desinformación y tener una mejor manera de poder capacitarnos en esta era digital y así obtener una mejor integración en los medios digitales la cual contenga una cohesión social.

Se realizó una entrevista de cuatro preguntas a dos medios reconocidos del cantón Quevedo en el cual nos indica sobre como ellos aplacan la desinformación, brindando de esta manera una información certera, verás, clara, precisa y concisa a la ciudadanía.

Tablas y Gráficos

1. ¿Consideras que la desinformación en medios digitales afecta la percepción de la realidad en Quevedo?

Tabla N° 1

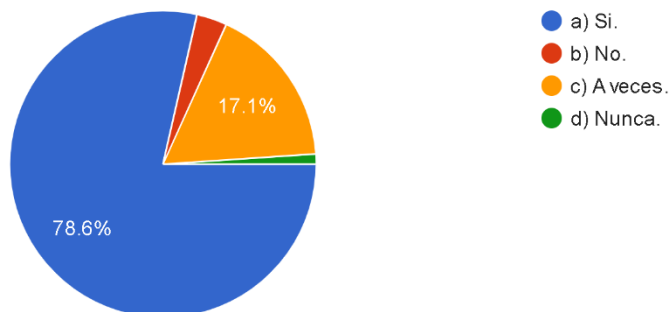
Opciones de respuesta	N° Personas (Frecuencia)	Porcentaje
Si	220	78.6%
No	9	3.2%
A Veces	48	17.1%
Nunca	3	1.1%
Total	280	100%

Elaborado por: Alex López Jijón

Gráfico N° 1

1. ¿Consideras que la desinformación en medios digitales afecta la percepción de la realidad en Quevedo?

280 respuestas



2. ¿Con qué frecuencia consume información de medios digitales?

Tabla N° 2

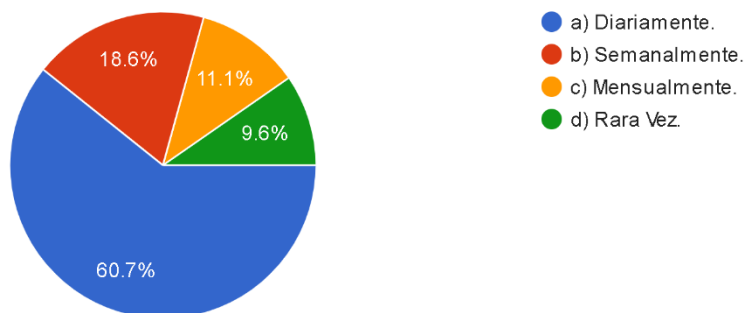
Opciones de respuesta	N° Personas (Frecuencia)	Porcentaje
Diariamente	170	60.7%
Semanalmente	52	18.6%
Mensualmente	31	11.1%
Rara Vez	27	9.6%
Total	280	100%

Elaborado por: Alex López Jijón

Gráfico N° 2

2. ¿Con qué frecuencia consume información de medios digitales?

280 respuestas



3. ¿Cuál es tu principal fuente de información digital?

Tabla N° 3

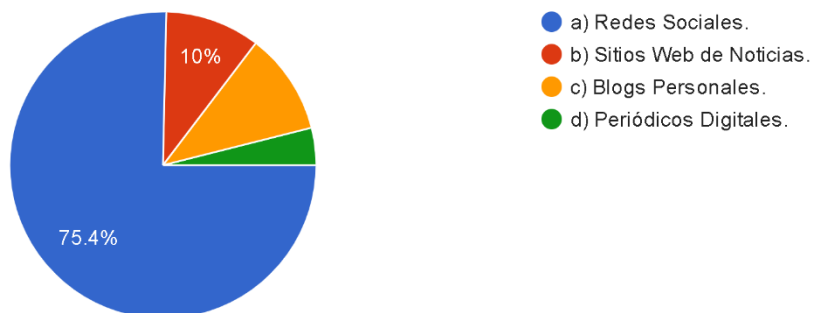
Opciones de respuesta	N° Personas (Frecuencia)	Porcentaje
Redes Sociales	211	75.4%
Sitios Webs de Noticias	28	10%
Blogs Personales	30	10.7%
Periódicos Digitales	11	3.9%
Total	280	100%

Elaborado por: Alex López Jijón

Gráfico N° 3

3. ¿Cuál es tu principal fuente de información digital?

280 respuestas



4. ¿Crees que los medios digitales en Quevedo son responsables en su gestión de la información?

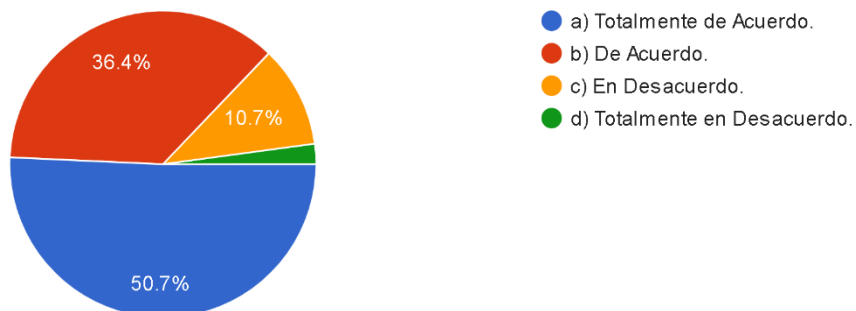
Tabla N° 4

Opciones de respuesta	N° Personas (Frecuencia)	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	142	50.7%
De Acuerdo	102	36.4%
En Desacuerdo	30	10.7%
Totalmente en Desacuerdo	6	2.2%
Total	280	100%

Elaborado por: Alex López Jijón

Gráfico N° 4

4. ¿Crees que los medios digitales en Quevedo son responsables en su gestión de la información?
280 respuestas



5. ¿Has verificado alguna vez la veracidad de la información que recibes de medios digitales?

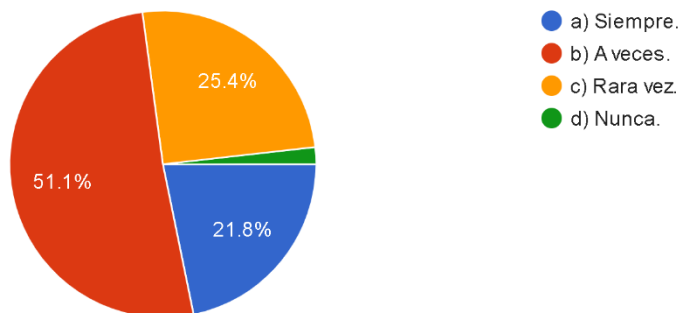
Tabla N° 5

Opciones de respuesta	N° Personas (Frecuencia)	Porcentaje
Siempre	61	21.8%
A Veces	143	51.1%
Rara Vez	71	25.4%
Nunca	5	1.7%
Total	280	100%

Elaborado por: Alex López Jijón

Gráfico N° 5

5. ¿Has verificado alguna vez la veracidad de la información que recibes de medios digitales?
280 respuestas



6. ¿Qué tan preocupante considera el problema de la desinformación en Quevedo?

