



Universidad Estatal Península de Santa Elena

Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud

Carrera de Comunicación

**La desinformación en la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización
mediática en el cantón La Libertad año 2024**

Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del grado académico de:

Licenciado en Comunicación:

Autores:

Gonzabay Reyes José Ricardo

Orrala Moreira Jordy Didier

Tutor:

Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024 - 2



Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Carrera de Comunicación

**La desinformación en la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización
mediática en el cantón La Libertad año 2024**

Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del grado académico de:

Licenciado(a) en Comunicación

Autores:

Gonzabay Reyes José Ricardo

Orrala Moreira Jordy Didier

Línea de investigación:

Medios de comunicación

Sub línea de investigación:

Medios impresos y la utilización de las TIC

Índice general

ÍNDICE GENERAL.....	12
Índice de tablas	14
Índice de figuras	15
Declaratoria de responsabilidad.....	16
Dedicatoria.....	17
Agradecimientos.....	18
Certificado de aprobación del trabajo de titulación uic	19
Proyecto de investigación.....	19
Tribunal de sustentación unidad de integración curricular.....	21
Tribunal de sustentación unidad de integración curricular.....	22
Resumen	23
Introducción.....	25
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	26
1.1. Antecedentes del problema de investigación.....	26
1.2. Formulación del problema de investigación.....	28
1.3. Preguntas de investigación	28
1.4. Objetivos.....	29
1.4.1. Objetivo general	29
1.4.2. Objetivos específicos	29
1.5. Justificación de la investigación	29
1.6. Hipótesis	30
1.7. Variables.....	30
1.7.1. Desinformación	30
1.7.2. Alfabetización mediática.....	31
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	31
2.1. Conocimiento actual.....	31
2.1.1. Desinformación	31
2.1.2. Alfabetización mediática.....	31
2.2. Fundamentación teórica y conceptual	32
2.2.1. Infoxicación.....	33
2.2.2. Tipos de desinformación	34
2.2.3. Frecuencia de exposición	34
2.2.4. Análisis de contenidos.....	36
2.2.6. Información mediática.....	36
2.2.7. Alfabetización digital	37
2.2.8. Reflexión crítica	38

2.2.9. La audiencia activa.....	38
2.2.10. Impacto de los medios.....	38
2.3. Marco Legal.....	39
3. MARCO METODOLÓGICO	41
3.1. Enfoque de investigación.....	41
3.2. Tipo de investigación.....	41
3.3. Diseño de investigación.....	42
3.4. Alcance de la investigación	42
3.5. Operacionalización de las variables	43
3.6. Población, muestra y periodo de estudio.	45
3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.....	45
3.7.1. Técnica de la encuesta.....	45
3.7.2. Instrumento: el cuestionario	46
3.7.3. Técnica de la entrevista	46
3.7.4. Instrumento: guía de preguntas	46
3.7.5. Técnica de la observación	46
3.7.6. Instrumento: la lista de cotejo	46
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	47
4.1. Procesamiento de la información.....	47
4.2. Análisis e interpretación de resultados	47
4.2.1. Análisis cuantitativos: la encuesta.....	47
4.2.2. Análisis cualitativo: la entrevista	58
4.2.3. Análisis cualitativo: Ficha de observación.....	60
5. DISCUSIÓN.....	65
5.1. Discusión de la encuesta	65
5.2. Discusión de la entrevista	65
5.3. Discusión de la ficha de observación.....	67
6. CONCLUSIONES	68
7. RECOMENDACIONES	69
8. Referencias.....	70
ANEXOS	74

