



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA  
ELENA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA  
SALUD CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**  
LOS TROLLS CENTER Y SU INFLUENCIA EN LA OPINIÓN  
PÚBLICA DE LOS JÓVENES DEL CANTÓN SANTA ELENA,  
SECTOR URBANO

**AUTOR:**

VILLÓN SÁNCHEZ MÁXIMO JOSUÉ

**TUTOR:**

LCDO. GREGORY PETER SANTAMARÍA, MGTR.

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

**SUB-LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

RELACIONES PÚBLICAS

LA LIBERTAD — ECUADOR

2023



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**TEMA:**

**LOS TROLLS CENTER Y SU INFLUENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE  
LOS JÓVENES DEL CANTÓN SANTA ELENA, SECTOR URBANO**

**Autor:** Villón Sánchez Máximo Josué

**Tutor:** Lcdo. Gregory Peter Santamaría, Mgtr.

## **AGRADECIMIENTO**

Darle gracias a Dios principalmente por darme fortalezas en los días que sentía que no podía, quién bendijo mi camino en estos años de estudio, así mismo agradecer a mi madre, la persona que fue mi pilar fundamental en este proceso, brindando su apoyo en todo sentido, de igual manera a mi padre, por guiarme hacia el buen camino e iluminarme desde allá arriba a hacer las cosas de la mejor manera. Y por último a los docentes, que con su paciencia y conocimientos nos formaron profesionalmente.

**Máximo Josué Villón Sánchez**

## **DEDICATORIA**

A nombre de mi mamá Bélgica Sánchez por ocupar ambos roles en mi vida haciendo que siga por el buen camino sin dejarme solo y a mi papá Máximo Villón que donde quiera que se encuentre sé que bendice mi camino día a día y se siente orgulloso. Por último, a mí, por la dedicación y paciencia en este arduo proceso de investigación y preparación.

**Máximo Josué Villón Sánchez**

## CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE DOCENTE TUTOR



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA COMUNICACIÓN

### CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC MODALIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Doctora

Lilian Susana Molina Benavides

Directora de la Carrera de Comunicación

En su despacho. –

En calidad de tutor asignado por la Carrera de Comunicación, informo a usted que el señor: **Máximo Josué Villón Sánchez** con cédula de identidad N° **0928075142** ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de titulación de grado y postgrado de la UPSE (UIC).

Art 14.- Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular será de forma híbrida (presencial/virtual), quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que el señor: **Máximo Josué Villón Sánchez**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la (UIC) con el proyecto de investigación titulado: **Los trolls center y su influencia en la opinión pública de los jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano.**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; proyecto de investigación.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Lcdo. Gregory Peter Santamaría Romero, Mgtr

**Docente tutor**

**Trabajo Integración Curricular II**

**CI: 0923403794**

**Correo Institucional: [gsantamariar@upse.edu.ec](mailto:gsantamariar@upse.edu.ec)**

**Cel: 0994700776**

**MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE  
INTEGRACIÓN CURRICULAR**



---

Dra. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.  
**DIRECTORA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

Lcdo. David Xavier Echeverría Maggi, Mgtr  
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

Lcdo. Gregory Peter Santamaría Romero, Mgtr.  
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



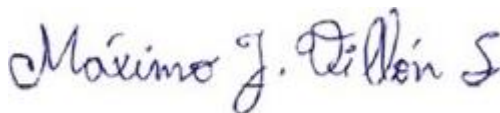
---

Lcda. García González Vilma Maribel, Mgtr.  
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

Ing. Yolanda Paola Limones Borbor, Mgtr.  
**ASISTENTE ADMINISTRATIVO DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



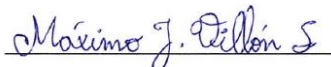
---

Villón Sánchez Máximo Josué  
**ESTUDIANTE**

## DERECHOS DE AUTORÍA

Quien suscribe; **MÁXIMO JOSUÉ VILLÓN SÁNCHEZ**, con C.C: **0928075142**, estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, declaro que el trabajo de titulación; proyecto de investigación, presentado a la Unidad de Integración Curricular (UIC), cuyo tema es: **LOS TROLLS CENTER Y SU INFLUENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS JÓVENES DEL CANTÓN SANTA ELENA, SECTOR URBANO**, corresponde exclusiva responsabilidad de la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

**La libertad, 06 de agosto del 2023**



**Máximo Josué Villón Sánchez**

**CI: 0928075142**

**Correo Institucional: [maximo.villons@upse.edu.ec](mailto:maximo.villons@upse.edu.ec)**

**Cel: 0978858237**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA: .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
DEDICATORIA .....	III
CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE DOCENTE TUTOR .....	IV
DERECHOS DE AUTORÍA .....	VI
RESUMEN .....	XI
ABSTRACT.....	XII
INTRODUCCIÓN .....	13
1. CAPÍTULO I: FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO .....	14
1.1 Descripción del problema .....	14
1.2 Formulación del problema .....	15
1.3 Preguntas de investigación.....	16
1.4 Justificación .....	16
1.5 Objetivos: general y específicos .....	17
1.5.1 Objetivo General.....	17
1.5.2 Objetivos Específicos .....	17
1.6 Hipótesis .....	17
1.7 Variables .....	17
1.7.1 Variable independiente .....	17
1.7.2 Variable dependiente .....	17
1.8 Variables (operacionalización) .....	18
1.8.1 Matriz de operacionalización de variable.....	18
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	20
2.1. Antecedentes.....	20
2.2. Marco Conceptual.....	21
2.2.1. Los Trolls Center.....	21
2.2.2 Los Trolls y La Teoría del Framing .....	22
2.2.3 Efectividad de los Trolls Center.....	23
2.2.4 Los Trolls en Contexto.....	23
2.2.5 Opinión Pública.....	24
2.2.6 Teoría de la Agenda Setting .....	26
2.2.7 Concepción Estratégica del Framing.....	27
2.2.8 Espacio Público .....	28

2.3. Marco Legal .....	29
3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....	31
3.1 Tipo de Investigación.....	31
3.2 Diseño de Investigación.....	31
3.3 Enfoque de Investigación.....	32
3.4 Métodos de Investigación .....	32
3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos .....	32
3.6 Universo, población y muestra .....	33
4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	35
4.1 Procesamiento de la información.....	35
4.2 Análisis e interpretación de resultados .....	35
4.2.1 Análisis cuantitativo: Encuesta .....	35
4.2.2 Análisis cuantitativo: Entrevista.....	46
4.3 Discusión de resultados.....	47
CONCLUSIONES .....	50
RECOMENDACIONES.....	51
BIBLIOGRAFÍA .....	52
ANEXOS .....	54



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Considera usted que el conocimiento o información generado por los trolls center (usuario que publica mensajes ofensivos con el fin de molestar) afecta al proceso de comunicación.....	36
<b>Tabla 2:</b> Cree usted que los trolls center (usuario que publica mensajes ofensivos con el fin de molestar) impactan de manera significativa en la opinión de los jóvenes. ....	37
<b>Tabla 3:</b> Con qué frecuencia impacta el conocimiento y la opinión pública de los jóvenes.....	38
<b>Tabla 4:</b> Cree que hace falta el uso de signos no verbales en la opinión pública de los jóvenes.....	39
<b>Tabla 5:</b> Considera usted que existe la percepción ante la desinformación provocada por los trolls center.....	40
<b>Tabla 6:</b> En qué grado influye el poder de los medios de comunicación con la opinión de los jóvenes.....	41
<b>Tabla 7:</b> En qué grado influye el lenguaje tradicional empleado por los trolls center. .	42
<b>Tabla 8:</b> Con qué frecuencia afecta la desinformación generada por los trolls center en la construcción de la opinión pública.....	43
<b>Tabla 9:</b> Cree usted que existe un impacto en la manipulación de la información por parte de los trolls center en la opinión pública.....	44
<b>Tabla 10:</b> Con qué frecuencia los trolls center afectan al derecho de la libertad de expresión de los ciudadanos.....	45
<b>Tabla 11:</b> Guía de preguntas.....	46
<b>Tabla 12:</b> Matriz de Operacionalización de Variables.....	54
<b>Tabla 13:</b> Instrumento de validación: Encuesta.....	58
<b>Tabla 14:</b> Validez de contenido del instrumento.....	59
<b>Tabla 15:</b> Matriz de validación de contenido por juicio de expertos.....	61
<b>Tabla 16:</b> Ficha de evaluación del instrumento.....	64
<b>Tabla 17:</b> Instrumento de validación: Entrevista.....	66
<b>Tabla 18:</b> Validez de contenido del instrumento.....	67
<b>Tabla 19:</b> Ficha de evaluación del instrumento.....	69

## ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICAS/IMÁGENES

<b>Figura 1.</b> Considera usted que el conocimiento o información generado por los trolls center (usuario que publica mensajes ofensivos con el fin de molestar) afecta al proceso de comunicación. ....	36
<b>Figura 2.</b> Cree usted que los trolls center (usuario que publica mensajes ofensivos con el fin de molestar) impactan de manera significativa en la opinión de los jóvenes. ....	37
<b>Figura 3.</b> Con qué frecuencia impacta el conocimiento y la opinión pública de los jóvenes. ....	38
<b>Figura 4.</b> Cree que hace falta el uso de signos no verbales en la opinión pública de los jóvenes. ....	39
<b>Figura 5.</b> Considera usted que existe la percepción ante la desinformación provocada por los trolls center. ....	40
<b>Figura 6.</b> En qué grado influye el poder de los medios de comunicación con la opinión de los jóvenes. ....	41
<b>Figura 7.</b> En qué grado influye el lenguaje tradicional empleado por los trolls center. ....	42
<b>Figura 8.</b> Con qué frecuencia afecta la desinformación generada por los trolls center en la construcción de la opinión pública. ....	43
<b>Figura 9.</b> Cree usted que existe un impacto en la manipulación de la información por parte de los trolls center en la opinión pública. ....	44
<b>Figura 10.</b> Con qué frecuencia los trolls center afectan al derecho de la libertad de expresión de los ciudadanos. ....	45
<b>Figura 11.</b> Árbol de problemas .....	54
<b>Figura 12.</b> Encuesta .....	71
<b>Figura 13.</b> Entrevista a especialista .....	71

## RESUMEN

La poca importancia que le otorgan a los trolls center y fake news permite que los jóvenes formulen criterios u opiniones de manera inadecuada, lo que puede contribuir a la propagación de información falsa y así transmitir disturbios en la sociedad. Este proyecto utilizó métodos de investigación y estructuras acordes al tipo de investigación permitiendo el análisis de los trolls center en la opinión pública. Esto puede afectar negativamente la participación cívica y la construcción de una sociedad democrática y plural.

La metodología empleada es de tipo deductivo con un enfoque cualitativo, con un diseño metodológico no experimental. La investigación se aplicó en el cantón Santa Elena, sector urbano donde se ejecutó una encuesta a los jóvenes entre 15 a 29 años, ya que están en una etapa de formación de criterio. Se utilizó la técnica de la encuesta con una escala de Likert y entrevista a una especialista en el área de opinión pública. A lo anterior mencionado, se considera que los trolls center tienen una influencia significativa en la opinión pública de los jóvenes ya que influyen cambios de perspectivas y visión.

**Palabras claves:** Opinión pública, desinformación, medios digitales, influencia, redes sociales.

## ABSTRACT

The little importance given to the center of trolls and fake news allows young people to formulate criteria or opinions inappropriately, which can contribute to the spread of false information and thus transmit disturbances in society. This project used research methods and structures according to the type of research that allowed the analysis of the center of trolls in public opinion. This can negatively affect citizen participation and the construction of a democratic and plural society.

The methodology used is deductive with a qualitative approach, with a non-experimental methodological design. The research was applied in the Santa Elena Canton, an urban sector where a survey was carried out on young people between 15 and 29 years of age, since they are in a stage of criteria formation. The survey technique was used with a Likert scale and an interview with a specialist in the area of public opinion. Given the above, it is considered that the trolls center have a significant influence on the public opinion of young people since they influence changes of perspectives and vision.

**Keywords:** Public opinion, misinformation, digital media, influence, social networks.

## INTRODUCCIÓN

Las redes sociales han experimentado una transformación significativa en términos de acceso público, consumo y difusión de noticias. Esta evolución se ha debido, en gran medida, al interés en construir comunidades en estas plataformas. En ellas, se reúnen numerosos usuarios que comparten opiniones y afinidades, y desde las propias redes sociales se busca fortalecer estas comunidades mediante la difusión de noticias que refuerzan las opiniones de estos grupos. El diseño aplicado que involucra la utilización de variables para conocer los criterios más comunes relacionados con nuestro objeto de estudio. A través de estas variables, se busca conocer los criterios más comunes. Los participantes proporcionan respuestas que ayudan a confirmar la problemática y los criterios comunes que están asociados con las variables independientes y dependientes. Para la elaboración de este proyecto de investigación, se estructuraron cuatro capítulos de la siguiente manera. El capítulo uno contiene la descripción del problema, donde se aborda la problemática relacionada de los trolls center y su influencia en la opinión pública de los jóvenes. Luego, se incluye la formulación del problema, las preguntas de investigación, la justificación del estudio, el objetivo general y los objetivos específicos, las hipótesis, y la definición de las variables independiente y dependiente, junto con la matriz de operacionalización de variables. El segundo capítulo del proyecto de investigación presenta los antecedentes con estudios e investigaciones previas relacionadas con el tema planteado. Además, se conceptualizan las dimensiones e indicadores relacionados con las variables estudiadas. También se incluye un marco legal en el cual se hace énfasis en acuerdos, leyes y decretos que son relevantes para el tema de investigación.