Tabla N° 6

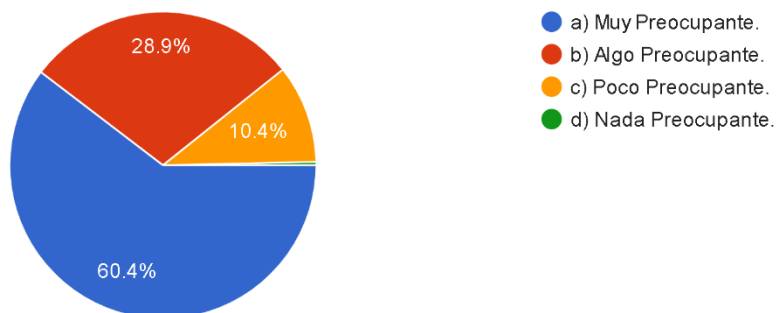
Opciones de respuesta	N° Personas (Frecuencia)	Porcentaje
Muy Preocupante	169	60.4%
Algo Preocupante	81	28.9%
Poco Preocupante	29	10.4%
Nada Preocupante	1	0.3%
Total	280	100%

Elaborado por: Alex López Jijón

Gráfico N° 6

6. ¿Qué tan preocupante considera el problema de la desinformación en Quevedo?

280 respuestas



7. ¿Qué tipo de desinformación crees que es más común en los medios digitales de Quevedo?

Tabla N° 7

Opciones de respuesta	N° Personas (Frecuencia)	Porcentaje
Noticias Falsas	135	48.2%
Rumores	58	20.7%
Información Archivada	33	11.8%
Manipulación de Información	54	19.3%
Total	280	100%

Elaborado por: Alex López Jijón

Gráfico N° 7

7. ¿Qué tipo de desinformación crees que es más común en los medios digitales de Quevedo?
280 respuestas

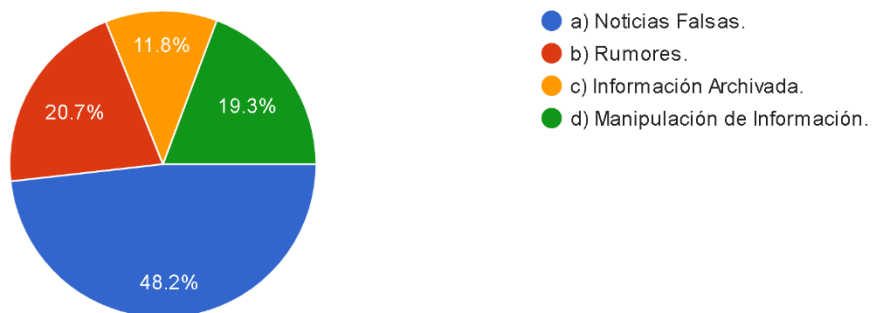


Tabla N° 8

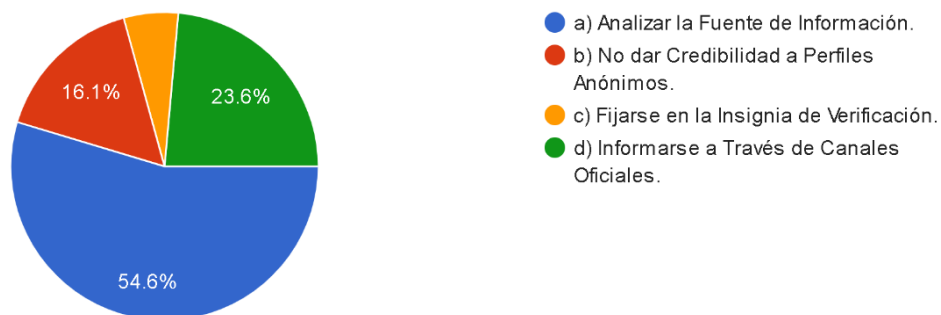
Opciones de respuesta	N° Personas (Frecuencia)	Porcentaje
Analizar la Fuente de Información	153	54.6%
No dar Credibilidad a Perfiles Anónimos	45	16.1%
Fijarse en la Insignia de Verificación	16	5.7%
Informarse a Través de Canales Oficiales	66	23.6%
Total	280	100%

Elaborado por: Alex López Jijón

Gráfico N° 8

8. ¿Qué medidas consideras más efectivas para combatir la desinformación en medios digitales?

280 respuestas



9. ¿Participas en discusiones sobre la desinformación en redes sociales?

Tabla N° 9

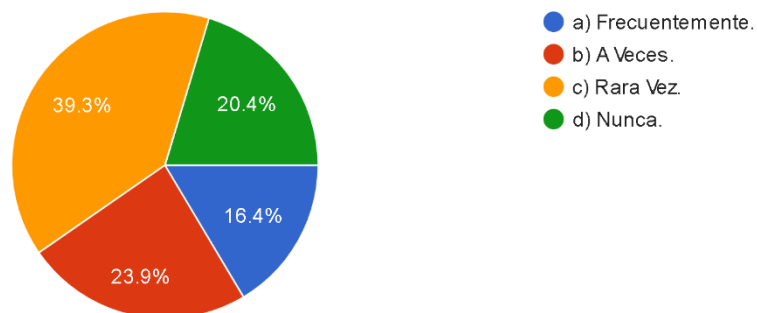
Opciones de respuesta	N° Personas (Frecuencia)	Porcentaje
Frecuentemente	46	16.4%
A Veces	67	23.9%
Rara Vez	110	39.3%
Nunca	57	20.4%
Total	280	100%

Elaborado por: Alex López Jijón

Gráfico N° 9

9. ¿Participas en discusiones sobre la desinformación en redes sociales?

280 respuestas



10. ¿Te gustaría recibir más información sobre cómo identificar la desinformación en medios digitales?