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 ¿Tik Tok tiene contenido que conlleva a la desinformación?</i>	48
<i>Tabla 2 ¿Considera que Tik Tok no implementa medidas efectivas para reducir la difusión de desinformación en la plataforma?</i>	49
<i>Tabla 3 ¿Tik Tok tiene más desinformación que otras plataformas?.....</i>	50
<i>Tabla 4 ¿Los creadores de contenido en Tik Tok suelen compartir noticias sin verificar la veracidad de la información?</i>	51
<i>Tabla 5 ¿La falta de alfabetización mediática puede hacer caer en desinformación?</i>	52
<i>Tabla 6 ¿Los usuarios de Tik Tok son conscientes del problema de la desinformación en la plataforma?</i>	53
<i>Tabla 7 ¿Considera que la desinformación en Tik Tok ha afectado la capacidad para confiar en la plataforma?.....</i>	54
<i>Tabla 8 ¿Es probable que la desinformación en Tik Tok tenga un impacto negativo en temas de salud o política?</i>	55
<i>Tabla 9 ¿Tik Tok debería hacer más esfuerzos para educar a sus usuarios sobre la desinformación?</i>	56
<i>Tabla 10 ¿Cambia de opinión sobre un tema importante después de ver información en Tik Tok que resultó ser falsa?.....</i>	57
<i>Tabla 11 Entrevista.....</i>	58

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1 ¿Tik Tok tiene contenido que conlleva a la desinformación?</i>	48
<i>Figura 2 ¿Considera que Tik Tok no implementa medidas efectivas para reducir la difusión de desinformación en la plataforma?</i>	49
<i>Figura 3 ¿Tik Tok tiene más desinformación que otras plataformas?.....</i>	50
<i>Figura 4 ¿Los creadores de contenido en Tik Tok suelen compartir noticias sin verificar la veracidad de la información?.....</i>	51
<i>Figura 5 ¿La falta de alfabetización mediática puede hacer caer en desinformación?</i>	52
<i>Figura 6 ¿Los usuarios de Tik Tok son conscientes del problema de la desinformación en la plataforma?</i>	53
<i>Figura 7 ¿Considera que la desinformación en Tik Tok ha afectado la capacidad para confiar en la plataforma?.....</i>	54
<i>Figura 8 ¿Es probable que la desinformación en Tik Tok tenga un impacto negativo en temas de salud o política?</i>	55
<i>Figura 9 ¿Tik Tok debería hacer más esfuerzos para educar a sus usuarios sobre la desinformación?</i>	56
<i>Figura 10 ¿Cambia de opinión sobre un tema importante después de ver información en Tik Tok que resultó ser falsa?.....</i>	57
Figura 11 Árbol del problema	74
Figura 12 Mensajes para entrevista vía Whatsapp.....	88
Figura 12 Evidencias de Tutorías	89

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **Orrala Moreira Jordy Didier** con C.I. 2450785759 y **Gonzabay Reyes José Ricardo** con C.I. 0928020973 estudiantes de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **La desinformación en la plataforma Tik Tok y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024** , corresponde exclusiva responsabilidad de los autores y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 5 diciembre de 2024

Atentamente,

Orrala Moreira Jordy Didier
C.I. 2450785759

Gonzabay Reyes José Ricardo
C.I. 0928020973

DEDICATORIA

Para empezar, le agradezco a Dios por darme salud, bienestar y sabiduría para enfrentar estos largos y años de estudio y el proceso de investigación en este proyecto. Esta tesis está dedicada a mis progenitores Raquel Reyes y Ricardo Gonzabay; así mismo a mi abuela Gloria Tómalala por siempre brindarme la motivación e impulsar mis estudios. De igual manera a aquellos amigos que hice dentro del proceso Universitario por el apoyo que obtuve de ellos en estos años.

José Ricardo Gonzabay Reyes.

Durante todo mi proceso académico existieron muchas personas que me brindaron su ayuda, ya sea con una palabra de motivación o un consejo, a mi esposa, mis padres, demás familia y amigos, dedico este trabajo a todas esas personas

Jordy Didier Orrala Moreira.

AGRADECIMIENTOS

Un agradecimiento especial para la Universidad Estatal Península de Santa Elena por proporcionar a excelentes docentes que nos guíen en el transcurso de la carrera universitaria, más allá de las enseñanzas académicas, siempre nos daban su apoyo moral en todo momento: Lcda. Suntaxi Martha y Lcda. Posligua María Isabel, así mismo, a nuestra guía en este último semestre Lcda. García Vilma Maribel y nuestro tutor de tesis Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD agradecerle por la paciencia en este proceso de nuestro trabajo de investigación siendo quienes nos apoyaron con su conocimiento y correcciones. También agradezco a los habitantes del barrio "Jaime Roldós" del cantón La Libertad por su apoyo de facilitarnos su ayuda en la realización de las encuestas para el desarrollo de nuestra investigación.