En el tercer capítulo, se expone la metodología que se utilizará como herramienta de investigación. En este apartado se define el tipo de investigación, el enfoque, el diseño, los métodos, las técnicas y los instrumentos que se emplearán para llevar a cabo el estudio. Además, se describen la población y muestra que serán objeto de estudio en la investigación. En el cuarto capítulo, se centra en los resultados y discusiones del estudio. Aquí se realiza el procesamiento, análisis, interpretación y discusión de los datos obtenidos a través de las técnicas de investigación utilizadas. El investigador logra extraer conclusiones y recomendaciones con el propósito de demostrar la viabilidad y relevancia del estudio realizado.

# 1. CAPÍTULO I: FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

## 1.1 Descripción del problema

Los medios de comunicación están enfrentando una batalla tecnológica, lo que implica que están lidiando con los desafíos y cambios que han surgido con el avance de la tecnología en la era digital. Uno de los puntos clave es que los medios son responsables de filtrar y verificar los hechos antes de publicar noticias, pero las nuevas tecnologías pueden afectar sus rutinas de producción, lo que podría dar lugar a la difusión de noticias falsas.

Según (Baidez, 2018) en su tesis de pregrado “Fake News o Trolls Center: Evolución y su repercusión en ciber medios nacionales”. Baidez busca demostrar que los medios de comunicación están enfrentando una lucha tecnológica. La responsabilidad de la información publicada recae totalmente en estos medios, ya que son los encargados de filtrar y verificar los hechos. Sin embargo, las nuevas tecnologías pueden hacer que los medios publiquen noticias falsas, ya que han modificado las rutinas tradicionales de producción de noticias.

El papel de los medios en la era digital es crucial, ya que deben adaptarse y desarrollar estrategias para enfrentar los desafíos de las fake news y los trolls en línea. Sin embargo, los medios han evolucionado en respuesta a estos desafíos y cómo han impactado la percepción pública de la veracidad de la información en los medios.

Los profesionales de la información tienen la responsabilidad de educar y formar a los jóvenes para que sean usuarios críticos de la opinión pública y puedan discernir entre la información verídica y las noticias falsas. A pesar de ello, se puede fomentar la alfabetización mediática y la capacidad de análisis crítico en los jóvenes para que puedan navegar de manera más efectiva en un entorno de información saturada.

Cabe señalar que (Rochlin, 2017) propone relacionar su posición a una guerra de información, estando lejos de asumir la responsabilidad de luchar contra los eventos falsos y más bien, reivindicar el papel de los profesionales de la información como generales en esta batalla: formar usuarios críticos con la opinión pública de los jóvenes.

Este enfoque resalta la importancia de empoderar a los individuos para que sean capaces de discernir y evaluar la información que consumen, en lugar de

depender únicamente de los profesionales de la información para filtrar y verificar los hechos. Al equipar a los jóvenes con habilidades de pensamiento crítico y alfabetización mediática, se les brinda la capacidad de tomar decisiones informadas y cuestionar la información que se encuentran en los medios.

La desinformación se ha vuelto más problemática debido a las plataformas digitales, que permiten la difusión masiva de información, ya sea verdadera o falsa, a través de redes sociales, sitios web y otras formas de comunicación en línea. De acuerdo con (Gaber, 2017) desde la perspectiva de contextualización, la desinformación ocasionada por los trolls center ha existido siempre, a partir del momento en que se cobró conciencia, respecto a los medios y la comunidad, especificándolo tomando en cuenta que sería preocupante, en el sentido de que la desinformación fluye con celeridad y amplitud por plataformas digitales.

Como resultado de los estudios presentados se han logrado determinar posibles soluciones y enfoques para abordar la problemática existente de la alfabetización mediática, la regulación de las plataformas digitales y el fomento de la transparencia en la información, fortaleciendo los espacios de comunicación efectiva de las redes.

Desarrollar un estudio en la Provincia de Santa Elena permitirá determinar las contradicciones como la presencia de los trolls center que generan desinformación llevando malas prácticas periodísticas, situaciones de riesgo en este marco representando una alternativa a los enfoques reguladores de las “fake news” en la localidad, de esta manera se relaciona contribuyendo a la opinión pública de los jóvenes del cantón Santa Elena. Como respuesta inmediata a un tema latente y dañino, esta tarea complementa y fortalece más estrategias a mediano plazo, tales como la alfabetización mediática e informacional, que capacita a los jóvenes para identificar la diferencia entre noticia, desinformación e información errónea.

## **1.2 Formulación del problema**

Mediante esa explicación, se presenta la siguiente interrogante:

¿Cómo influyen los trolls center en la opinión pública de los jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano?

### **1.3 Preguntas de investigación**

- ¿Qué tan relevante o asertiva es la opinión pública de los jóvenes al conocer los trolls center?
- ¿Cómo se intentará resolver la desinformación causada por los trolls center?
- ¿Por qué la opinión pública de los jóvenes es importante al momento de informar?

### **1.4 Justificación**

Es evidente la desinformación que abunda mediante los trolls center, como las páginas web, redes sociales o cuentas administradas por estas mismas personas, el derecho de estar bien informado por diversos medios tecnológicos tal como las plataformas de espacios comunicativos, sin que estos medios permitan circular información falsa con relación a diversos temas.

También se puede afirmar que los medios digitales son soportes a los instrumentos de la comunicación. Si bien mejoran el proceso de comunicación entre los individuos, también este proceso se ve afectado por posibles noticias falsas, exageradas o sacadas de contexto.

La importancia de la siguiente investigación radica en el hecho de determinar si la información transmitida por los trolls center del cantón Santa Elena influye con la opinión pública de los jóvenes en el sector urbano de forma positiva o es eficaz en el medio informativo y de esta manera mantener un impacto riguroso en las personas que consumen noticias con frecuencia.

Al hablar de trolls center nos situamos en una problemática social en la cual la verdad se adecua a la percepción y a la conveniencia de las personas; es decir, a las creencias que cada usuario adopta. Es así como una mentira o una noticia falsa pueden convertirse en verdad por el simple hecho de su circulación reiterada en un contexto determinado.

Los beneficiarios de este trabajo serán los jóvenes que habitan en la localidad incluyendo extranjeros o personas externas ya que tendrán una mejor visión de las noticias efectuadas por estos medios digitales con fuentes confiables y una mejor opinión ante estos hechos.



## **1.5 Objetivos: general y específicos**

### **1.5.1 Objetivo General**

Determinar la incidencia de los trolls center en la formación de la opinión pública de los jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano.

### **1.5.2 Objetivos Específicos**

- Delimitar si la información transmitida por los trolls center causa impacto en la opinión de los jóvenes.
- Identificar como influye la opinión pública de los jóvenes acerca de los trolls center.
- Conocer si los medios de comunicación se relacionan con los trolls center y generan conocimiento relativo o eficaz.

## **1.6 Hipótesis**

La aplicación de la opinión pública de los jóvenes permite fomentar el desarrollo y conocer la información desde otro punto de vista.

## **1.7 Variables**

### **1.7.1 Variable independiente**

#### **Trolls Center**

(Fratlicelli, 2016) Según el autor, en los nuevos medios sociales, especialmente en Twitter, el poder para influir en la opinión pública está más descentralizado en comparación con los medios tradicionales. Sin embargo, esto no significa que todos los participantes tengan igualdad de condiciones, ya que existen "actores oligopólicos" como los medios de comunicación, los partidos políticos y los candidatos a cargos ejecutivos, que aún tienen una gran influencia en la configuración de la opinión pública.

### **1.7.2 Variable dependiente**

#### **Opinión pública**

(D'Adamo, 2007) señala que las opiniones no son resultado de la casualidad, sino que se forman a través de un proceso específico. Este proceso es un fenómeno social que involucra a varias partes o individuos, sobre todo aquellos que van de la mano estrechamente con la comunicación política y las características del entorno en

el cual ocurre el proceso en cuestión. Utilizando un criterio historicista podrían distinguirse dos modos diferentes de formación de la opinión pública.

## 1.8 Variables (operacionalización)

### 1.8.1 Matriz de operacionalización de variable

<b>Tema: Los trolls center y su influencia en la opinión pública de los jóvenes del cantón santa elena, sector urbano</b>				
<b>Variables</b>	<b>Definición</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>
Variable Independiente  - Trolls center	(Fratricelli, 2016) según el autor, en los nuevos medios sociales, especialmente en Twitter, el poder para influir en la opinión pública está más descentralizado en comparación con los medios tradicionales. Sin embargo, esto no significa que todos los participantes tengan igualdad de condiciones, ya que existen "actores oligopólicos" como los medios de comunicación, los partidos políticos y los candidatos a cargos ejecutivos, que aún tienen una gran influencia en la configuración de la opinión pública.	Los trolls y la teoría del framing	Framing effect	1. ¿Considera usted que el conocimiento o información generado por los trolls center (usuario que busca provocar o difamar a las personas) afecta al proceso de comunicación?
		Los trolls en contexto	Marcos temáticos	2. ¿Cree usted que los trolls center (usuario que busca provocar o difamar a las personas) impactan de manera significativa en la opinión de los jóvenes?
		Efectividad de los trolls center	Reactivación	3. ¿Con qué frecuencia impacta el conocimiento y la opinión pública de los jóvenes? 4. ¿Cree que hace falta el uso de signos no verbales en la opinión pública de los jóvenes? 5. ¿Considera usted que existe la percepción ante la desinformación provocada por los trolls center?

Variable Dependiente  - Opinión Pública	(D'Adamo, 2007) señala que las opiniones no son resultado de la casualidad, sino que se forman a través de un proceso específico. Este proceso es un fenómeno social que involucra a varias partes o individuos, sobre todo aquellos que van de la mano estrechamente con la comunicación política y las características del entorno en el cual ocurre el proceso en cuestión. Utilizando un criterio historicista podrían distinguirse dos modos diferentes de formación de la opinión pública.	Teoría de la agenda setting	Concepción Estratégica	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿En qué grado influye el poder de los medios de comunicación con la opinión de los jóvenes?</li> <li>2. ¿En qué grado influye el lenguaje tradicional empleado por los trolls center?</li> <li>3. ¿Con qué frecuencia afecta la desinformación generada por los trolls center en la construcción de la opinión pública?</li> <li>4. ¿Cree usted que existe un impacto en la manipulación de la información por parte de los trolls center en la opinión pública?</li> <li>5. ¿Con qué frecuencia los trolls center afectan al derecho de la libertad de expresión de los ciudadanos?</li> </ol>
		Información mediática	Espacio público	
		Formación y Regulación	Democracia	

## 2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes

Este proyecto de investigación aborda la problemática desde una perspectiva global, nacional y local, con el objetivo de demostrar la eficacia y la importancia fundamental de analizar a profundidad del impacto que tienen los trolls center en la construcción de la opinión pública.

Como señala, (Gentzkow, 2017) Los rumores se caracterizan por presentarse en las nuevas narrativas periodísticas en espacios que carecen de fundamentos fácticos, principalmente evidentes en los nuevos medios de comunicación que circulan en las redes. El contenido carente de principios experimentados. Esto significa que se basan en datos incorrectos, inventados o distorsionados, sin una base sólida en la realidad. La falta de veracidad de estos elementos teóricos es lo que las distingue de la información que circula de los espacios comunicativos.

Por otro lado, de acuerdo con (Vargo, 2017), aunque los periodistas y los medios tradicionales han realizado esfuerzos, como la creación de sitios de verificación rápida de noticias, aún no han encontrado una solución efectiva para combatir los bulos. Como menciona este autor, es importante reconocer que combatir la falsedad requiere una combinación de estrategias y colaboración entre los medios, las plataformas tecnológicas y los usuarios. La educación mediática y el fomento del pensamiento crítico son fundamentales para que las personas sean capaces de identificar y cuestionar la veracidad de la información que encuentran en línea.

Mientras tanto, (Pérez, 2021) argumenta que, los trolls center tienen un impacto negativo en la esfera pública, ya que sus ataques pueden generar un efecto en cadena en el que se silencia el debate debido al abuso verbal y el miedo que generan. Estos comportamientos perjudiciales, combinados con la propagación masiva de bulos y fake news, están siendo utilizados como argumentos para limitar la libertad de expresión en el ámbito de Internet.

A medida que la desinformación se propaga rápidamente y alcanza a una amplia audiencia, se plantea la necesidad de abordar esta problemática y proteger la integridad de los espacios de debate en Internet. Es esencial promover la educación mediática, fomentar el pensamiento crítico y establecer medidas efectivas para

detectar y contrarrestar la desinformación. Al mismo tiempo, es importante salvaguardar la libertad de expresión, encontrando un equilibrio entre la protección contra el abuso y la promoción de un diálogo abierto y constructivo en línea.