Tabla N° 10

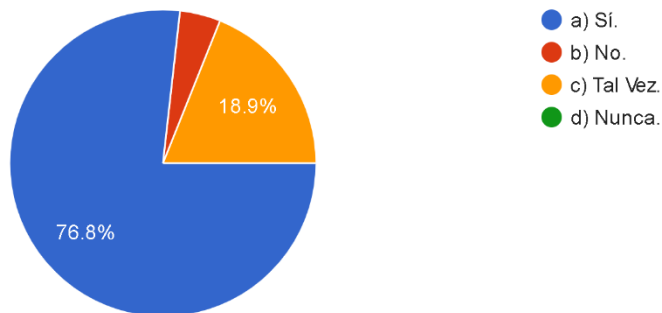
Opciones de respuesta	N° Personas (Frecuencia)	Porcentaje
Si	215	76.8%
No	12	4.3%
Tal Vez	53	18.9%
Nunca	0	0%
Total	280	100%

Elaborado por: Alex López Jijón

Gráfico N° 10

10. ¿Te gustaría recibir más información sobre cómo identificar la desinformación en medios digitales?

280 respuestas



Link de la Encuesta: <https://forms.gle/X7XP6RW2HcRH4c3W8>

4.1.1 Análisis e Interpretación de Datos

Análisis de la Entrevista

Cuestionario para la entrevista en el diario Al Dia.com.ec

1.- ¿Cuáles son los principales protocolos o estrategias que implementan en su medio para verificar la información antes de publicarla en plataformas digitales?

En Al Día.com.ec, se manejan los mismos protocolos de los canales nacionales, emisoras o diarios impresos que aún siguen vigentes, las cuales son:

Verificación de fuentes: En la cual constatamos con fuentes oficiales y confiables, comparando los hechos que nos informa la comunidad juntos con los datos obtenidos de la organización que esté a cargo de dicho suceso.

Revisión interna: Cada información pasa por la revisión del editorial, donde se discrepan y analizan los datos recopilados, de esta forma nos aseguramos que la redacción y publicación sean eficaz en cuanto a la credibilidad de nuestros lectores (Lizano, 2024).

2.- ¿Qué acciones específicas realiza su medio para combatir la desinformación en el ámbito digital y garantizar la credibilidad ante la audiencia del cantón de Quevedo?

En este tiempo en el cual nos encontramos inmersos en la era digital, nos encontramos con personas que intentan desinformar, tomando un rumor y convertirlo en “verdad”, puesto a que una mentira repetida mil veces, termina siendo verdad en el sentido de que lo terminan creyendo, cayendo así en la desinformación.

Debido a ello, nosotros como profesionales, tenemos que tener la capacidad y la sagacidad de detectar la veracidad de la noticia, en el cual tomamos las siguientes acciones:

Monitoreo constante: Contamos con un personal capacitado para ir directamente hacia la fuente, la cual nos permite detectar rápidamente las noticias falsas e información manipulada para evitar cualquier error o malinterpretación de la noticia.

Transparencia: En caso de cometer errores, se publicará de manera inmediata y transparente las debidas correcciones. Explicando el proceso de verificación de datos y el motivo que nos conlleva a la corrección de la información (Lizano, 2024).

3.- ¿Qué tan importante es la capacitación de su equipo en el manejo de herramientas de fact-checking y en la identificación de noticias falsas? ¿Cómo se implementa en su medio?

Es muy importante saber el manejo de fact-checking, estas herramientas tecnológicas debemos aprovecharlas para brindar una información certera a los usuarios de medios digitales, en el cual se capacita al personal para detectar las noticias falsas y así no perder nuestra credibilidad ante los usuarios que esperan a ser notificados sobre algún suceso.

Regularmente se realizan cursos de capacitaciones en base a herramientas de fact-checking, lo que nos ayuda en el análisis de datos digitales junto con la verificación de contenidos audiovisuales, así mismo nos mantenemos actualizados en este entorno digital que evoluciona rápidamente, manteniendo a todo el equipo en una lucha constante sobre las últimas tendencias en tecnología para poder combatir la desinformación (Lizano, 2024).

4.- Desde su perspectiva, ¿cuál es el impacto que tiene la desinformación en la confianza del público hacia los medios digitales en el cantón de Quevedo? ¿Cómo aborda su medio este desafío?

Desde mi perspectiva muy personal, el impacto de la desinformación causa mucho daño y reduce la calidad de las noticias, debilitando a los medios digitales en cualquier información que llegasen a publicar, por ello, el comunicador, el periodista, reportero, debe tomar en cuenta todos estos desafíos que implica ser el medio para informar con veracidad hacia todas las personas, debido a que un comunicador tiene la responsabilidad de transmitir la información para un bien común.

Abordamos estos desafíos como medio digital de las siguientes maneras:

Compromiso y transparencia: Uno de nuestros objetivos es hacer entender a los lectores sobre el proceso que existe detrás de cada noticia, ya que nuestro método de verificación consiste en obtener el acceso a la fuente por más compleja que sea para brindar una noticia de calidad.

Diálogo abierto: Tenemos un medio abierto de comunicación con los lectores, quienes nos permiten recibir los sucesos que acontecen y así nosotros poder actuar en función de las inquietudes y necesidades de la comunidad (Lizano, 2024).

Cuestionario para la entrevista en el diario La Hora (Los Ríos – Quevedo)

1.- ¿Cuáles son los principales protocolos o estrategias que implementan en su medio para verificar la información antes de publicarla en plataformas digitales?

Como medio, nosotros antes de publicar una noticia, debemos comprobar que la información sea verás, asistiendo al lugar de los hechos, realizando preguntas a los testigos de dicho lugar y en caso de crónica, esperamos a la versión oficial de parte de la policía, sino tenemos un reporte oficial y sin verificación de hechos nosotros como medio digital no realizamos la publicación de la noticia, en caso de ser un suceso relevante y aún no tenemos reporte oficial, nosotros procedemos a publicar la información indicando que la noticia está en desarrollo, de esta manera evitamos la confusión de los lectores y así responsabilizarnos de brindar una noticia de calidad (Contreras, 2024)

2.- ¿Qué acciones específicas realiza su medio para combatir la desinformación en el ámbito digital y garantizar la credibilidad ante la audiencia del cantón de Quevedo?

Nuestro proceder es ir directamente a la fuente de información, para brindar a la ciudadanía una noticia verás que nos permita obtener la credibilidad del pueblo, dicha noticia es publicada una vez que ésta es constatada, en caso de acusaciones, siempre se emplea ambas versiones para que la ciudadanía conozca el suceso de ambas partes.

Existen medios que, por querer tener la primicia, realizan la publicación de ésta misma, pero no se constatan que sea cierta la noticia y es ahí cuando viene la desinformación, por ello nosotros como medio hibrido, esperamos a que la información sea verificada para de ahí realizar

la publicación, ya que, si publicamos alguna noticia y termina siendo falsa, los lectores perderán la confianza en nuestro medio (Contreras, 2024).

3.- ¿Qué tan importante es la capacitación de su equipo en el manejo de herramientas de fact-checking y en la identificación de noticias falsas? ¿Cómo se implementa en su medio?