José Ricardo Gonzabay Reyes.

Dios todo poderoso que sabes mis batallas, quiero agradecerte por la vida y la salud, a la institución UPSE también quiero extender mis agradecimientos, en ella no solo me formé profesionalmente, también conocí a mi esposa Amy Trávez que a sido importante en mi vida y mi motor para seguir adelante al darme la luz de mis ojos mi hija Emma Orrala, también quiero agradecer a mis padres, hermanos y familiares, a los docentes que me impartieron sus conocimiento académicos mi tutor de tesis Dr. Arturo Clery por el tiempo dedicado en este proceso.

Jordy Didier Orrala Moreira.

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 25 de noviembre de 2024

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
Directora de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la carrera de Comunicación, informo a usted que el (la) estudiante **Orrala Moreira Jordy Didier** con cédula de identidad No **2450785759** y **Gonzabay Reyes José Ricardo** con cédula de identidad No **0928020973** han cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“La desinformación en la plataforma Tik Tok y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del/la autor(a), cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

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

Atentamente,

**ARTURO GUILLERMO
CLERY AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN): cn=ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE,

serialNumber=0910759851-020224004 204, ou=ENTIDAD
DECERTIFICACION DE INFORMACION, o=SECURITY
DATA

S.A. 2, c=EC

Fecha: 2024.10.22 22:03:05 -05'00'

Versión de Adobe Acrobat Reader:

Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.

DOCENTE TUTOR

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Lcda. Susana Molina, Mgtr./Ph.D.
**DIRECTORA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



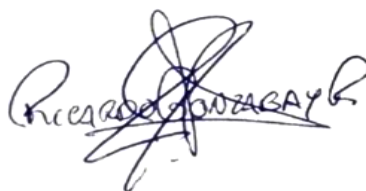
Lcda. Vilma García, Mgtr.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Ab. Arturo Clery, Mgtr./Ph.D.
**DOCENTE TUTOR DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lcdo. Peter Santa María Romero,
Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

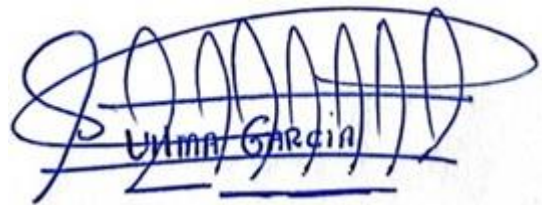


Gonzabay Reyes José Ricardo
ESTUDIANTE

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Lcda. Susana Molina, Mgtr./Ph.D.
**DIRECTORA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



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



Ab. Arturo Clery, Mgtr./Ph.D.
**DOCENTE TUTOR(A) DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lcdo. Peter Santa María Romero,
Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Orrala Moreira Jordy Didier
ESTUDIANTE

La desinformación en la plataforma Tik Tok y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad, año 2024

Gonzabay Reyes José Ricardo

Código Orcid: 0000-0002-7774-7298

Orrala Moreira Jordy Didier

Código Orcid: 0000-0003-2344-6198

Universidad Estatal Península de Santa Elena - Carrera de Comunicación

RESUMEN

En el presente proyecto de investigación “La desinformación en la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024” tiene como objetivo analizar el impacto de la desinformación en la plataforma *Tik Tok* para medir su relación con los niveles de alfabetización mediática en los jóvenes entre 16 a 20 años de edad. La metodología utilizada se desarrolló a través de un enfoque mixto en el que se aplicó las técnicas de encuestas, entrevista y lista de cotejo, teniendo una muestra de 100 personas (habitantes) del barrio Jaime Roldos del cantón La Libertad mediante un muestreo no probabilístico intencional. Los resultados expuestos expresan la importancia de la alfabetización mediática dentro del conocimiento de los usuarios con el fin de contrarrestar la desinformación expuesta en las redes sociales.