Sin embargo, (Jarrín, 2020) en su estudio denominado: “Un troll hace de las suyas en el país” identifica que existe un centro de trolls center afiliado al Gobierno que se encarga de difundir y replicar mensajes de ciertos actores políticos. Además, los periodistas, políticos y autoridades reciben las consecuencias de lo que dispersan en las redes sociales hacia los jóvenes, quiénes son la audiencia que en la actualidad más aprovechan esta tecnología. Por otro lado, comenta que el Gobierno actual cuenta con equipos dedicados a difamar, y tanto políticos como periodistas son víctimas de estas acciones.

Estas afirmaciones subrayan la importancia de la influencia de los trolls y las estrategias del entorno político y mediático actual. También plantean preocupaciones sobre la integridad y la transparencia en la comunicación pública, así como la necesidad de abordar y contrarrestar las tácticas de difamación y manipulación en línea.

## **2.2. Marco Conceptual**

### **2.2.1. Los Trolls Center**

La influencia de los trolls center no debe subestimarse, ya que su actividad puede afectar la percepción pública, polarizar la sociedad e incluso influir en procesos políticos. Su capacidad para manipular la opinión de las personas y generar divisiones en la sociedad plantea desafíos significativos para la democracia y el bienestar social.

Como señala (Calvo, 2015) hay un aumento en el tiempo que una parte creciente de la población, especialmente el segmento más joven, pasa en Internet en comparación con el tiempo dedicado a ver televisión. En este contexto, las actividades de bots y trolls buscan obtener el poder de influir en las tendencias sin pasar por la selección del público.

En este contexto, la presencia de los trolls en línea adquiere relevancia. Estas entidades utilizan diversas estrategias para influir en la opinión pública y en las tendencias populares. Al saltarse la selección del público, pueden intentar manipular la percepción y las preferencias de las personas sin que estas sean conscientes de ello.

El hecho de que un sector creciente de la población pase más tiempo en Internet implica que esta plataforma ha adquirido una influencia significativa en la sociedad contemporánea. Este cambio de preferencia de los medios tradicionales a Internet tiene implicaciones importantes en términos de cómo se obtiene y consume información.

### **2.2.2 Los Trolls y La Teoría del Framing**

En el ámbito de los medios digitales y las redes sociales, los trolls center y la teoría del framing desempeñan papeles importantes en la forma en que se presenta y se interpreta la información. Los trolls center son individuos que participan en comportamientos disruptivos en línea, buscando generar controversia y perturbar las conversaciones. Por otro lado, la teoría del framing se refiere al proceso mediante el cual los medios y otros actores influyen en la forma en que se percibe un tema.

Como menciona (Hardaker, 2010) es fundamental que las cuentas y el contenido publicado en ellas sean creíbles y se ajusten al contexto en el que se presentan. En otras palabras, la verosimilitud de las cuentas y el contenido es crucial para que sean efectivas en su objetivo dentro de un contexto específico. Se enfatiza la importancia de que las cuentas y el contenido que se comparten en línea sean plausibles y se adecuen al contexto en el que se presentan.

Mientras tanto (Goffman, 1974) define los marcos como elementos que estructuran la información y brindan a las personas una comprensión cognitiva de un evento específico y de su participación en él. En otras palabras, los marcos son estructuras mentales que organizan la experiencia humana y permiten a las personas interpretar y dar sentido a situaciones y eventos en los que están involucradas.

Al reconocer la influencia de los trolls y la importancia del framing, podemos adoptar un enfoque más crítico y consciente al consumir información en línea. Se puede observar cómo los trolls centristas utilizan estrategias de framing para influir en la forma en que se presenta un problema o tema en línea. Eligen cuidadosamente qué información destacar, enfocándose en aquellos datos que respalden su perspectiva y minimizando o ignorando aquellos que contradigan su narrativa. Utilizan la selección de información para respaldar su punto de vista y descartar aquellos datos que no se ajusten a su mensaje.

### **2.2.3 Efectividad de los Trolls Center.**

La efectividad de los trolls center radica en su capacidad para manipular el debate en línea, generar polarización y desviar la atención de los problemas centrales. Al utilizar tácticas de manipulación y desinformación, los trolls center pueden generar confusión, dividir a las comunidades en línea y dificultar el establecimiento de consensos o diálogos constructivos. Su objetivo final puede ser influir en la opinión pública, distorsionar la realidad y promover narrativas que favorezcan sus intereses.

(Phillips, 2015) En su libro "This Is Why We Can't Have Nice Things: Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture" menciona cómo los trolls en línea se relacionan con la cultura dominante y cómo sus acciones y comportamientos están influenciados por factores sociales, políticos y culturales más amplios. Examina cómo los trolls interactúan con plataformas en línea, cómo se comunican entre sí y cómo sus acciones pueden tener impactos significativos en el entorno digital y más allá.

Además, Phillips también explora la forma en que la cultura mainstream responde y se relaciona con los trolls en línea. Examina cómo los medios de comunicación tradicionales y las instituciones sociales abordan el fenómeno del trolling, y cómo se desarrollan y mantienen narrativas en torno a esta práctica. Se basa en su habilidad para influir en la opinión pública y distorsionar el debate en línea, pero su impacto depende de varios factores, como la respuesta de la comunidad y las acciones tomadas para contrarrestar su manipulación.

### **2.2.4 Los Trolls en Contexto.**

El fenómeno de los trolls en línea no es nuevo, pero ha evolucionado con el tiempo a medida que la tecnología y las plataformas digitales han avanzado. Ahora, los trolls tienen a su disposición una amplia gama de herramientas y estrategias para llevar a cabo sus acciones malintencionadas. El estudio de los trolls en contexto implica examinar los factores sociales, culturales y tecnológicos que contribuyen a su existencia y comportamiento. También implica comprender cómo los trolls se relacionan con otros actores en línea, como los usuarios regulares, las comunidades en línea y las plataformas digitales.

(Turkle, 2011) explora cómo las personas están cada vez más conectadas digitalmente, pero paradójicamente, pueden sentirse más solas y desconectadas en sus relaciones cara a cara. Examina cómo la comunicación mediada por tecnología, incluyendo las interacciones en línea, puede llevar a la fragmentación de las relaciones, la falta de empatía y la disminución de la intimidad. A medida que nos volvemos más dependientes de la comunicación digital y las interacciones en línea, corremos el riesgo de experimentar una fragmentación de nuestras relaciones. Aunque podemos estar constantemente conectados virtualmente, esta conexión a menudo carece de la intimidad y la autenticidad que se encuentra en las relaciones cara a cara. Las plataformas digitales pueden fomentar una forma superficial de interacción, donde se privilegia la brevedad y la inmediatez en lugar de la profundidad y la comprensión mutua.

Por consiguiente, (Internacional, 2018) menciona que, los trolls relativamente forman parte de las cyber-tropas, son cuentas en línea que se dedican a realizar comentarios negativos con el objetivo de desacreditar opiniones disidentes, bloquear el debate sobre un tema o redirigir la discusión hacia otro tema. En última instancia, la lucha contra los trolls en contexto es un desafío continuo que requiere la colaboración de usuarios, plataformas digitales, investigadores y organismos reguladores. Al comprender su funcionamiento y sus impactos, podemos trabajar juntos para promover un entorno en línea más informado, inclusivo y respetuoso.

### **2.2.5 Opinión Pública**

La formación de la opinión pública se ve influenciada por una variedad de factores, como los medios de comunicación, las redes sociales, las interacciones personales, los grupos de referencia y las experiencias individuales. Estos factores pueden moldear las percepciones y actitudes de las personas hacia diferentes temas, eventos y figuras públicas. Es un fenómeno complejo y en constante evolución que refleja las actitudes y creencias compartidas por un grupo de individuos. Es un elemento central en la vida política y social, y su comprensión es fundamental para comprender y abordar los desafíos de la comunicación y la participación ciudadana en la sociedad contemporánea.

(Fishkin, 2009) propone que la opinión pública sea formada a través de procesos de deliberación y consulta pública en los cuales los ciudadanos pueden



expresar sus opiniones y argumentos, y tener acceso a información imparcial y experta. Estos procesos permiten a los ciudadanos reflexionar sobre los asuntos públicos, considerar diferentes perspectivas y llegar a decisiones fundamentadas.

El autor argumenta que la participación ciudadana informada y deliberativa es esencial para una democracia robusta y legítima. Considera que la opinión pública formada a través de estos procesos es más representativa de la voluntad y los intereses de la ciudadanía en su conjunto, en comparación con la mera agregación de opiniones individuales o la influencia de los intereses particulares.

La opinión pública de los jóvenes tiene el potencial de impactar la agenda política y social, ya que sus voces pueden ser poderosas y movilizadoras. Los jóvenes han demostrado ser agentes de cambio y defensores de diversas causas, utilizando su voz para promover la justicia social y abogar por un mundo mejor. La opinión pública de los jóvenes puede ser diversa y abarcar una amplia gama de temas, desde políticos y sociales hasta culturales y medioambientales. Los jóvenes a menudo se involucran en asuntos que les afectan directamente, como la educación, el empleo, la igualdad de género, el cambio climático y los derechos humanos.

(Jamieson, 2002) en su libro "The Press Effect: Politicians, Journalists, and the Stories That Shape the Political World" explica que, el impacto de los medios de comunicación y los periodistas en la formación de la opinión pública y la configuración del mundo político. Explora cómo los políticos y los periodistas influyen mutuamente en la cobertura de noticias y cómo las historias y narrativas mediáticas pueden afectar las percepciones y creencias de la audiencia. "The Press Effect" aborda temas como la construcción de la imagen de los políticos en los medios, el poder de la narrativa en la política y la responsabilidad de los periodistas en la conformación de la opinión pública.

Se representa un análisis crítico y reflexivo sobre la relación entre los medios de comunicación, la política y la formación de la opinión pública. los medios de comunicación y la cobertura de noticias influyen en la opinión pública y en la manera en que los ciudadanos perciben y se involucran en la política. La opinión pública de los jóvenes es una parte vital del panorama social y político actual. Su participación activa y compromiso con los asuntos públicos pueden contribuir a la construcción de sociedades más inclusivas, equitativas y sostenibles. Es fundamental escuchar y

valorar las opiniones de los jóvenes para garantizar una democracia participativa y representativa.

### **2.2.6 Teoría de la Agenda Setting**

La teoría de la agenda setting sostiene que los medios de comunicación tienen la capacidad de influir en la importancia y la atención que el público le otorga a diferentes temas y problemas a través de su selección y presentación de noticias. Esta teoría ofrece una perspectiva valiosa para comprender el papel de los medios en la formación de la opinión pública y la configuración de la agenda de temas en la sociedad. Se basa en la premisa de que la atención es un recurso limitado y que el público confía en los medios de comunicación para obtener información sobre el mundo. Por lo tanto, la manera en que los medios eligen enfocarse en ciertos temas y eventos, así como el espacio y el tiempo que les dedican en su cobertura, influyen en las percepciones y las preocupaciones de la audiencia.

(Chadwick, 2013) analiza cómo este sistema híbrido de medios interactúa con la política y el poder, y cómo influye en la participación ciudadana, la formación de la opinión pública y la configuración de la agenda política. Examina cómo los ciudadanos utilizan las plataformas digitales para acceder a la información y participar en debates políticos, así como el papel de los medios tradicionales en este entorno cambiante. El libro ofrece una perspectiva teórica y empírica sobre la relación entre los medios de comunicación y la política en el entorno mediático actual. Explora temas como el periodismo ciudadano, la comunicación política en las redes sociales, la censura en línea y la influencia de las élites en el sistema mediático.

(Blood, 2002) menciona: se produce en el estudio de la agenda de diferentes actores sociales. Entre las agendas estudiadas en las investigaciones pueden mencionarse tres: la agenda de los medios, la agenda pública, y la agenda de los políticos. Si bien luego de definido el concepto de agenda el lector puede imaginarse a qué se refiere cada una se dedicarán algunas páginas de esta ponencia a la presentación y análisis de distintas maneras de operacionalización de las agendas a partir de los trabajos de referencia.

Esta teoría sostiene que los medios de comunicación tienen un poder significativo para influir en la atención y las prioridades del público al seleccionar y enfatizar ciertos temas y problemas en su cobertura, lo que a su vez afecta la

importancia que el público le da a esos temas. En otras palabras, la teoría de la agenda setting sugiere que los medios de comunicación no solo nos dicen qué pensar, sino también sobre qué pensar. A través de su selección y presentación de noticias, los medios tienen la capacidad de establecer la agenda de temas que la audiencia considera como importantes y relevantes en un momento dado.

### **2.2.7 Concepción Estratégica del Framing**

El framing se concibe como una estrategia deliberada y consciente para presentar información de manera selectiva, resaltando ciertos aspectos y ocultando otros, con el objetivo de influir en la interpretación y la opinión pública sobre un tema en particular. Los actores que emplean estrategias de framing pueden ser individuos, grupos, organizaciones, partidos políticos u otras entidades con intereses específicos.