Nuestro equipo cuenta con la capacitación de conseguir más lectores, debido a nuestra credibilidad, también hay momentos en que vemos noticias de otros medios y tomamos ciertas partes para brindar dicha información, pero antes de ello, nosotros verificamos y nos aseguramos de que dicho medio tenga credibilidad de que sus publicaciones sean verídicas, una vez se halla investigado y analizado la información, procedemos a publicarla para que nuestros lectores estén al corriente de lo que sucede en nuestro entorno (Contreras, 2024).

4.- Desde su perspectiva, ¿cuál es el impacto que tiene la desinformación en la confianza del público hacia los medios digitales en el cantón de Quevedo? ¿Cómo aborda su medio este desafío?

Como medio, las personas creerán lo que se publica, por ello, nosotros tenemos la obligación de ser responsables de lo que redactamos para nuestros lectores, ya que sí existen medios que publican información que suele ser errónea, lo cual genera un gran impacto negativo en la ciudadanía, esto genera que los lectores sientan mucha desconfianza y no crean en las noticias generadas por otros medios digitales, así la información sea verdadera, provocando que los lectores migren a otros medios en donde crean que la información es verdadera.

Por ello nosotros como medio híbrido y enfocándonos en lo digital, siempre constatamos nuestras publicaciones, abordando como desafío tener el reporte oficial, testigos, declaraciones, hechos con videos, imágenes e ir directamente a la fuente, haciendo todo lo posible para tener una información precisa, clara y concisa, de esta manera logramos que nuestra credibilidad sea visible ante los ciudadanos, brindando una noticia verás, verificada y real (Contreras, 2024).

Interpretación de Datos de la Encuesta

Interpretación de datos obtenidos de los moradores de la localidad del sector 12 de Octubre.

1. ¿Consideras que la desinformación en medios digitales afecta la percepción de la realidad en Quevedo?

De acuerdo a los datos obtenidos sobre si consideran que la desinformación en medios digitales afecta la percepción de la realidad en Quevedo, tenemos que 220 personas correspondientes al 78.6% dicen que sí, mientras que 9 personas perteneciente al 3.2% nos indican que no, después observamos que 48 encuestados que corresponden al 17.1% nos muestran que a veces y finalmente 3 personas que pertenecen al 1.1% nos respondieron que nunca consideran.

2. ¿Con qué frecuencia consume información de medios digitales?

Según los datos obtenidos respecto a la frecuencia en que se consumen información de medios digitales, tenemos a 170 personas con el 60.7% indicaron que consumen información de medios digitales diariamente, mientras que 52 personas correspondientes al 18.6% muestran que consumen información de medos digitales semanalmente, después tenemos a 31 personas perteneciente al 11.1% notificando que consumen medios digitales mensualmente, finalmente tenemos a 27 personas que corresponden al 9.6% manifestando que consumen medios digitales rara vez.

3. ¿Cuál es tu principal fuente de información digital?

Según los resultados arrojados sobre la principal fuente de información digital tenemos a 211 personas correspondiente al 75.4% indicando que su principal fuente son las redes sociales, mientras que 28 personas perteneciente al 10% muestra una prefieren los sitios web de noticias, luego tenemos a 30 personas que corresponden al 10.7% notificando que eligen los blogs personales y finalmente tenemos a 11 personas con el 3.9% manifestando que utilizan más los periódicos digitales.

4. ¿Crees que los medios digitales en Quevedo son responsables en su gestión de la información?

Se puede observar sobre los medios digitales en Quevedo y su responsabilidad en su gestión de la información que tenemos a 142 personas correspondiente al 50.7% están totalmente de acuerdo, mientras que 102 personas con el 36.4% están de acuerdo, luego tenemos a 30 personas perteneciente al 10.7% quienes están en desacuerdo y finalmente tenemos a 6 personas con el 2.2% notificando los excesos de recursos tecnológicos.

5. ¿Has verificado alguna vez la veracidad de la información que recibes de medios digitales?

En el análisis de datos sobre la veracidad de información, tenemos a 61 personas con el 21.8% indicando que siempre verifican la información, mientras que 143 personas correspondiente al 51.1% muestran que a veces indagan en la veracidad, luego tenemos a 71 personas correspondiente al 25.4% manifestando que verifican rara vez la información y

finalmente tenemos a 5 personas perteneciente al 1.7% notificando que nunca realizan la verificación de información en los medios digitales.

6. ¿Qué tan preocupante considera el problema de la desinformación en Quevedo?

En base a los resultados, tenemos a 169 personas con el 60.4% indicando que es muy preocupante la desinformación en Quevedo, mientras que 81 personas que corresponde al 28.9% indica que es algo preocupante, luego observamos que 29 personas con el 10.4% les resulta algo preocupante y finalmente tenemos a 1 persona perteneciente al 0.3% manifestando que no le parece nada preocupante.

7. ¿Qué tipo de desinformación crees que es más común en los medios digitales de Quevedo?

Como se observa en el gráfico, vemos que 135 personas correspondiente al 48.2% piensan que las noticias falsas son más comunes en Quevedo, mientras que 58 personas con el 20.7% indican que son los rumores, después notamos que 33 personas perteneciente al 11.8% creen que son la información archivada y finalmente a 54 personas que corresponden al 19.3% sostienen en que es la manipulación de archivo.

8. ¿Qué medidas consideras más efectivas para combatir la desinformación en medios digitales?

De los siguientes datos obtenidos, podemos ver que 153 personas con el 54.6% consideran que analizar la fuente de información sirve para combatir la desinformación en medios digitales, mientras que 45 personas correspondiente al 16.1% indican no dar credibilidad

a perfiles anónimos, luego tenemos a 16 personas perteneciente al 5.7% indican en fijarse en la insignia de verificación y finalmente tenemos a 66 personas que corresponden al 23.6% notificando que deben informarse a través de canales oficiales.

9. ¿Participas en discusiones sobre la desinformación en redes sociales?

De los resultados obtenidos podemos notar que 46 personas perteneciente al 16.4% indican que participan frecuentemente en discusiones sobre la desinformación en redes sociales, mientras que 67 personas con el 23.9% muestran que a veces participan, después tenemos a 110 personas con el 39.3% notificando que rara vez participan en dichas discusiones, finalmente tenemos a 57 personas correspondiente al 20.4% señalando que nunca participan.

10. ¿Te gustaría recibir más información sobre cómo identificar la desinformación en medios digitales?

En base a los resultados, nos dimos cuenta que a 215 personas correspondiente al 76.8% les gustaría recibir información para identificar la desinformación en medios digitales, mientras que a 12 personas con el 4.3% no les gustaría recibir dicha información, luego tenemos a 53 personas perteneciente al 18.9% indicando que tal vez les gustaría obtener información, finalmente tenemos a 0 personas que corresponden al 0% lo que indica que nadie eligió esta opción como respuesta.