Palabras clave: *difusión, participación, audiencia, alfabetización, desinformación, infoxicación.*

Disinformation on the Tik Tok platform and media literacy in the canton of La Libertad in
2024

Gonzabay Reyes José Ricardo

Código Orcid: 0000-0002-7774-7298

Orrala Moreira Jordy Didier

Código Orcid: 0000-0003-2344-6198

Universidad Estatal Península de Santa Elena - Carrera de Comunicación

ABSTRACT

In the present research project "Disinformation on the Tik Tok platform and media literacy in the La Libertad canton in the year 2024" aiming to analyze the impact of disinformation on the Tik Tok platform to measure its relationship with the media literacy levels of young people from 16 to 20 years old. The methodology used was developed through a mixed approach in which survey, interview and checklist techniques were applied, having a sample of 100 people (inhabitants) of the Jaime Roldos neighborhood of the La Libertad canton through an intentional non-probabilistic sampling. The results presented express the importance of media literacy within the knowledge of users in order to counteract the disinformation exposed on social networks.

Key words: dissemination, participation, audience, literacy, disinformation, infoxication.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación comienza definiendo el problema que se va a investigar. La desinformación y la falta de alfabetización mediática en la plataforma *Tik Tok* en el cantón La Libertad, específicamente en el barrio Jaime Roldos. Es necesario examinar cómo la alfabetización mediática constituye a la desinformación y a su difusión, así como la intención y los medios que influyen en la información errónea. Los objetivos de este estudio se centran en analizar la relación entre la desinformación y la alfabetización mediática, especialmente entre los usuarios que tengan 16 a 20 años de edad.

Así mismo, en el capítulo dos se encontrarán definiciones y características de la variable dependiente e independiente para fundamentar el trabajo de investigación. Para entender mejor el suceso de la desinformación en la plataforma *Tik Tok*, exploramos los conceptos de desinformación, infoxicación y análisis de contenido. Se considera las dimensiones e indicadores de las dos variables, así como la envergadura de identificar información falsa, para mejorar la alfabetización mediática de la audiencia.

En el capítulo tres una vez analizado el documento aplicamos una metodología mixta, la cual se apoya en las técnicas y de los instrumentos cualitativos y cuantitativos para obtener información y luego para su posterior análisis y discusión lo que va a permitir constatar la información antes mencionada.

Finalmente, en el capítulo cuatro se analizan los resultados de la muestra seleccionada. Examinando la percepción de los jóvenes usuarios de *Tik Tok* a través de la desinformación, la efectividad de los procesos de verificación de datos y la importancia de la alfabetización mediática. Se brindan conclusiones y recomendaciones basadas en los hallazgos para aumentar la conciencia sobre la importancia de identificar información auténtica en entornos digitales como *Tik Tok*.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Este trabajo pretende investigar la relación entre la desinformación en la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad, año 2024. La percepción de información falsa o desinformación puede tener un efecto profundo en la sociedad. Se llevará a cabo un estudio de recopilación de información a usuarios jóvenes de *Tik Tok* que habiten dentro del cantón La Libertad específicamente del barrio Jaime Roldos, se analizará el contenido utilizando técnicas de análisis cuantitativo y cualitativo como encuestas, entrevista y ficha de observación para medir el nivel de desinformación, así mismo, técnicas estadísticas para analizar los datos recopilados y evaluar las relaciones entre la exposición a la desinformación, los niveles de alfabetización mediática y el impacto en la comunidad.

1.1. Antecedentes del problema de investigación

A continuación, se presentará sustento científico sobre la variable planteada.

La desinformación se ha convertido en un fenómeno cada vez más frecuente en nuestra sociedad moderna, según Valverde y Gonzales (2022) afirman que:

“La desinformación es un fenómeno en expansión debido a la infosaturación, es decir, a la sobrecarga de información que impide que las personas tomen decisiones racionales. También es favorecida por el auge de la banalización de la información, que persigue captar el interés de la audiencia a través de contenidos intrascendentes.”

La desinformación se expande debido a la saturación de información, que genera dificultad al tomar decisiones racionales. Además, la tendencia a banalizar la información, buscando captar la atención del público con contenido superficial, agravando este problema, lo que impide que los usuarios de las diferentes plataformas donde se emite información no tengan una comprensión adecuada de asuntos serios y complejos.