Reconoce que el framing puede tener un impacto significativo en la forma en que las personas perciben y comprenden los problemas, ya que los diferentes marcos pueden llevar a interpretaciones y respuestas emocionales diferentes. Al utilizar técnicas de framing estratégico, los actores pueden intentar influir en la opinión pública, ganar apoyo para sus posiciones, deslegitimar a sus oponentes o establecer la agenda de un debate.

Según (Facundo, 2009), la concepción estratégica del framing destaca la importancia de liderar la forma en que se enmarcan los asuntos para dirigir el debate público y generar diferentes juicios, actitudes y comportamientos entre los receptores. El uso estratégico del framing puede tener un impacto significativo en la forma en que se entienden y se abordan los problemas en la sociedad. El framing estratégico implica que la elección cuidadosa de las palabras y la forma en que se presentan los asuntos puede influir en cómo las personas perciben y responden a ellos. Al establecer los términos y el contexto en el que se enmarca un problema o una cuestión, los actores estratégicos pueden influir en la opinión pública y moldear las interpretaciones y las respuestas de las personas.

Por otro lado, (Scheufele & Shanahan, 2007) menciona el papel del framing mediático en la formación de la opinión pública y en las decisiones políticas. Ofrece una perspectiva clave para comprender cómo los medios de comunicación influyen en la percepción y la interpretación de los problemas políticos. Proporcionan un marco teórico sólido para comprender cómo el framing mediático puede influir en la opinión

pública y en la toma de decisiones políticas. Su trabajo destaca la importancia de considerar el papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública y cómo el framing estratégico puede tener consecuencias significativas en la política y la sociedad.

### **2.2.8 Espacio Público**

El espacio público es un ámbito fundamental para la vida democrática y la construcción de una sociedad inclusiva. Proporciona un entorno donde las personas pueden ejercer sus derechos, interactuar con otros y contribuir al debate público. El estudio del espacio público nos ayuda a comprender las dinámicas sociales, políticas y culturales de una comunidad y a reflexionar sobre cómo garantizar un espacio público abierto, diverso y accesible para todos.

(Young, 2000) aborda cuestiones de exclusión y marginalización en el espacio público, centrándose en cómo ciertos grupos, como las mujeres, las minorías étnicas y los pobres, pueden ser sistemáticamente excluidos de los procesos de toma de decisiones y del acceso a los espacios públicos. Propone un enfoque de la inclusión democrática que busca superar estas barreras y garantizar una participación plena y equitativa para todos los ciudadanos.

Young también examina las estructuras y dinámicas de poder que operan en el espacio público, identificando las desigualdades y los obstáculos que impiden la participación efectiva de algunos grupos. Además, ofrece propuestas y recomendaciones para promover una mayor inclusión en el espacio público, como la creación de mecanismos participativos y la ampliación de las oportunidades de expresión y representación para todos los ciudadanos.

Mientras tanto, (Habermas, 2000) menciona que, el espacio público se refiere a un ámbito de nuestra vida social en el que se puede formar una opinión pública. Es un lugar accesible a todos los ciudadanos, donde cada conversación en la que las personas se reúnen como público contribuye a la construcción de ese espacio público. Esto implica que el espacio público no es estático, sino que se construye y se redefine constantemente a través de las interacciones y discusiones que tienen lugar en él.

Este enfoque resalta la idea de que el espacio público no se limita a un lugar físico específico, sino que puede abarcar tanto entornos físicos como virtuales, como las plataformas en línea. Además, destaca la importancia de fomentar la inclusión y la

participación equitativa de todos los ciudadanos en el espacio público, asegurando que las voces de diversos grupos y perspectivas sean escuchadas y consideradas en la formación de la opinión pública.

### **2.3. Marco Legal**

#### **(Constitución de la República del Ecuador, Artículo 16-18-19, 2008)**

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

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

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

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

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

**Art. 19.-** (...) Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

#### **Código Internacional De Ética Periodística Unesco (Journalists, 1983).**

**1.- El derecho del pueblo a una información verídica:** *El pueblo y las personas tienen el derecho a recibir una imagen objetiva de la realidad por medio de una información precisa y completa, y de expresarse libremente a través de los diversos medios de difusión de la cultura y la comunicación.*

La información transmitida en un espacio digital debe ser verídica, que precise lo acontecido para mantener una sociedad realmente informada, misma que son consumidores de información y tienen el derecho a la difusión de contenidos de manera objetiva.

**2.- Adhesión del periodista a la realidad objetiva:** *La tarea primordial del periodista es la de servir el derecho a una información verídica y auténtica por la adhesión honesta a la realidad objetiva, situando conscientemente los hechos en su contexto adecuado.*

El periodista tiene como ética contar la realidad objetiva, en los principios de la ética periodística se recalca el derecho a servir a una comunidad, mostrando la realidad acontecida para así llegar a sus usuarios como un espacio de información veraz.

**3.- La responsabilidad social del periodista:** *En el periodismo, la información se comprende como un bien social, y no como un simple producto. Esto significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida.*

Los espacios proveedores de información tienen como función principal transmitir la realidad de los hechos, por ende, los periodistas tienen el deber y responsabilidad de transmitir la realidad para el bien social de una comunidad en base a la necesidad de mantenerse informados.

### **3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo de Investigación**

El tipo de investigación básica permitirá examinar la problemática desde el perfil de un gran grupo de personas, en este caso los jóvenes del cantón Santa Elena, para ello, (Babbie, 2016) menciona que "La investigación básica es aquella que se enfoca en el descubrimiento y la exploración del conocimiento, sin una intención inmediata de aplicar los resultados".

Sin embargo, (Kothari, 2004) da a conocer que "La investigación básica es aquella que se realiza sin un propósito práctico inmediato y se emprende con el objeto de adquirir nuevos conocimientos o para comprender y explorar fenómenos sin preocupación por su aplicación". La investigación básica se enfoca en ampliar el acervo de conocimiento en diversas áreas del saber. Su propósito es generar información novedosa y contribuir al avance de la ciencia, explorando conceptos, leyes o principios en profundidad.

#### **3.2 Diseño de Investigación**

Dado que el objetivo del estudio es analizar la influencia que tienen los trolls center y la opinión pública de los jóvenes en el cantón Santa Elena, sector urbano, se acudirá a un diseño no experimental de naturaleza transversal, ya que en este estudio las variables no se modificaron, ya que se recopilan datos en un solo momento sin manipular las condiciones.

Como menciona Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) en la investigación no experimental "las variables independientes no son manipuladas, ya que los eventos o condiciones que las surgen ya han ocurrido en el contexto natural. Las inferencias sobre las relaciones entre las variables se realizan sin intervención directa o influencia deliberada, y se observan tal como se han manifestado en su entorno natural." (p.175). Los mismos autores indican que los diseños de investigación transversales recopilan datos en un único momento, en un tiempo específico. El objetivo de estos diseños es describir variables en un grupo de casos, ya sea una muestra o una población, o determinar el nivel o la modalidad de las variables en un momento determinado. (p.176).

### **3.3 Enfoque de Investigación**

Para la presente investigación se ha determinado el estudio bajo el enfoque cualitativo dado que se requiere conocer la interpretación de los jóvenes sobre los trolls center y su influencia en la opinión pública, relacionándolos con expansión de información no verificada. Es así que se cita a Pérez (2007) “La realidad se modifica constantemente, se basa en la comprensión de la realidad en su contexto natural y emplea una variedad de métodos e instrumentos para recopilar información que permiten describir, interpretar y comprender los fenómenos estudiados desde las perspectivas de las personas involucradas”.

Por otro lado, Hernández (2010) menciona “A medida que se recopilan y analizan los datos cualitativos, se pueden obtener nuevas perspectivas e información relevante que pueden influir en las preguntas de investigación iniciales. Los datos recopilados, como entrevistas, observaciones o historias de vida, garantizan una comprensión más profunda que pueden revelar aspectos inesperados o no considerados previamente”.

### **3.4 Métodos de Investigación**

El método de deducción es valioso en el enfoque cualitativo debido a que permite llegar a conclusiones fundamentadas y encontrar respuestas basadas en la lógica y el razonamiento. Según (Prieto, 2017), el método deductivo consiste en conducir y extraer conclusiones. En este enfoque de razonamiento, se parte de principios generales relacionados con una problemática específica y se avanza hacia sucesos particulares para verificar y comprobar si las conclusiones obtenidas son válidas y aplicables en el contexto real. En otras palabras, se utiliza la lógica para inferir resultados específicos a partir de premisas más amplias, y luego se verifica si estas conclusiones son consistentes con la realidad que se está estudiando. En su enfoque deductivo, parte de lo general para llegar a lo particular

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos**

La técnica a aplicar será la encuesta y entrevista que nos ayudará a obtener respuestas sobre la problemática a estudiar. Según lo expuesto por Falcón y Herrera (2005), la técnica de recolección de datos se define como el método o proceso específico utilizado para obtener información o datos en una investigación. La



aplicación de una técnica de recolección de datos permite obtener información relevante, la cual debe ser protegida y almacenada utilizando un instrumento de recolección de datos adecuado. Este instrumento, como un cuestionario, una entrevista o una observación, asegura la validez y confiabilidad de los datos recopilados, para su posterior análisis e interpretación.

Sin embargo, como menciona Babbie (2016), la encuesta como una técnica de recolección de datos que consiste en formular preguntas a una muestra representativa de individuos con el fin de obtener información sobre actitudes, opiniones, comportamientos u otros aspectos de interés. Por otra parte, Fontana y Frey (2005) quienes en su libro "The Interview: From Neutral Stance to Political Involvement" abordaron la entrevista como una herramienta esencial en la investigación cualitativa y destacan su importancia en la obtención de información detallada y contextualizada.

### **3.6 Universo, población y muestra**

Según Eyssautier (2002, p. 196) señala que el universo o población se refiere a un grupo de personas o elementos similares en uno o varios aspectos, que forman parte del objeto de estudio. Por su parte, (Chávez, 2007) define la población como el conjunto de sujetos sobre los cuales se busca generalizar los resultados de la investigación, y está compuesta por características o estratos que permiten distinguir unos sujetos de otros.

Mientras tanto, Palella y Martins (2006, p. 115), La población de una investigación se refiere al conjunto de unidades sobre las cuales se desea obtener información y se generarán conclusiones. Esta población puede estar compuesta por un conjunto finito o infinito de elementos, personas o cosas que son relevantes para la investigación. Es importante destacar que la población en ocasiones puede ser inaccesible en su totalidad, lo que implica que se trabajará con una muestra representativa de la población en lugar de abordar a todos los elementos de manera directa.

La población que se ha elegido para la recolección de datos está compuesta por 82.561 personas en edades entre 15 años a 29 años siendo estos los jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano, adicionando a esto se suma un experto en el manejo de la opinión pública. Así mismo, (Arias, 2006) define como un procedimiento o **muestreo**

mediante el cual se determina la probabilidad de inclusión de cada elemento en una muestra.

En el presente estudio se usará un **muestreo no probabilístico**, según (Cuesta, 2009) lo define como una técnica en la que las muestras se obtienen de manera que no todos los individuos de la población tienen las mismas oportunidades de ser seleccionados. Y como subgrupo de muestreo se utilizará el **muestreo no probabilístico por conveniencia**, según (Hernández, 2012) lo relaciona como un enfoque de muestra, en la cual se eligen los elementos de la muestra principalmente entre aquellos que están fácilmente disponibles o resultan más convenientes para el investigador en términos de costos, tiempo u otros factores. Sin embargo, es importante tener presente que estas muestras están expuestas a un sesgo de selección, lo que implica un riesgo al utilizar los resultados para hacer inferencias sobre las poblaciones de interés.

**Exclusión:** En el instrumento de las encuestas se aplicará a 200 personas de 82.561 siendo estos jóvenes del cantón Santa Elena en rango de edad entre 15 a 29 años.

**Inclusión:** Por otro lado, al aplicar la entrevista se incluyó a una especialista en opinión pública y en los jóvenes.

## **4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1 Procesamiento de la información**

Para el estudio de los 200 jóvenes del cantón Santa Elena se estableció una recopilación de datos por medio de un formulario de encuestas en la plataforma de Google Forms de manera virtual que se aplicó en el mes de julio una vez aprobados los instrumentos. Posterior a esto, los datos fueron procesados en Microsoft Excel para el desarrollo de tablas, por otro lado, se optó por emplear las gráficas en forma de pastel para la obtención de resultados y una representación de manera porcentual.

Mientras tanto, en la obtención de resultados de la entrevista, se aplicó de manera presencial en el GAD Municipal de Santa Elena a la especialista en opinión pública de los jóvenes y concejal, por otro lado, se envió un documento a otros dos especialistas en la comunicación y opinión pública por la aplicación de WhatsApp de la cual ninguna de estas personas se obtuvo respuestas por diversas ocupaciones en sus departamentos de trabajo. Para realizar el análisis correspondiente, los datos obtenidos de la entrevista se organizan en un cuadro de doble entrada. En la parte superior del cuadro, se registraron los nombres completos de los entrevistados, sus títulos profesionales y el nombre del entrevistador. En la fila superior del cuadro, se dispusieron tres columnas que contenían la pregunta formulada, el análisis proporcionado por los entrevistados y las observaciones realizadas por el investigador, respectivamente. Esta estructura permitió sistematizar la información de manera ordenada y facilitar la interpretación de los resultados obtenidos de las entrevistas.