4.2 Discusión

A raíz de la investigación, se dedujo que, dependiendo de cómo se gestione el proceso de comunicación, el impacto hacia la ciudadanía puede ser positivo o negativo, ya que hay medios digitales que no son confiables, nos desinforman y debido a ello los lectores empiezan a desconfiar de otros medios digitales que sí se toman en serio el profesionalismo y hacen todo lo posible por informar a las personas de los hechos que ocurren en nuestro entorno.

También es entendible que ciertas personas tengan sus dudas en los medios digitales, estamos en una era en el cual hay demasiada información en el internet, medios que suelen hacernos creer en algo que es irreal, que buscan causar incertidumbre y desconfianza, por ende, en estos tiempos es muy difícil saber quién dice la verdad en los medios digitales, si realmente es verídico y si no hay manipulación de información tras la noticia.

Sin embargo, hay métodos para poder cerciorarse y así evitar caer en la desinformación, actualmente se trabaja arduamente para poder combatir este mal digital, una de las opciones son los canales oficiales que cuentan con una insignia de verificación, tienen una credibilidad muy alta por la manera en que transmiten las noticias con veracidad y a su vez cuentan con fuentes confiables, testigos si el caso de noticia lo amerita y reportes oficiales por parte de alguna organización dependiendo del suceso del caso. Además de que en esta era se pueden brindar charlas en instituciones para que los ciudadanos tengan el conocimiento necesario y así evitar caer en medios digitales que solo quieren desinformar a los lectores.

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

- La era digital cada vez se vuelve más utilizada por los distintos medios digitales, utilizando incluso las redes sociales y páginas webs para dar a conocer lo que acontece en nuestro entorno.
- Los medios digitales como Al Día y el diario La Hora son pioneros en el cantón de Quevedo, elegidos por los lectores al momento de querer informarse de los últimos acontecimientos.
- La facilidad de compartir información a través de medios digitales cada vez es más amplia, sin embargo, se debe tener en cuenta que existen medios que publican noticias falsas, tergiversadas y manipuladas, lo cual conlleva a la desinformación.
- Actualmente se puede evitar caer en la información engañosa, siguiendo cuentas que consten con sus respectivas insignias de verificación y canales oficiales, únicamente de medios digitales reconocidos que cuentan con una credibilidad muy alta.

5.2 Recomendaciones

- Existe información que no es verídica, para no caer en ello debemos de investigar más a fondo sobre lo que buscamos en esta era digital.
- Los medios digitales de Al Dia y el diario La Hora deben mantener informando con veracidad para que los ciudadanos no tengan desconfianza al momento de revisar su contenido en el medio digital.
- Ser responsable al momento de compartir una noticia hacia las personas que se informan a través de los medios digitales, al momento de hacerla estamos llevando dicha información hacia los habitantes, por ello se debe indagar hasta constatar que la noticia es verídica.
- Los medios digitales como Al Dia y el diario La Hora deberían tener más interacción con sus lectores, permitiendo que ellos puedan expresar los malestares que acarrear en la comunidad y así ser escuchados por estos medios como la voz del pueblo a la cual representan.

Referencias Bibliográficas

Bibliografía

- Aguilera, M. (16 de 08 de 2023). *RedEduca.net*. Obtenido de Las barreras en el proceso de la comunicación: <https://www.rededuca.net/blog/atencion-temprana/barreras-proceso-comunicacion#:~:text=A%20continuaci%C3%B3n%2C%20se%20procede%20a%20definir%20cada%20una%20de%20ellas%3A%20Barreras%20sem%C3%A1nticas%20%3A%20est%C3%A1n%20relacionadas%20con%20el%20significad>
- Altay, S., Farkas, J., Berriche, M., Rathje, S., & Heuer, H. (27 de Julio de 2023). Una encuesta sobre las opiniones de expertos sobre la desinformación: definiciones, determinantes, soluciones y futuro del campo. *Harvard Kennedy School Mis Information Review*, 4(4), 1-34. doi:<https://doi.org/10.37016/mr-2020-119>
- CETYS Educación Continua. (13 de Mayo de 2021). *CETYS UNIVERSIDAD*. Obtenido de Barreras de la comunicación: <https://www.cetys.mx/educon/barreras-de-la-comunicacion/#:~:text=Barreras%20psicol%C3%B3gicas%3A%20estas%20interferencias%20se%20relacionan%20con%20los%20aspectos%20psicol%C3%B3gicos%20y%20los%20estados%20emocionales>
- Contreras Barros, M. G. (20 de Abril de 2024). Innovación tecnológica y su impacto en la gestión pública del gobierno autónomo descentralizado de Quevedo, año 2022. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, V(2), 1754-1765. doi:<https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1984>
- Contreras, I. (28 de Enero de 2024). *Diario La Hora*. (A. López, Entrevistador) Quevedo, Los Ríos, Ecuador.
- Cruz Navichoc, V. A. (2020). “Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para mejorar la divulgación de los servicios en medios digitales, de la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas –FGER-“. *Universidad de San Carlos de Guatemala*, 1-112. Obtenido de http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/16/16_1103.pdf
- Demandando, A., & Suárez Villegas, J. (17 de Julio de 2024). *ResearchGate*. Obtenido de Perfil, incidencia y perspectivas de la desinformación entre los ecuatorianos: https://www.researchgate.net/publication/382320136_Profile_Incidence_and_Perspectives_of_Disinformation_among_Ecuadorians#:~:text=nomenon%20historically%20linked%20to,media%20intervened%20by%20state
- Dhiman, B. (06 de Junio de 2023). El auge y el impacto de la desinformación y las noticias falsas en la juventud digital: una revisión crítica. *Revista de Socionomía*, 12(1), 1-5. doi:<http://10.35248/2167-0358.23.12.191>