En el artículo titulado “La era de la desinformación y de las noticias falsas en el ambiente político ecuatoriano de transición”, Durán y Tusa (2019) afirman que “La desinformación busca el beneficio de la misma persona que genera la noticia falsa, ya sea para respaldar o para agredir a alguien en específico. Por ello es necesario la reindicación de la alfabetización mediática”. Las intenciones de la desinformación según los autores nos reflejan que se puede dar con fines de perjudicar a alguien. Esto denota que las creaciones de las noticias falsas mantienen una intención de manipulación con el fin de obtener un beneficio específico, lo que afecta la percepción pública y posteriormente logra distorsionar la realidad.

El concepto de desinformación, Ireton y Possetti (2023) definen que “La desinformación llamada información falsa, la persona que lo compartió sabía que era falso. Fue una mentira deliberada, y señala que las personas están siendo engañadas activamente por actores maliciosos”. La desinformación se basa en la difusión deliberada de información falsa que el creador de noticia es consciente de la no veracidad de la misma., la manipulación intencional por parte de un individuo con objetivos maliciosos que llegan a causar una manipulación engañosa hacia la audiencia.

A continuación, se redacta sustento científico de la segunda variable.

La alfabetización mediática es parte de los derechos fundamentales y universales de todos, la libertad de expresión y el derecho a la información cumplen su función de construir y proteger la democracia. Fedorov (2011) define que “permite que las personas adquieran conocimientos sobre los medios de comunicación utilizados en su sociedad y sobre el modo en que operan, y también el aprendizaje de ciertas herramientas que permitan el uso de estos medios para comunicarse con otros”. La alfabetización mediática ayuda a entender cómo funcionan los medios y les proporciona habilidades necesarias para interactuar efectivamente en su entorno mejorando la capacidad crítica de la sociedad frente a la información receptada, facilitando la creación de contenido fomentando la participación activa en la sociedad.

La alfabetización digital se refiere a la capacidad de un individuo para comprender y utilizar los recursos informáticos. Es decir, saber utilizar dispositivos digitales, software y el propio internet, el uso de herramientas digitales y cómo las próximas generaciones tendrían que alfabetizarse en este mundo, Sánchez et al. (2019) definen que:

“La alfabetización digital se enfoca en aspectos más amplios ligados con el aprendizaje utilizando tecnologías digitales, las cuales constan de varias destrezas y contenidos relacionados con el uso de computadores, dispositivos móviles e Internet, permitiendo que las personas se comuniquen y compartan información mediante el uso de redes sociales (Facebook y Twitter), herramientas colaborativas (Google Drive y Moodle), Blogs (Wordpress y Blogger) y Wikis (Wikispace)”.

La alfabetización digital es esencial para la sociedad porque es una herramienta de conocimiento que promueve la participación pública. Esto incluye no sólo saber cómo operar dispositivos y software, sino también cómo usarlos de manera efectiva para obtener información.

La alfabetización digital se entiende hoy en día como un medio de identificación,

comprensión, interpretación, creación y comunicación en un mundo cada vez más digitalizado, basado en textos, rico en información y en rápida mutación, García (2017) mencionan que “La alfabetización digital incluye tener conocimiento de diversas fuentes de información digitales, criterios éticos para hacer uso de la información y tenencia de dispositivos, entre otros elementos”. Estos principios comprenden un grupo de habilidades que facilitan a los usuarios una interacción eficaz en un ambiente digital. En este mundo digital, las competencias adquiridas mediante la alfabetización digital resultan fundamentales para una navegación efectiva y significativa.

1.2. Formulación del problema de investigación

¿Cómo se relaciona la desinformación en la plataforma *Tik Tok* con los niveles de alfabetización mediática en el cantón La Libertad durante el año 2024, con el propósito de identificar estrategias efectivas para contrarrestar la difusión de información engañosa y fomentar la alfabetización mediática en la sociedad?