### **4.2 Análisis e interpretación de resultados**

Posteriormente, se procederá a presentar el análisis de los resultados obtenidos de los datos tanto en forma cuantitativa como cualitativa.

#### **4.2.1 Análisis cuantitativo: Encuesta**

Consecutivamente, se presentan los resultados de la encuesta aplicada a 200 jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano. La encuesta se realizó mediante un cuestionario la escala de Likert donde los participantes calificaron sus respuestas en los criterios Muy frecuente, Frecuente, Ocasionalmente, Raramente y Nunca, estas respuestas fueron cuantificadas y analizadas por el investigador para obtener

conclusiones y una mejor comprensión de las percepciones y opiniones de los jóvenes del cantón Santa Elena en relación con los temas abordados en la encuesta.

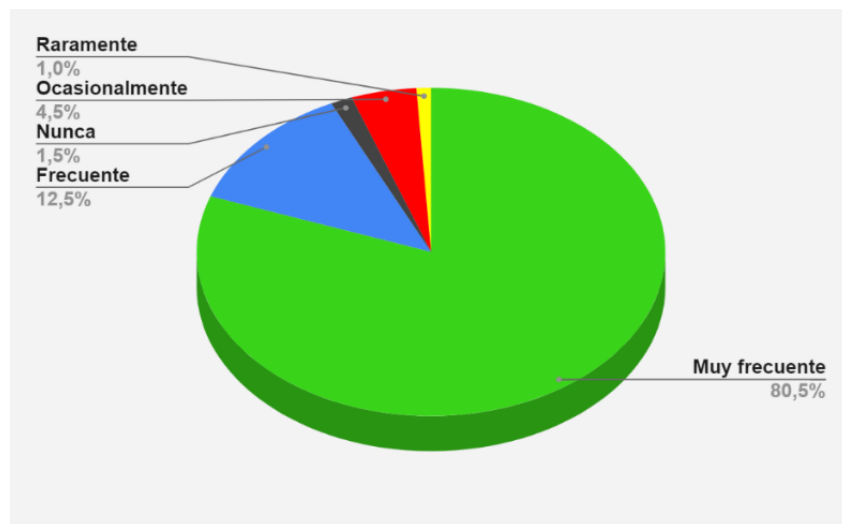
**Tabla 1:** Considera usted que el conocimiento o información generado por los trolls center (usuario que busca provocar o difamar a las personas) afecta al proceso de comunicación.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuente	161	80,5%
Frecuente	25	12,5%
Ocasionalmente	9	4,5%
Raramente	2	1,0%
Nunca	3	1,5%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

**Figura 1.** Considera usted que el conocimiento o información generado por los trolls center (usuario que busca provocar o difamar a las personas) afecta al proceso de comunicación.



**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

### Análisis e interpretación

Los jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano respondieron de la siguiente manera: Muy frecuente (161) equivale al 80,5%; Frecuente (25) equivale al 12,5%; Ocasionalmente (9) equivale al 4,5%; Raramente (2) equivale al 1,0%; Nunca (3) equivale al 1,5%. Por lo tanto, el 80,5% Muy frecuente, consideran que el conocimiento o información generado por los trolls center afecta al proceso de comunicación.

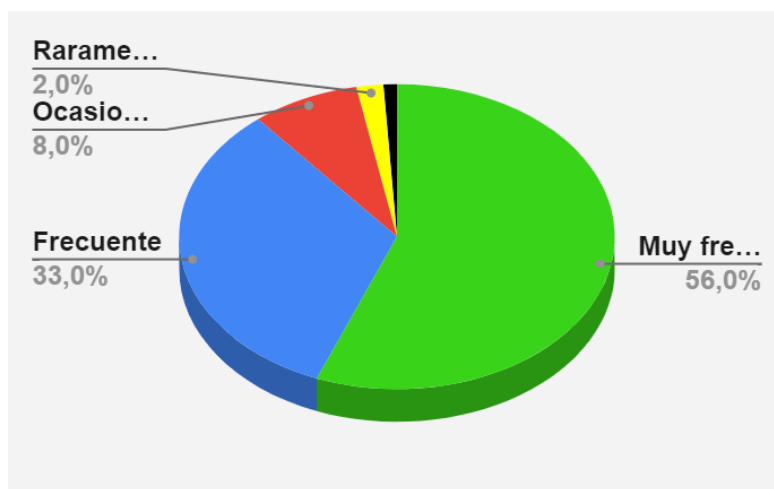
**Tabla 2:** Cree usted que los trolls center (usuario que busca provocar o difamar a las personas) impactan de manera significativa en la opinión de los jóvenes.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuente	112	56%
Frecuente	66	33%
Ocasionalmente	16	8%
Raramente	4	2%
Nunca	2	1%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

**Figura 2.** Cree usted que los trolls center (usuario que busca provocar o difamar a las personas) impactan de manera significativa en la opinión de los jóvenes.



**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

## Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy frecuente (112) equivalente al 56%; Frecuente (66) equivalente al 33%; Ocasionalmente (16) equivalente al 8%; Raramente (4) equivalente al 2%; Nunca (2) equivale al 1%. Por lo tanto, el 56% Muy frecuente y el 33% Frecuente, consideran que los trolls center impactan de manera significativa en la opinión de los jóvenes, mientras que el 8% Ocasionalmente se mantiene de manera neutral.

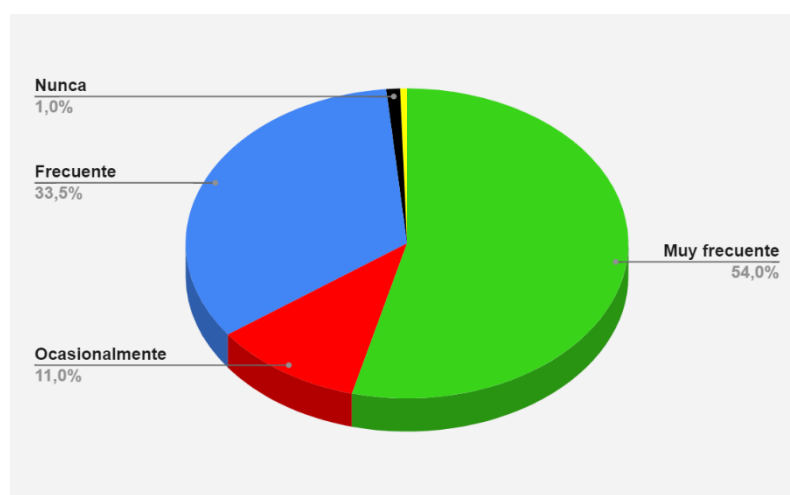
**Tabla 3:** Con qué frecuencia impacta el conocimiento y la opinión pública de los jóvenes.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuente	108	54%
Frecuente	67	33,5%
Ocasionalmente	22	11%
Raramente	1	0,5%
Nunca	2	1%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

**Figura 3.** Con qué frecuencia impacta el conocimiento y la opinión pública de los jóvenes.



**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

### **Análisis e interpretación**

Los jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano respondieron de la siguiente manera: Muy frecuente (108) equivalente al 54%; Frecuente (67) equivalente al 33,5%; Ocasionalmente (22) equivalente al 11%; Raramente (1) equivalente al 0,5%; Nunca (2) equivale al 1%. Por lo tanto, el 54% Muy frecuente y el 33,5% Frecuente, consideran que existe un impacto en el conocimiento y la opinión pública de los jóvenes, mientras que el 11% Ocasionalmente se mantiene de manera neutral.

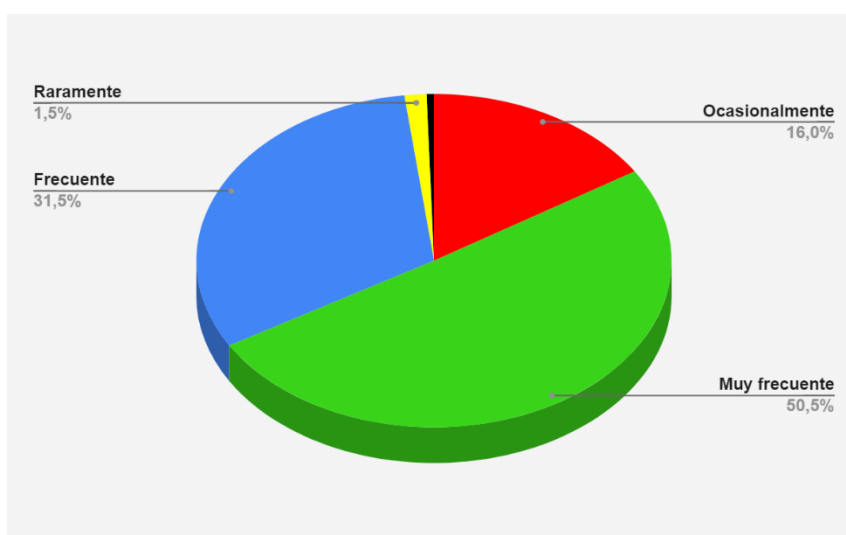
**Tabla 4:** Cree que hace falta el uso de signos no verbales en la opinión pública de los jóvenes.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuente	101	50,5%
Frecuente	63	31,5%
Ocasionalmente	32	16%
Raramente	3	1,5%
Nunca	1	0,5%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

**Figura 4.** Cree que hace falta el uso de signos no verbales en la opinión pública de los jóvenes.



**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

### **Análisis e interpretación**

Los jóvenes encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy frecuente (101) equivalente al 50,5%; Frecuente (63) equivalente al 31,5%; Ocasionalmente (32) equivalente al 16%; Raramente (3) equivalente al 1,5%; Nunca (1) equivale al 0,5%. Por lo tanto, el 50,5% Muy frecuente y el 31,5% Frecuente, consideran que hace falta el uso de signos no verbales en la opinión pública de los jóvenes, mientras que el 16% Ocasionalmente se mantiene de manera neutral.

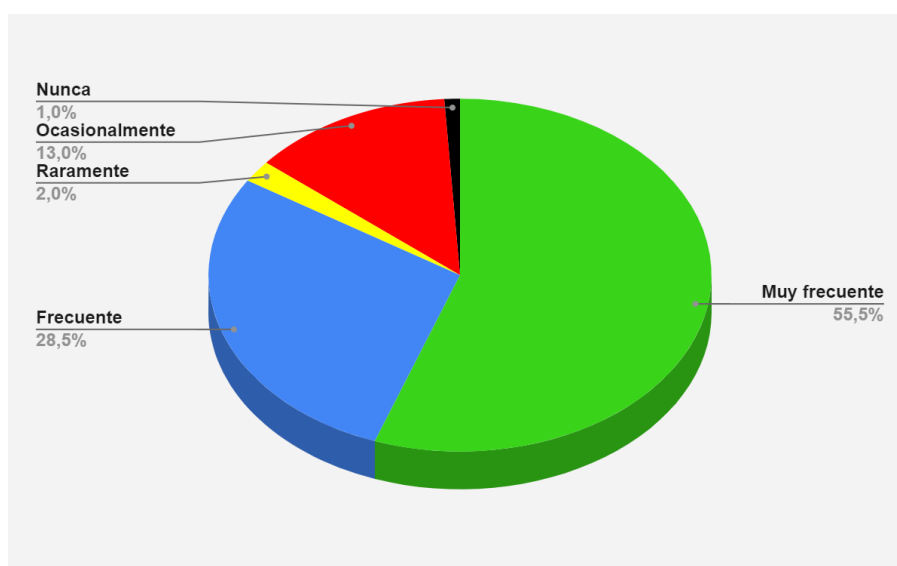
**Tabla 5:** Considera usted que existe la percepción ante la desinformación provocada por los trolls center.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuente	111	55,5%
Frecuente	57	28,5%
Ocasionalmente	26	13%
Raramente	4	2%
Nunca	2	1%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

**Figura 5.** Considera usted que existe la percepción ante la desinformación provocada por los trolls center.



**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

### **Análisis e interpretación**

Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy frecuente (111) equivalente al 55,5%; Frecuente (57) equivalente al 28,5%; Ocasionalmente (26) equivalente al 13%; Raramente (4) equivalente al 2%; Nunca (2) equivale al 1%. Por lo tanto, el 55,5% Muy frecuente y el 28,5% Frecuente, consideran que existe la percepción ante la desinformación provocada por los trolls center, mientras que el 13% Ocasionalmente se mantiene de manera neutral.