- Díaz Muñoz, G. A., & Guambi Espinosa, D. R. (08 de Diciembre de 2022). La comunicación: un recurso indispensable para la gestión empresarial en la industria moderna. *AXIOMA - Revista Científica de Investigación, Docencia y Proyección Social*(27), 72-78. doi: <https://doi.org/10.26621/ra.v1i27.829>
- Díaz Muñoz, G. A., & Guambi Espinosa, D. R. (08 de Diciembre de 2022). La comunicación: un recurso indispensable para la gestión empresarial en la industria moderna. *AXIOMA - Revista Científica de Investigación, Docencia y Proyección Social*(27), 72-78. doi:<https://doi.org/10.26621/ra.v1i27.829>
- Fasano, P., & Roquel, I. (01 de Diciembre de 2022). Algunas coordenadas de la experiencia de gestión del Área de Comunicación Comunitaria en la Universidad Nacional de Entre Ríos. +E: *Revista de Extensión Universitaria*, 12(17), 1-12. doi:<https://doi.org/10.14409/extension.2022.17.Jul-Dic.e0019>
- Firdaus, N., Jumroni, J., Sumartono, E., & Aziz, A. (27 de Julio de 2024). La influencia de las redes sociales, la desinformación y las estrategias de comunicación digital en la percepción y la confianza del público. *Revista de Ciencias Académicas*, 1(3), 131-138. doi:<https://doi.org/10.59613/x6akpn10>
- Firdaus, N., Jumroni, J., Sumartono, E., & Aziz, A. (29 de Julio de 2024). *ResearchGate*. Obtenido de La influencia de las redes sociales, la desinformación y las estrategias de comunicación digital en la percepción y la confianza del público: https://www.researchgate.net/publication/382362775_The_Influence_of_Social_Media_Misinformation_and_Digital_Communication_Strategies_on_Public_Perception_and_Trust#:~:text=information%20dissemination%2C%20the%20impact,on%20public%20trust%2C%20and
- Granda Tandazo, C., Paladines Galarza, F., & Velásquez Benavides, A. (21 de Febrero de 2016). La comunicación estratégica digital en las organizaciones públicas del Ecuador Estado actual y proyección a futuro. *Revista Latina de Comunicación Social*(71), 211-231. doi:<http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2016-1092>
- Granda Tandazo, C., Paladines Galarza, F., & Velásquez Benavides, A. (21 de Febrero de 2021). *Universidad de la Laguna*. Obtenido de La comunicación estratégica digital en las organizaciones públicas del Ecuador Estado actual y proyección a futuro: <https://www.redalyc.org/journal/819/81943468012/html/#:~:text=2016%20%2D%20This%20article,to%20promote%20their%20services>
- Green, Y., Gully, A., Roth, Y., Roy, A., Tucker, J., & Wanless, A. (09 de Enero de 2023). *CARNEGIE ENDOWMENT FOR INTERNATIONAL PEACE*. Obtenido de Evidence-Based Misinformation Interventions: Challenges and Opportunities for Measurement and Collaboration: <https://carnegieendowment.org/research/2023/01/evidence-based->

misinformation-interventions-challenges-and-opportunities-for-measurement-and-collaboration?lang=en

- Green, Y., Gully, A., Roth, Y., Roy, A., Tucker, J., & Wanless, A. (09 de Enero de 2023). Evidence-Based Misinformation Interventions: Challenges and Opportunities for Measurement and Collaboration. *CARNEGIE ENDOWMENT FOR INTERNATIONAL PEACE*, 1-40. Obtenido de Evidence-Based Misinformation Interventions: Challenges and Opportunities for Measurement and Collaboration: <https://carnegieendowment.org/research/2023/01/evidence-based-misinformation-interventions-challenges-and-opportunities-for-measurement-and-collaboration?lang=en>
- Herrera Morillas, J. (1 de Abril de 2021). La comunicación en los planes estratégicos de bibliotecas universitarias españolas. *SEMANTIC SCHOLAR*, 10(2), 1-13. doi:<https://doi.org/10.24215/18539912e127>
- Hoes, E., Aitken, B., Zhang, J., Gackowski, T., & Wojcieszak, M. (10 de Junio de 2024). Nature Human Behaviour. *Las intervenciones de desinformación destacadas reducen las percepciones erróneas pero aumentan el escepticismo*, 8, 1545-1553. doi:<https://doi.org/10.1038/s41562-024-01884-x>
- Hotmart. (03 de Octubre de 2023). *Hotmart Blog*. Obtenido de Medios digitales: qué son, principales tipos y cómo usarlos: <https://hotmart.com/es/blog/medio-digital>
- INEC. (2022). *Censo Ecuador*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos: <https://www.censoecuador.gob.ec/>
- Kemp, S. (23 de Febrero de 2024). *DATAREPORTAL*. Obtenido de Digital 2024: Ecuador: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-ecuador#:~:text=The%20state%20of%20digital%20in%20Ecuador%20in>
- Ledesma Torres, D. R. (10 de Septiembre de 2022). Gestión de la comunicación y su relación con el clima organizacional. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 6(5), 4084-4094. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3376
- Lizano, X. (28 de Enero de 2024). *Al Dia.com.ec*. (A. López, Entrevistador) Quevedo, Los Ríos, Ecuador.
- Morales Serrano, F. (2007). La comunicación planificada: Estudio cualitativo de las variables estructura, gestión y valores en la comunicación de las organizaciones. *Universidad Autonoma de Barcelona*, 1-451. Obtenido de <https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2007/tdx-1213107-110239/fms1de1.pdf>
- Morales Serrano, F. (Diciembre de 2007). La comunicación planificada: Estudio cualitativo de las variables estructura, gestión y valores en la comunicación de las organizaciones.

Universidad Autonoma de Barcelona, 1-451. Obtenido de
<https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2007/tdx-1213107-110239/fms1de1.pdf>

Morán Quinaluisa, V., Flores Jaén, M., Recalde Aguilar, L., Merizalde Véliz, D., & Cadena Miranda, D. (18 de Octubre de 2023). La responsabilidad social en la era digital: Un análisis del impacto de las redes sociales. *SOBRE*, 5(6), 814-827.
 doi:<https://doi.org/10.59169/pentaciencias.v5i6.893>

Mundana. (2023). *Mundana*. Obtenido de 11 ejemplos de barreras de la comunicación y cómo puedes superarlas para tener una comunicación efectiva:
<https://www.mundana.us/blog/barreras-de-la-comunicacion#:~:text=Las%20barreras%20de%20comunicaci%C3%B3n%20se%20dividen%20en%20tres%20categor%C3%ADas%20principales%2C%20las%20cuales%20son%3A%20Barreras%20sem%C3%A1nticas%20Las%20barreras%20sem%C3%A1nticas%2>

Mundana. (2023). *Mundana a un Click del Conocimiento*. Obtenido de 11 ejemplos de barreras de la comunicación y cómo puedes superarlas para tener una comunicación efectiva:
<https://www.mundana.us/blog/barreras-de-la-comunicacion#:~:text=Las%20barreras%20de%20comunicaci%C3%B3n%20se%20dividen%20en%20tres%20categor%C3%ADas%20principales%2C%20las%20cuales%20son%3A%20Barreras%20sem%C3%A1nticas%20Las%20barreras%20sem%C3%A1nticas%2>