1.3. Preguntas de investigación

- ¿Qué temas de desinformación son los más relevantes en la plataforma *Tik Tok* que afectan al cantón La Libertad en el año 2024?
- ¿Cómo se determina el nivel de alfabetización mediática en los jóvenes de 16 a 20 años del cantón La Libertad que son usuarios de *TikTok* en el año 2024?
- ¿Por qué es importante que los jóvenes de 16 a 20 años desarrollen habilidades de alfabetización mediática para evitar la desinformación en la plataforma *Tik Tok*?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

- Analizar el impacto de la desinformación en la plataforma *Tik Tok* para medir su relación con los niveles de alfabetización mediática del cantón La Libertad en el año 2024.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar los principales temas de desinformación en la plataforma *Tik Tok* que afectan al cantón La Libertad durante el año 2024.
- Determinar el nivel de alfabetización mediática en los jóvenes en un rango de edad de 16 a 20 años usuarios de la plataforma *Tik Tok*.
- Analizar la alfabetización mediática en los jóvenes de 16 a 20 años como herramienta para evitar la desinformación en la plataforma *Tik Tok*.

1.5. Justificación de la investigación

La desinformación se ha convertido en un acontecimiento que amenaza la información y la confianza de las plataformas digitales de *Tik Tok* y a la sociedad en general. Dado este problema, es muy importante abordarlo desde una perspectiva de alfabetización mediática.

La alfabetización mediática es la capacidad de discernir y educar a los jóvenes en un mundo donde la información circula constantemente y se difunde con rapidez, esta se vuelve esencial como oportunidad para desarrollar capacidades para distinguir entre información falsa y verdadera.

El fin de este proyecto es abordar la desinformación en las plataformas de *Tik Tok* mediante el fortalecimiento de la alfabetización mediática en la sociedad. Al educar a los jóvenes sobre cómo identificar fuentes confiables, verificar la información y la intención de la desinformación.

El proyecto busca promover una cultura de responsabilidad en los jóvenes con el consumo de información. Fomentar su participación con un pensamiento desarrollado en

base a la alfabetización mediática. Fortaleciendo la democracia y protegiendo la integridad de la información, lo que también contribuye a una sociedad más informada, consiente y resistente frente a la manipulación mediática.

1.6. Hipótesis

- Los jóvenes del cantón La Libertad con mayores niveles de alfabetización mediática serán menos propensos a ser engañados por la desinformación que se suele general en la plataforma *TikTok*.

1.7. Variables

1.7.1. Desinformación

La desinformación es un desafío creciente en la era digital, Valverde y González (2022) la definen como “Información falsa, que se crea y difunde deliberadamente para generar daño, confundir y tergiversar”. Con esta definición se entiende que la desinformación es la fabricación y difusión intencional de información falsa que tiene el propósito de causar daño, sembrando confusión y distorsionando la realidad de los usuarios que reciben la información, la sobreabundancia de información, la manipulación de contenidos son elementos que contribuyen a su propagación.

La desinformación se ha incrementado debido a la saturación de información que dificulta la capacidad de las personas al disentir la veracidad de la misma. Por ello, Aguaded y Romero (2015) sostienen que:

“El riesgo de la desinformación en Internet, en especial en las redes sociales, subyace en la propia interactividad y permeabilidad del trinomio receptor-productor-difusor de contenidos –prosumo– con el que está compuesta la información en línea, siendo casi imposible para aquellos carentes de suficientes niveles de competencia digital, informacional y comunicativa, distinguir entre información, rumores y desinformación”.

La desinformación en redes sociales ha provocado una intensa polémica originada por la naturaleza interactiva y bidireccional de estos medios de comunicación. No solo los usuarios obtienen información, sino que también la producen y la difunden, parte de la complejidad que existen en estos casos es la no verificación de contenidos.