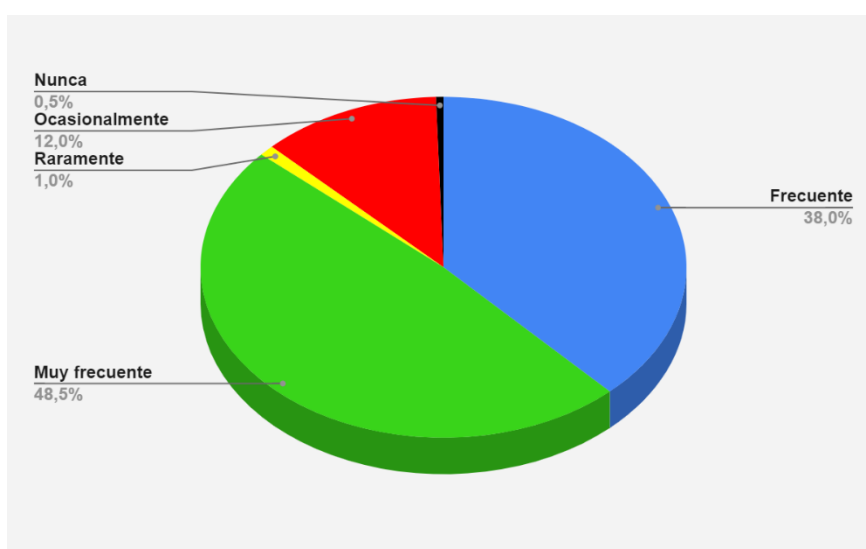
**Tabla 6:** En qué grado influye el poder de los medios de comunicación con la opinión de los jóvenes.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuente	97	48,5%
Frecuente	76	38%
Ocasionalmente	24	12%
Raramente	2	1%
Nunca	1	0,5%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

**Figura 6.** En qué grado influye el poder de los medios de comunicación con la opinión de los jóvenes.



**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

### **Análisis e interpretación**

Los jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano respondieron de la siguiente manera: Muy frecuente (97) equivalente al 48,5%; Frecuente (76) equivalente al 38%; Ocasionalmente (24) equivalente al 12%; Raramente (2) equivalente al 1%; Nunca (1) equivale al 0,5%. Por lo tanto, el 48,5% Muy frecuente y el 38% Frecuente, consideran que el poder de los medios de comunicación influye con la opinión de los jóvenes, mientras que el 12% Ocasionalmente se mantiene de manera neutral.

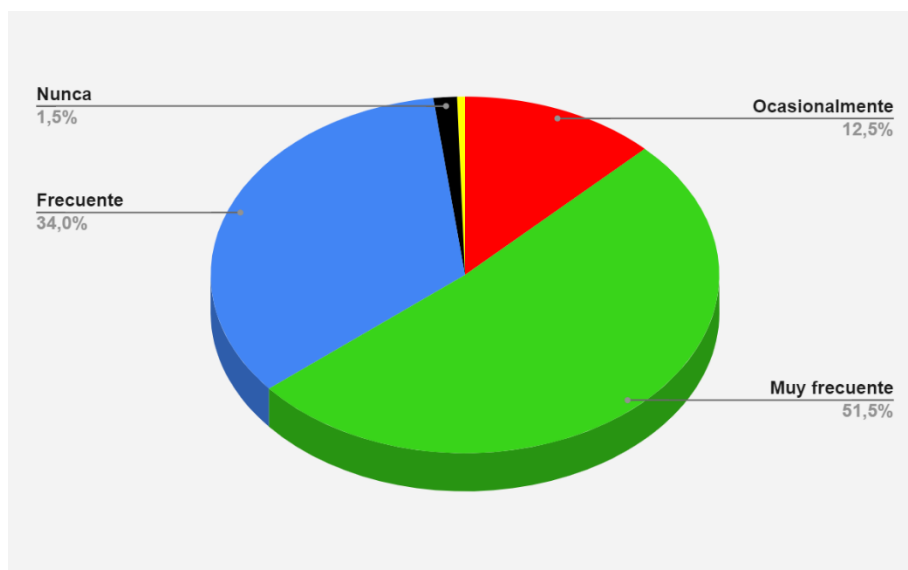
**Tabla 7:** En qué grado influye el lenguaje tradicional empleado por los trolls center.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuente	103	51,5%
Frecuente	68	34%
Ocasionalmente	25	12,5%
Raramente	1	0,5%
Nunca	3	1,5%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

**Figura 7.** En qué grado influye el lenguaje tradicional empleado por los trolls center.



**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

### **Análisis e interpretación**

Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy frecuente (103) equivalente al 51,5%; Frecuente (68) equivalente al 34%; Ocasionalmente (25) equivalente al 12,5%; Raramente (1) equivalente al 0,5%; Nunca (3) equivale al 1,5%. Por lo tanto, el 51,5% Muy frecuente y el 34% Frecuente, consideran que el lenguaje tradicional influye en los trolls center, mientras que el 12,5% Ocasionalmente se mantiene de manera neutral.

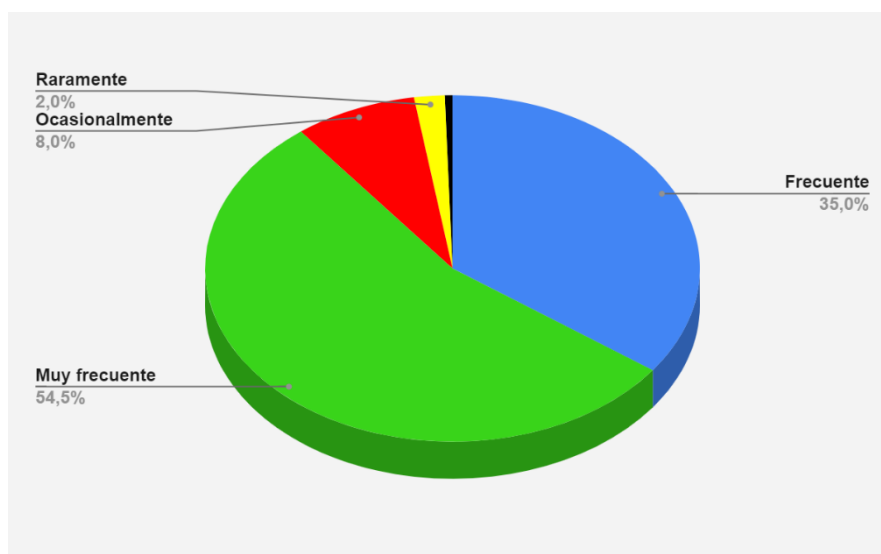
**Tabla 8:** Con qué frecuencia afecta la desinformación generada por los trolls center en la construcción de la opinión pública.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuente	109	54,5%
Frecuente	70	35%
Ocasionalmente	16	8%
Raramente	4	2%
Nunca	1	0,5%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

**Figura 8.** Con qué frecuencia afecta la desinformación generada por los trolls center en la construcción de la opinión pública.



**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

### Análisis e interpretación

Los jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano respondieron de la siguiente manera: Muy frecuente (109) equivalente al 54,4%; Frecuente (70) equivalente al 35%; Ocasionalmente (16) equivalente al 8%; Raramente (4) equivalente al 2%; Nunca (1) equivale al 0,5%. Por lo tanto, el 54,4% Muy frecuente y el 35% Frecuente, consideran que la desinformación generada por los trolls center afectan en la construcción de la opinión pública, mientras que el 8% Ocasionalmente se mantiene de manera neutral.

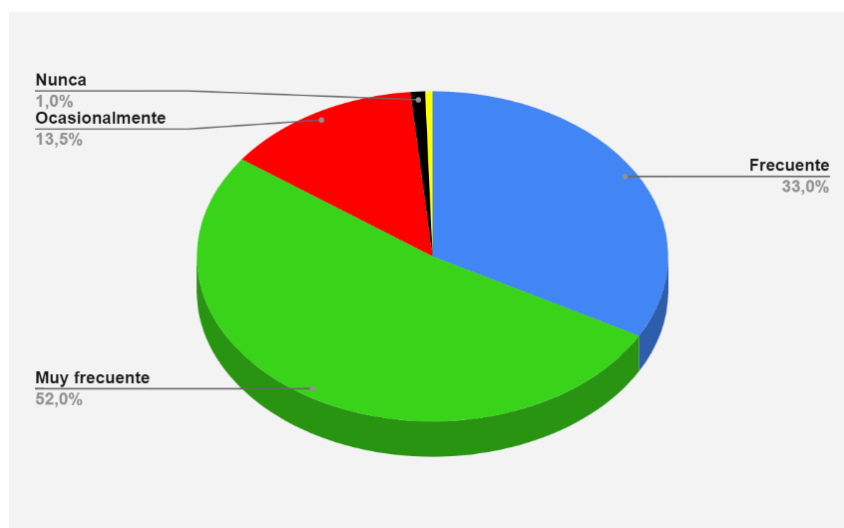
**Tabla 9:** Cree usted que existe un impacto en la manipulación de la información por parte de los trolls center en la opinión pública.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuente	104	52%
Frecuente	66	33%
Ocasionalmente	27	13,5%
Raramente	1	0,5%
Nunca	2	1%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

**Figura 9.** Cree usted que existe un impacto en la manipulación de la información por parte de los trolls center en la opinión pública.



**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

### Análisis e interpretación

Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy frecuente (104) equivalente al 52%; Frecuente (66) equivalente al 33%; Ocasionalmente (27) equivalente al 13,5%; Raramente (1) equivalente al 0,5%; Nunca (2) equivale al 1%. Por lo tanto, el 52% Muy frecuente y el 33% Frecuente, consideran que existe un impacto en la manipulación de la información por parte de los trolls center en la opinión pública, mientras que el 13,5% Ocasionalmente se mantiene de manera neutral.

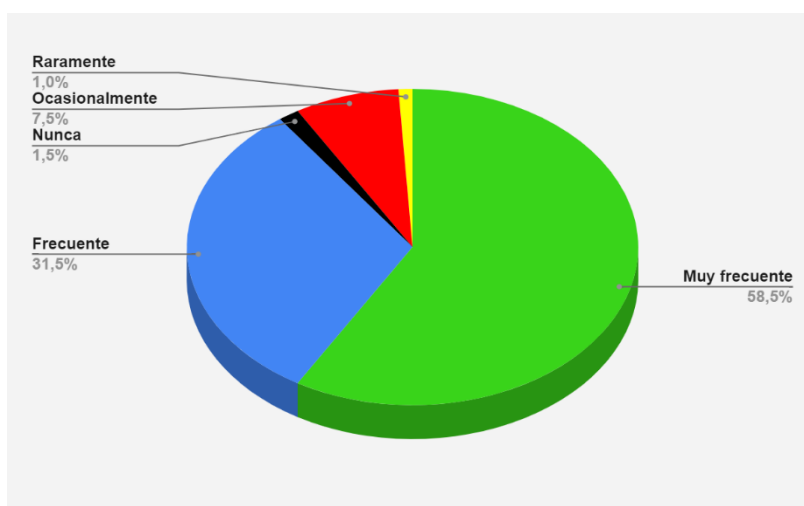
**Tabla 10:** Con qué frecuencia los trolls center afectan al derecho de la libertad de expresión de los ciudadanos.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuente	117	58,5%
Frecuente	63	31,5%
Ocasionalmente	15	7,5%
Raramente	2	1%
Nunca	3	1,5%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

**Figura 10.** Con qué frecuencia los trolls center afectan al derecho de la libertad de expresión de los ciudadanos.



**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

### Análisis e interpretación

Los jóvenes encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy frecuente (117) equivalente al 58,5%; Frecuente (63) equivalente al 31,5%; Ocasionalmente (15) equivalente al 7,5%; Raramente (2) equivalente al 1%; Nunca (3) equivale al 1,5%. Por lo tanto, el 58,5% Muy frecuente y el 31,5% Frecuente, consideran que los trolls center afectan al derecho de la libertad de expresión de los ciudadanos, mientras que el 7,5% Ocasionalmente se mantiene de manera neutral.

#### 4.2.2 Análisis cuantitativo: Entrevista

Como segundo método de recolección de datos en esta investigación, se empleó una guía de preguntas estructuradas dirigida a una experta en los campos de la opinión pública y los jóvenes. Los datos recopilados a través de esta guía permiten contrastar la información obtenida. A continuación, se presentan los resultados obtenidos a partir de las respuestas proporcionadas por la experta en los respectivos temas.