Murphy, G., Aftab, O., M. Greene, C., De Saint Laurent, C., Hegarty, K., Reynolds, M., & De Yuning, S. (15 de Noviembre de 2023). ¿Qué estudiamos cuando estudiamos la desinformación? Una revisión exploratoria de la investigación experimental (2016-2022). *Harvard Kennedy School Miss Information Review*, 4(6), 1-57.
 doi:<https://doi.org/10.37016/mr-2020-130>

Mut Camacho, M. (27 de Abril de 2021). La buena gestión de la comunicación interna una ventaja a favor de las empresas ante los conflictos. *Revista de Ciencias de la Comunicación eInformación*, 13-19.
 doi:<https://doi.org/10.35742/RCCI.2006.11%280%29.13-19>

Ordway, D. M. (01 de Septiembre de 2017). *The Journalist's Resource Informing The News*.
 doi:<https://doi.org/10.37016/mr-2020-130>

Ordway, D. M. (01 de Septiembre de 2021). *The Journalist's Resource Informing The News*.
 doi:<https://doi.org/10.37016/mr-2020-130>

- Palomino, K. (15 de Noviembre de 2023). *Southern New Hampshire University*. Obtenido de Medios digitales: ¿Qué son y cuáles son los tipos?: <https://es.snhu.edu/blog/cuales-son-los-tipos-de-medios-digitales>
- Palomino, K. (06 de Febrero de 2025). *Southern New Hampshire University*. Obtenido de Medios digitales: ¿Qué son y cuáles son los tipos?: <https://es.snhu.edu/blog/cuales-son-los-tipos-de-medios-digitales>
- Patiño Villa, C. A., Muriel Amezcua, V. D., & Guerrero Ramírez, S. L. (05 de Febrero de 2020). Percepciones de la interacción y la comunicación en el trabajo colaborativo con TIC, comparativa de los alumnos de licenciatura en Comunicación y Periodismo y de la licenciatura en Desarrollo local de la Universidad Autónoma de Querétaro. *SOBRE*, 15(29), 22-40. doi:<https://doi.org/10.29105/gmjmx15.29-3>
- Pineda Henao, A. E. (20 de Enero de 2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. *Revista GEON*, 7(1). doi:<https://doi.org/10.22579/23463910.182>
- Reyes Quinde, C. A. (2016). La comunicación digital y las herramientas virtuales en la Universidad Técnica de Ambato (UTA). *UTA*, 1-138. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/24215>
- Saura Pérez, P., & García García, F. (04 de Abril de 2012). La comunicación de crisis como elemento clave de la comunicación empresarial. *ICONO 14 Revista científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 8(2), 42-56. doi:<https://doi.org/10.7195/ri14.v8i2.245>
- Shahbazi, M., & Bunker, D. (Agosto de 2024). *ScienceDirect*. Obtenido de Confianza en las redes sociales: cómo combatir la desinformación en tiempos de crisis: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401224000288#:~:text=In%20the%20context%20of,in%20health%20authorities%20is>
- Silva, P., Dodel Schubert, M., & Pepe, A. I. (26 de Mayo de 2020). Entre el cuaderno de comunicados y el smartphone: Los desafíos para la gestión en centros educativos uruguayos en el contexto de comunicación digital. (L. Delgado, Ed.) *Dixit*(32), 61-75. doi:<https://doi.org/10.22235/d.vi32.2118>
- Suing, A., & Suárez Villegas, J. C. (17 de Julio de 2024). Perfil, incidencia y perspectivas de la desinformación entre los ecuatorianos. *MDPI*, 5(3), 993-1006. doi:<https://doi.org/10.3390/journalmedia5030063>
- Valencia, N. (30 de Junio de 2023). Apuntes para una historia de los medios digitales en la Web 2.0 y su impacto en la arquitectura. *SOBRE*, 1(9), 87-96. doi:<http://10.30827/sobre.v9i1.28257>

- Velasteguí López, E. (04 de Enero de 2020). Las ventajas y desventajas del internet en la sociedad. *Conciencia Digital*, 2(1), 35-45.
doi:<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v2i1.928>
- Victorero Veas, A. L. (08 de Junio de 2024). Incidencia del Gobierno electrónico en la gestión pública del Gobierno Autónomo Descentralizado municipal del Cantón Quevedo, año 2022. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias y Humanidades*, V(3), 2277-2289.
doi: <https://doi.org/10.56712/latam.v5i3.2194>
- Victorero Veas, A. L. (08 de Junio de 2024). Incidencia del Gobierno electrónico en la gestión pública del Gobierno Autónomo Descentralizado municipal del Cantón Quevedo, año 2022. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, V(3), 2277-2289. doi:<https://doi.org/10.56712/latam.v5i3.2194>
- Vidal Díaz, D., Vidal Díaz, D., & Gutiérrez López, O. (12 de Septiembre de 2022). Principios para la elaboración de un Manual para la Gestión de Comunicación de Crisis en las organizaciones. *Explorador Digital*, 6(3), 258-283.
doi:<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i3.2313>
- Villavicencio Bailón, J. C. (21 de Marzo de 2024). Administración Municipal del Gobierno electrónico del Cantón Quevedo y su impacto en los contribuyentes de predios urbanos, periodo 2019 – 2022. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, V(2), 150-166. doi: <https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1866>
- Yagual Reyes, J. C. (21 de Enero de 2024). Gestión de la comunicación interna y manejo de la imagen institucional de la comuna Valdivia. *UPSE*, 1-70. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10703/1/UPSE-TCO-2024-0029.pdf>
- Yu, J., Bekerian, D., & Osback, C. (07 de Noviembre de 2024). MDPI. *Navegando por el panorama digital: desafíos y barreras para el uso eficaz de la información en Internet*, 4(4), 1665-1680. doi:<https://doi.org/10.3390/encyclopedia4040109>

Anexos

Anexo 1: Cuestionario de la Encuesta

1. ¿Consideras que la desinformación en medios digitales afecta la percepción de la realidad en Quevedo?

- a) Si.
- b) No.
- c) A veces.
- d) Nunca.

2. ¿Con qué frecuencia consume información de medios digitales?

- a) Diariamente.
- b) Semanalmente.
- c) Mensualmente.
- d) Rara Vez.

3. ¿Cuál es tu principal fuente de información digital?

- a) Redes Sociales.
- b) Sitios Web de Noticias.
- c) Blogs Personales.
- d) Periódicos Digitales.

4. ¿Crees que los medios digitales en Quevedo son responsables en su gestión de la información?

- a) Totalmente de Acuerdo.
- b) De Acuerdo.
- c) En Desacuerdo.

d) Totalmente en Desacuerdo.

5. ¿Has verificado alguna vez la veracidad de la información que recibes de medios digitales?

a) Siempre.

b) A veces.

c) Rara vez.

d) Nunca.