**Tabla 11:** Guía de preguntas

<b>Entrevistador:</b> Máximo Josué Villón Sánchez		
<b>Entrevistado:</b> Odont. Valeria Bohórquez, concejal del cantón Santa Elena		
<b>Preguntas</b>	<b>Análisis</b>	<b>Observación</b>
<b>¿Cómo influye la opinión pública en los jóvenes del cantón?</b>	La opinión pública puede moldear la forma en que los jóvenes ven el mundo y se ven a sí mismos. Las creencias y valores compartidos por la sociedad pueden influir en la formación de su identidad y perspectiva sobre temas importantes.	La interrogante 1, la respuesta se relaciona con la de (Cammaerts, 2011) la opinión pública y la participación política afectan a los jóvenes y su compromiso con la democracia
<b>¿Cómo cree que afecta la desinformación en la construcción de la opinión pública en los jóvenes?</b>	Los jóvenes son especialmente vulnerables a la desinformación debido a su creciente exposición a las redes sociales y plataformas en línea. Para contrarrestar estos efectos, es esencial fomentar la alfabetización mediática y el pensamiento crítico entre los jóvenes.	La interrogante 2, la respuesta se relaciona con la de (McCombs, 2006) Los ciudadanos se enfrentan a una realidad mediada por los contenidos que consumen en los medios de comunicación, lo que les proporciona una perspectiva de segunda mano sobre el mundo que los rodea.
<b>¿De qué manera se puede promover una mejor conceptualización de opinión pública y democracia en los jóvenes para un buen futuro en la sociedad?</b>	Asegurar que los jóvenes tengan acceso a información confiable y verificada sobre asuntos importantes. Esto les ayudará a construir una opinión pública bien informada y evitar la propagación de desinformación.	La interrogante 3, la respuesta se relaciona con la de (Moreno, 2000) Los estudios de incidencia comienzan con una población inicial de individuos susceptibles que no han experimentado el evento en estudio. Durante diferentes períodos de

---

**¿Considera usted que las fake news o desinformación provocada por los trolls center afecta al proceso de comunicación en los jóvenes del cantón?**

La desinformación de los trolls center puede sembrar la desconfianza en fuentes de noticias confiables y en los medios de comunicación en general. Los jóvenes pueden volverse escépticos hacia la información verificada y confiable, lo que socava la credibilidad de los medios legítimos.

seguimiento, se observa la ocurrencia de nuevos casos del evento en cuestión.

La interrogante 4, la respuesta se relaciona con la de (Gómez, 2019) Los medios digitales son plataformas donde se produce comunicación y se intercambia información entre usuarios y creadores de contenidos digitales, entre ellos la desinformación por los trolls center.

---

**Fuente:** Encuesta a jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** 28 agosto 2023

### **4.3 Discusión de resultados**

La recolección de datos a través de los instrumentos utilizados, como el cuestionario y la ficha de observación, permitió obtener información relevante. A continuación, se presenta el análisis cuantitativo de los datos recopilados mediante el cuestionario de la encuesta. Para este análisis, se seleccionaron dos preguntas de la variable independiente y dos preguntas de la variable dependiente que se consideran más pertinentes con respecto al tema de investigación.

Con respecto a la pregunta 2, ¿Cree usted que los trolls center (usuario que publica mensajes ofensivos con el fin de molestar) impactan de manera significativa en la opinión de los jóvenes? Los encuestados manifestaron con un 56% Muy frecuente y un 33% Frecuente, estos datos se relacionan al criterio de (Segeberg, 2012) resalta la relevancia de las redes sociales y plataformas digitales en la configuración de la opinión pública entre los jóvenes. Argumentan que los jóvenes tienden a involucrarse activamente en asuntos que les interesan, y a través de sus interacciones en línea, pueden ejercer influencia en la agenda pública y generar debates sobre temas que les resultan pertinentes. Las redes sociales les ofrecen una vía para expresar sus opiniones, interactuar con otros usuarios y participar activamente en la esfera pública digital, lo que les permite tener una voz más activa y visible en la discusión de cuestiones de interés para su generación.

En relación a la interrogante 4, ¿Cree que hace falta el uso de signos no verbales en la opinión pública de los jóvenes? Los encuestados manifestaron con un 50,5% Muy frecuente y un 31,5% Frecuente, reconocen que existe un uso adecuado de signos no verbales, estos datos se relacionan al criterio de (Ekman, 2003) mencionando la comunicación no verbal y la expresión de las emociones a través de los gestos faciales. Su investigación destaca que las expresiones faciales, como sonrisas y ceños fruncidos, son universales y transculturales, lo que sugiere que ciertos signos no verbales son innatos en los seres humanos.

De igual manera, la interrogante 8, ¿Con que frecuencia afecta la desinformación generada por los trolls center en la construcción de la opinión pública? Los encuestados manifestaron con un 54,5% Muy frecuente y un 35% Frecuente, en la cual se entiende que la información que generan los trolls center afectan de manera significativa a la construcción de la opinión pública, según el criterio de (Dalisay, 2013) la participación política en línea puede influir en la opinión pública de los jóvenes. Destacan que las redes sociales y las plataformas digitales ofrecen a los jóvenes una voz más accesible y empoderada, lo que puede afectar la percepción pública sobre cuestiones políticas y sociales.

Así mismo, la interrogante 10, ¿Con qué frecuencia los trolls center afectan al derecho de la libertad de expresión de los ciudadanos? Los jóvenes encuestados manifestaron con un 58,5% Muy frecuente y un 31,5% Frecuente, mediante esto reconocen que los trolls center afecta a la libertad de expresión, como lo afirma (Papacharissi, 2014), las redes sociales y la comunicación digital en general han transformado la opinión pública y la participación política de los jóvenes. Sugiere que las plataformas digitales ofrecen nuevas oportunidades para que los jóvenes se involucren en temas de interés, pero también plantea la preocupación sobre la falla de información y burbujas de filtro.

Por otro lado, se aplicaron cuatro preguntas estructuradas dirigidas a un especialista mediante la técnica de la entrevista, con un enfoque cualitativo. En este proceso, se buscó obtener perspectivas y conocimientos en profundidad sobre el tema de estudio, permitiendo una comprensión más detallada y enriquecedora de la relación entre los trolls center y la opinión pública de los jóvenes del cantón Santa Elena. La entrevista cualitativa son una estrategia valiosa para explorar ideas, percepciones y



opiniones fundamentales, y en este caso, proporcionarán una visión más completa y significativa para enriquecer la investigación.

Pregunta 2, ¿Cómo cree que afecta la desinformación en la construcción de la opinión pública en los jóvenes? La desinformación puede influir negativamente en la construcción de la opinión pública en los jóvenes, al difundir información engañosa, burbujas crear filtro, influir en temas relevantes y apelar a emociones. Esto subraya la importancia de la alfabetización mediática y el pensamiento crítico entre los jóvenes para que puedan discernir información confiable y tomar decisiones informadas. Esto se relaciona al criterio de (Vosoughi, 2018) indica que las noticias falsas se propagan más rápidamente en línea que las noticias verdaderas. Cuando los jóvenes están expuestos a información falsa sobre temas importantes o de actualidad, esto puede influir en la percepción y opinión que tienen sobre dichos temas, lo que afecta la construcción de la opinión pública.

Pregunta 4, ¿Considera usted que las fake news o desinformación provocada por los trolls center afecta al proceso de comunicación en los jóvenes del cantón? Los jóvenes pueden ser más propensos a creer y compartir información sin verificar si provienen de fuentes en las que confían o que consideran creíbles. Los trolls center pueden utilizar estrategias para hacer que la información errónea parezca auténtica, lo que dificulta que los jóvenes identifiquen la desinformación. Esto se relaciona al criterio de (Pennycook, 2020) señala que los jóvenes que están más expuestos a noticias falsas tienden a mostrar un menor juicio de precisión y credibilidad. La desinformación puede afectar negativamente la habilidad de los jóvenes para comprobar la veracidad de la información y para confiar en fuentes confiables.

Luego de evaluar los resultados obtenidos acerca de los trolls center y su influencia en la opinión pública de los jóvenes, se ha verificado que estos resultados se alinean de manera positiva con la hipótesis y las preguntas de investigación planteadas.

## CONCLUSIONES

- Las redes sociales de los jóvenes son propicias a la difusión de fake news por parte de los trolls center y entre los más comunes se pueden encontrar las imágenes manipuladas en redes sociales en la cual al ser compartida pueden llevar a desinformar a otras personas de nuestra sociedad.
- Los trolls center tienen un impacto significativo en la opinión pública de los jóvenes. La exposición a información errónea puede influir en la formación de creencias y actitudes sobre temas políticos, sociales y ambientales.
- Los medios verificados tienen la responsabilidad de proteger a su audiencia de información falsa o engañosa. La confianza en estos medios ayuda a los lectores a evitar caer en la trampa de las fake news y a tomar decisiones informadas.
- En base a los resultados obtenidos en la investigación, se concluye que los trolls center causan un problema en la opinión pública de los jóvenes del cantón Santa Elena es por esto que la educación mediática también juega un papel importante al capacitar a los jóvenes y al público en general para identificar fuentes confiables y protegerse de la desinformación.

## **RECOMENDACIONES**

- Plantear un proyecto de comunicación digital dónde destaquen y presenten páginas o aplicaciones dando a conocer los contenidos falsos que existen en la red.
- Se sugiere a los jóvenes buscar información de múltiples fuentes y perspectivas para una mejor visión y opinión pública.
- Reunir a los estudiantes de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena para la atención de los jóvenes en temas relacionados.
- Por último, este proyecto de investigación está recomendado a los jóvenes que consumen redes o medios digitales para que puedan comprender que en la actualidad hay abundante desinformación.

## BIBLIOGRAFÍA

Alvarado, R. (2019). <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0092660/cap03.pdf>

Rainie, L., Anderson, J. y Albright, J. (2017). El futuro de la libertad de expresión, los trolls, el anonimato y las noticias falsas en línea. Arroyó, J. J. (2016). “LA COMUNICACIÓN VISUAL Y SU APOORTE EN LA CONCIENTIZACIÓN. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.

Rossmann, TG, Stone, D., Molina, M. y Troll, W. (1980). Ausencia de mutagenicidad por arsenito en E. coli y células de hámster chino. *Mutagénesis ambiental* , 2 (3), 371-379.

O'Driscoll, B., Troll, VR, Reavy, RJ y Turner, P. (2006). La gran intrusión de Eucrite de Ardnamurchan, Escocia: Reevaluación del concepto de anillo-dique. *Geología* , 34 (3), 189-192.

Rivadeneira Prada, R. (2000). Opinión pública.

Dewey, J. (2004). La opinión pública y sus problemas. Ediciones Morata.

Bobillo, F. J. (1987). La opinión pública. *Revista de estudios políticos*, (58), 37-60.

Aguilar Villanueva, L. F. (2017). Una reconstrucción del concepto de opinión pública. *Revista mexicana de opinión pública*, (23), 125-148.

Habermas, J., i Ramió, J. R., Domènech, A., & Grasa, R. (1981). Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública (pp. 1-171). Barcelona: Gustavo Gili.

Gómez, P. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting.

Torres, A. (2013). Opinión Pública 1921-2021. AGUILAR.

Boladeras Cucurella, M. (2001). La opinión pública en Habermas. Análisis: cuadernos de comunicación y cultura, (26), 0051-70.

Guamán, I. A. R., & Morales, N. J. M. (2021). La protesta social en la época de la posverdad: Análisis de las "fake news" en la red social Facebook durante las protestas de Ecuador del 3 al 13 de octubre de 2019. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E40), 1-14.

Elizalde Robles, R. M. Opinión pública en red virtual: análisis de la posverdad a partir del rumor y noticias falsas aplicado a Tendencias de Twitter en la campaña presidencial 2017 de Ecuador.

Galo Molina, F. J. (2018). Ciberguerra: La lucha de los Trolls y posibles soluciones de los gobiernos.

Barbero, M. B., Castrillo, M. H., & García, M. D. M. H. (2018). La opinión pública en el 2018: perfilando la sociedad del futuro. *bie3: Boletín IEEE*, (12), 228-290.

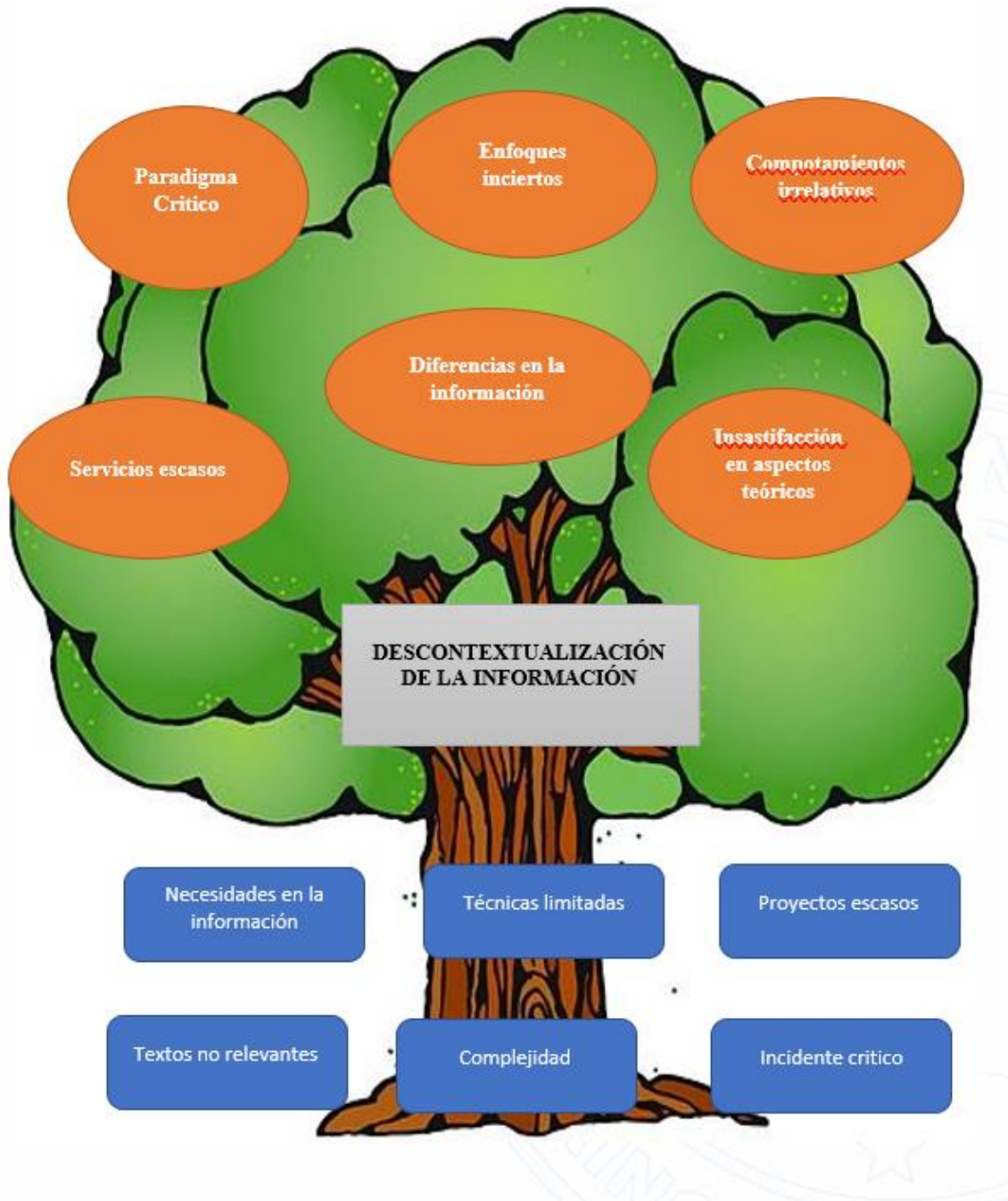
Tovar Jurado, J. D. (2021). El impacto de las noticias en redes sociales durante y después de las protestas de octubre de 2019 en Quito (Doctoral dissertation, Quito: Universidad Hemisferios 2021).

Perotti, F., & Munt, J. (2021). Redes sociales, radicalización política y manipulación de la opinión pública: las dificultades de la Public Choice para explicar la conflictividad que experimentan las democracias occidentales. In VI Congreso de Ciencias Económicas del Centro de la República. UNVM.

## ANEXOS

Anexo 1: Árbol de problemas

Figura 11. Árbol de problemas



Anexo 2: Variable de operacionalización

Tabla 12: Matriz de Operacionalización de Variables

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Variable Independiente  - Trolls center	(Fratlicelli, 2016) según el autor, en los nuevos medios sociales, especialmente en Twitter, el poder para influir en la opinión pública está más descentralizado en comparación con los medios tradicionales. Sin embargo, esto no significa que todos los participantes tengan igualdad de condiciones, ya que existen "actores oligopólicos" como los medios de comunicación, los partidos políticos y los candidatos a cargos ejecutivos, que aún tienen una gran influencia en la configuración de la opinión pública.	Los trolls y la teoría del framing  Los trolls en contexto	Framing effect  Marcos temáticos	1. ¿Considera usted que el conocimiento o información generado por los trolls center (usuario que busca provocar o difamar a las personas) afecta al proceso de comunicación?  2. ¿Cree usted que los trolls center (usuario que busca provocar o difamar a las personas) impactan de manera significativa en la opinión de los jóvenes?  3. ¿Con qué frecuencia impacta el conocimiento y la opinión pública de los jóvenes?  4. ¿Cree que hace falta el uso de signos no verbales en la opinión pública de los jóvenes?  5. ¿Considera usted que existe la percepción ante la desinformación provocada por los trolls center?
		Efectividad de los trolls center	Reactivación	

Variable Dependiente  - Opinión Pública	(D'Adamo, 2007) señala que las opiniones no son resultado de la casualidad, sino que se forman a través de un proceso específico. Este proceso es un fenómeno social que involucra a varias partes o individuos, sobre todo aquellos que van de la mano estrechamente con la comunicación política y las características del entorno en el cual ocurre el proceso en cuestión. Utilizando un criterio historicista podrían distinguirse dos modos diferentes de	Teoría de la agenda setting	Concepción Estratégica	6. ¿En qué grado influye el poder de los medios de comunicación con la opinión de los jóvenes?  7. ¿En qué grado influye el lenguaje tradicional empleado por los trolls center?  8. ¿Con qué frecuencia afecta la desinformación generada por los trolls center en la construcción de la opinión pública?  9. ¿Cree usted que existe un impacto en la manipulación de la información por parte de los trolls center en la opinión pública?  10. ¿Con qué frecuencia los trolls center afectan al derecho de la libertad de expresión de los ciudadanos?
		Información mediática	Espacio público	
		Formación y Regulación	Democracia	



	formación de la opinión pública.			
--	----------------------------------	--	--	--

**Elaborado por:** Máximo Josué Villón Sánchez **Fecha:** agosto 2023

### Anexo 3: Instrumento de validación

**Tabla 13:** Instrumento de validación: Encuesta

**Tema:** Los trolls center y su influencia en la opinión pública de los jóvenes del cantón santa elena, sector urbano.

**Objetivo:** Obtener información de los jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano acerca de los trolls center y su influencia en la opinión pública.

**Escala Likert:** Muy Frecuente (1); Frecuente (2); Ocasionalmente (3); Rara Mente (4); Nunca (5)

<b>Variable Independiente: Trolls Center</b>						
	Criterio	1	2	3	4	5
1	¿Considera usted que el conocimiento o información generado por los trolls center (usuario que busca provocar o difamar a las personas) afecta al proceso de comunicación?					
2	¿Cree usted que los trolls center (usuario que busca provocar o difamar a las personas) impactan de manera significativa en la opinión de los jóvenes?					
3	¿Con qué frecuencia impacta el conocimiento y la opinión pública de los jóvenes?					
4	¿Cree que hace falta el uso de signos no verbales en la opinión pública de los jóvenes?					
5	¿Considera usted que existe la percepción ante la desinformación provocada por los trolls center?					
<b>Variable dependiente: Opinión Pública</b>						
6	¿En qué grado influye el poder de los medios de comunicación con la opinión de los jóvenes?					
7	¿En qué grado influye el lenguaje tradicional empleado por los trolls center?					
8	¿Con qué frecuencia afecta la desinformación generada por los trolls center en la construcción de la opinión pública?					
9	¿Cree usted que existe un impacto en la manipulación de la información por parte de los trolls center en la opinión pública?					
10	¿Con qué frecuencia los trolls center afectan al derecho de la libertad de expresión de los ciudadanos?					

*Gregory Santamaría R.*

Lcdo. Gregory Peter Santamaría

**Juez Experto**  
**C.I: 0923403794**

**Tabla 14:** Validez de contenido del instrumento

<b>DATOS DEL ESTUDANTE</b>		
<b>Apellidos y Nombres:</b>	<b>Villón Sánchez Máximo Villón</b>	
<b>TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN</b>		
Los trolls center y su influencia en la opinión pública de los jóvenes del cantón santa elena, sector urbano		
<b>DATOS DEL INSTRUMENTO</b>		
<b>Nombre del instrumento:</b>	Encuesta	
<b>Objetivo:</b>	Obtener información de los jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano acerca de los trolls center y su influencia en la opinión pública.	
<b>Dirigido a:</b>	Jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano	
<b>JUEZ EXPERTO</b>		
<b>Apellidos y Nombres:</b>	<b>Gregory Peter Santamaría Romero</b>	
<b>Documento de Identidad:</b>	0923403794	
<b>Grado Académico:</b>	Magister	
<b>Especialidad:</b>	Comunicación, educación	
<b>Experiencia Profesional (años):</b>	14 años	
<b>JUICIO DE APLICABILIDAD</b>		
<b>Aplicable</b>	<b>Aplicable después de Corregir</b>	<b>No Aplicable</b>
<b>X</b>		
<b>Sugerencia:</b>		

Fecha: Santa Elena, 19 de julio de 2023

*Gregory Santamaría R.*

**Lcdo. Gregory Peter Santamaría**

**Juez Experto  
C.I: 0923403794**

**Tabla 15:** Matriz de validación de contenido por juicio de expertos

<b>TÍTULO:</b>	Los trolls center y su influencia en la opinión pública de los jóvenes del cantón santa elena, sector urbano
<b>AUTOR:</b>	Máximo Josué Villón Sánchez

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUCIÓN Relación entre:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy frecuente	Frecuente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Trolls Center	Los trolls y la teoría del framing	Framing effect	(Fraticegli, 2016) según el autor, en los nuevos medios sociales,						X		X		X		X		
	Los trolls en contexto	Marcos temáticos	especialmente en Twitter, el poder para influir en la opinión pública está más descentralizado en comparación con los medios tradicionales. Sin embargo, esto no						X		X		X		X		

	Efectividad de los trolls center	Reactivación	significa que todos los participantes tengan igualdad de condiciones, ya que existen "actores oligopólicos" como los medios de comunicación, los partidos políticos y los candidatos a cargos ejecutivos, que aún tienen una gran influencia en la configuración de la opinión pública.						X		X		X		X	
									X		X		X		X	
Opinión Pública	Teoría de la agenda setting	Concepción Estratégica	(D'Adamo, 2007) señala que las opiniones no son resultado de la casualidad, sino que se forman a través de un proceso específico. Este proceso es un fenómeno social que involucra a varias partes o individuos, sobre todo aquellos						X		X		X		X	
	Información mediática	Espacio público							X		X		X		X	
	Formación y Regulación	Democracia							X		X		X		X	

			<p>que van de la mano estrechamente con la comunicación política y las características del entorno en el cual ocurre el proceso en cuestión. Utilizando un criterio historicista podrían distinguirse dos modos diferentes de formación de la opinión pública.</p>															
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Fecha, Santa Elena 19 de julio del 2023

*Gregory Santamaría R.*

Lcdo. Gregory Peter Santamaría

**Juez Experto**  
**C.I: 0923403794**

Tabla 16: Ficha de evaluación del instrumento

Encuesta – Opinión Pública

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					X
2. Objetividad	Expresa conductas observables																					X
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																					X
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																					X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																					X





**Anexo 4:** Instrumento de validación

**Tabla 17:** Instrumento de validación: Entrevista

**Tema:** Los trolls center y su influencia en la opinión pública de los jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano.

**Objetivo:** Obtener información acerca de los jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano acerca de los trolls center y su influencia en la opinión pública.

**Entrevistador:** Máximo Josué Villón Sánchez

Pregunta	Respuesta	Observación
¿Cómo influye la opinión pública en los jóvenes del cantón?		
¿Cómo cree que afecta la desinformación en la construcción de la opinión pública en los jóvenes?		
¿De qué manera se puede promover una mejor conceptualización de opinión pública y democracia en los jóvenes para un buen futuro en la sociedad?		
¿Considera usted que las fake news o desinformación provocada por los trolls center afecta al proceso de comunicación en los jóvenes del cantón?		

*Gregory Santamaría R.*

Lcdo. Gregory Peter Santamaría

**Juez Experto**  
**C.I: 0923403794**

*Tabla 18: Validez de contenido del instrumento*

<b>DATOS DEL ESTUDANTE</b>		
<b>Apellidos y Nombres:</b>	<b>Villón Sánchez Máximo Villón</b>	
<b>TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN</b>		
Los trolls center y su influencia en la opinión pública de los jóvenes del cantón santa elena, sector urbano		
<b>DATOS DEL INSTRUMENTO</b>		
<b>Nombre del instrumento:</b>	Encuesta	
<b>Objetivo:</b>	Obtener información de los jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano acerca de los trolls center y su influencia en la opinión pública.	
<b>Dirigido a:</b>	Jóvenes del cantón Santa Elena, sector urbano	
<b>JUEZ EXPERTO</b>		
<b>Apellidos y Nombres:</b>	<b>Gregory Peter Santamaría Romero</b>	
<b>Documento de Identidad:</b>	<b>0923403794</b>	
<b>Grado Académico:</b>	<b>Magister</b>	
<b>Especialidad:</b>	<b>Comunicación, educación</b>	
<b>Experiencia Profesional (años):</b>	<b>14 años</b>	
<b>JUICIO DE APLICABILIDAD</b>		
<b>Aplicable</b>	<b>Aplicable después de Corregir</b>	<b>No Aplicable</b>
<b>X</b>		
<b>Sugerencia:</b>		

Fecha: Santa Elena, 19 de julio de 2023

*Gregory Santamaría R.*

**Lcdo. Gregory Peter Santamaría**

**Juez Experto  
C.I: 0923403794**

Tabla 19: Ficha de evaluación del instrumento

Entrevista – Trolls Center

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					X
2. Objetividad	Expresa conductas observables																					X
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																					X
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																					X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																					X



**Figura 12. Encuesta**



**Figura 13. Entrevista a especialista**