6. ¿Qué tan preocupante considera el problema de la desinformación en Quevedo?

a) Muy Preocupante.

b) Algo Preocupante.

c) Poco Preocupante.

d) Nada Preocupante.

7. ¿Qué tipo de desinformación crees que es más común en los medios digitales de Quevedo?

a) Noticias Falsas.

b) Rumores.

c) Información Archivada.

d) Manipulación de Información.

8. ¿Qué medidas consideras más efectivas para combatir la desinformación en medios digitales?

a) Analizar la Fuente de Información.

b) No dar Credibilidad a Perfiles Anónimos.

c) Fijarse en la Insignia de Verificación.

d) Informarse a Través de Canales Oficiales.

9. ¿Participas en discusiones sobre la desinformación en redes sociales?

a) Frecuentemente.

b) A Veces.

c) Rara Vez.

d) Nunca.

10. ¿Te gustaría recibir más información sobre cómo identificar la desinformación en medios digitales?

a) Sí.

b) No.

c) Tal Vez.

d) Nunca.

Anexo 2: Cuestionario de la Entrevista

1.- ¿Cuáles son los principales protocolos o estrategias que implementan en su medio para verificar la información antes de publicarla en plataformas digitales?

2.- ¿Qué acciones específicas realiza su medio para combatir la desinformación en el ámbito digital y garantizar la credibilidad ante la audiencia del cantón de Quevedo?

3.- ¿Qué tan importante es la capacitación de su equipo en el manejo de herramientas de fact-checking y en la identificación de noticias falsas? ¿Cómo se implementa en su medio?

4.- Desde su perspectiva, ¿cuál es el impacto que tiene la desinformación en la confianza del público hacia los medios digitales en el cantón de Quevedo? ¿Cómo aborda su medio este desafío?

Anexo 3: Presupuesto Invertido en la Investigación

Descripción	Cantidad	Costo Unitario (USD)	Costo Total (USD)
Impresiones, Documentos e Internet	50	0.10	5.00
Movilización	5	5.00	25.00
Alimentación Personal	5	3.00	15.00
Gastos Adicionales	-	-	10.00
Total			55.00

Elaborado por: Alex López Jijón

Anexo 4: Matriz de Operacionalización de las Variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	Instrumento de Medición
Gestión de la Comunicación	Proceso estratégico que implica la planificación, implementación y evaluación de actividades comunicativas para alcanzar objetivos específicos y mejorar la interacción con los públicos.	Estrategias de Comunicación. Canales de Comunicación. Contenido Informativo.	Plan de comunicación. Diversidad de canales utilizados (Medios Digitales y Redes Sociales).	Escala Likert (1-5)	Entrevista.
Incidencia en la Desinformación Digital.	Frecuencia e impacto de la desinformación que circula en los medios digitales, afectado la percepción y comprensión de la información por parte de la audiencia.	Frecuencia de Desinformación. Tipos de Desinformación. Impacto en la audiencia.	Número de casos reportados de desinformación en medios digitales. Percepción de la audiencia sobre la veracidad de la información recibida.	Escala Likert (1-5)	Encuesta.

Anexo 5: Matriz de Consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA
GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA DESINFORMACIÓN DE MEDIOS DIGITALES EN EL CANTÓN DE QUEVEDO	¿Cómo impacta la gestión de la comunicación y como incide en la desinformación de los medios digitales en el cantón de Quevedo?	GENERAL: Analizar la gestión de la comunicación y su incidencia en la desinformación de medios digitales en el cantón Quevedo.	El impacto de la gestión de la comunicación incide en la desinformación de los medios digitales en la ciudad de Quevedo.	Independiente: Gestión de la Comunicación.	Estrategias de Comunicación.	Tipo de investigación: Descriptiva – De Campo.	Población: Este colectivo abarca a los moradores del sector 12 de Octubre que están involucrados e inmersos en la era digital sobre los medios digitales en la que se realizará el estudio, así mismo se realizará una entrevista a dos periodistas seleccionados de los medios digitales de la ciudad de Quevedo.
		ESPECÍFICOS: Identificar las principales gestiones de la comunicación presentes en los entornos digitales de la ciudad de Quevedo que influyen en la generación de desinformación.			Contenido Informativo. Frecuencia de Desinformación.		

		<p>digitales en la ciudad de Quevedo.</p> <p>Diseñar estrategias de comunicación efectivas para minimizar la desinformación en los entornos digitales en la ciudad de Quevedo.</p>					<p>Día y diario La Hora de la ciudad de Quevedo.</p>
							<p>Unidad de Estudio: Plataformas Digitales, las cuales son los diarios Al Día.com y La Hora, quienes son pioneros en la era actual digital.</p>

Anexo 6: Cronograma Establecido para la Investigación

Actividades	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Desarrollo de Tutorías – Cumplimiento de Actividades en el SAI	X					
Presentación del Perfil del Trabajo	X					
Desarrollo de Tutorías – Cumplimiento de Actividades en el SAI		X				
Presentación de la Segunda Fase		X				
Sustentación del Proyecto de Integración Curricular Cualitativa			X			
Desarrollo de Tutorías – Cumplimiento de Actividades en el SAI			X			
Entrega de Documentos Habilitantes Previo a la Sustentación Final				X		
Sustentación del Informe Final del Trabajo de Integración Curricular						X
Carga del Link DSpace						X
Cierre del Proceso de Titulación						X

Elaborado por: Alex López Jijón

Anexo 7: Fotos de la entrevista en el Diario Al Día.com.ec



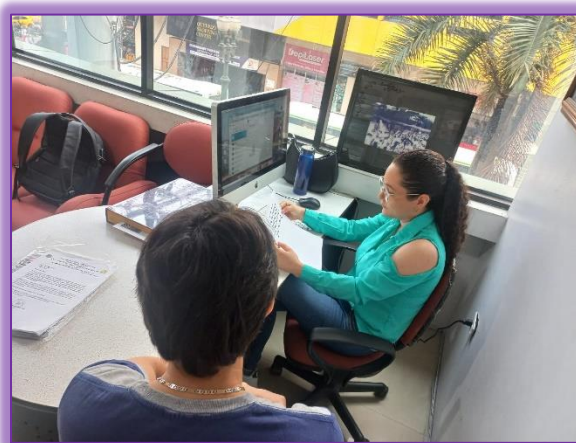
Entrevista en Diario Al Día con el
Lcdo. Xavier Lizano.

Contacto del diario Al Día mediante el siguiente correo: info@aldia.com.ec

Anexo 8: Foto con mi Tutora sobre la Tesis



Tutora: MSc. Liliana Ivett Urquiza Mendoza

Anexo 9: Fotos de la entrevista en el Diario La Hora

Entrevista en el Diario La
Hora con la Lcda. Isabel
Contreras