1.7.2. Alfabetización mediática

En el artículo titulado Desinformación y multialfabetización: Una revisión sistemática de la literatura, hablan de la alfabetización mediática, Valverde et al. (2022) definen como “la capacidad de un ciudadano para acceder, comprender, analizar y evaluar la información de los medios, así como producir información para un propósito específico, en diversos formatos (imagen, sonido, texto)”. Esta definición nos permite entender que es fundamental para los ciudadanos porque les permite interactuar de forma informada, convertirse en auténticos críticos de la información que reciben y responder a los diferentes tipos de información disponible en línea. Procesamiento creativo de contenidos con el objetivo de convertirse en un individuo que haga una contribución efectiva a la sociedad de la información.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual

2.1.1. Desinformación

La desinformación es un desafío creciente en la era digital, Valverde et al. (2022) la definen como “Información falsa, que se crea y difunde deliberadamente para generar daño, confundir y tergiversar”. La información errónea se fabrica con intencionalidad de causar daño y confusión, facilitada por la saturación de contenido y falta de criterio al informarse.

Esta definición es extraída del artículo titulado: La desinformación: concepto y perspectivas en el que Olmo y Romero (2019) definen como “La difusión intencionada de información no rigurosa que busca minar la confianza pública, distorsionar los hechos, transmitir una determinada forma de percibir la realidad y explotar vulnerabilidades con el objetivo de desestabilizar”. El principal efecto de la desinformación en los usuarios es la confusión, es afectada por los contenidos expuestos en los medios digitales dividiendo opiniones y debilitando la cohesión social.

La desinformación busca desestabilizar y manipular la realidad, existen características que reflejan este término, Gamir y Tarullo (2022) mencionan que:

“La creación deliberada de historias falsas -que se distribuyen intencionadamente con fines tanto económicos como políticos-; de información incorrecta -que puede ser propagada, pero sin que medie ninguna intención política ni económica en la compartición de esta; y de información políticamente sesgada e hiperpartidista -presentada con el fin de enfervorizar a los propios y convencer a los indecisos-. En la mayoría de las situaciones antes expuestas, hay una búsqueda de desorden, incluso caos y desestabilización para un interés particular”.

Se puede denotar aquellas causas que genera la desinformación, socavando la calidad de información y generando una fragmentación social que desarrolla un desorden causado por los usuarios que manejan estas narrativas buscando un beneficio hacia sus intereses y la estabilidad colectiva.

2.1.2. Alfabetización mediática

La alfabetización mediática se centra en la capacitación hacia los usuarios al interactuar de manera crítica con la información expuesta en los medios, Cucarella y Fuster (2022) definen que:

“La alfabetización mediática es el proceso de aprendizaje de habilidades y

capacidades técnicas, cognitivas, sociales, cívicas y éticas para analizar los contenidos de forma más crítica y desarrollar una postura activa ante ellos. Ser capaces, ante un contenido, de aprender a plantear las preguntas correctas sobre lo que se está viendo, leyendo o escuchando”.

La alfabetización mediática busca empoderar a las personas para que cuestionen lo que reciben y sean capaces de producir contenido informado y significativo según necesidades específicas. En última instancia, promueve ciudadanos informados y autónomos, fundamentales para una participación consciente y reflexiva en la sociedad contemporánea.

El concepto de alfabetización mediática es extraído del artículo titulado: Alfabetización mediática en el mundo, donde Federov (2011) menciona que:

“El proceso de desarrollo de la personalidad influida por los medios y que se produce en base al material producido por estos, que tiene por finalidad modular la cultura de interacción con los medios, el desarrollo de habilidades creativas y comunicativas, el pensamiento crítico, la percepción, interpretación, análisis y evaluación de material mediático y la enseñanza de distintas formas de expresión personal con el uso de la tecnología mediática”.

Esta herramienta sirve como competente hacia la desinformación dándole a la sociedad la capacidad de evaluar la veracidad y relevancia de la información receptada, empoderando a la ciudadanía al promover la formación de opiniones críticas con una visión coherente y fundamentada sobre la realidad, dando como resulta el discernimiento de información válida y la desinformación.

2.2. Fundamentación teórica y conceptual

2.2.1 Infoxicación

En el artículo titulado: Infoxicación e impacto en la sociedad, Avendaño y Gaitán (2022) definen como:

“Toda la posible sobrecarga de información que se puede presentar al tener relación con diferentes medios digitales, todo a través de las grandes magnitudes de información proveniente de la interacción de cada persona con las tecnologías de la

información y las comunicaciones (TIC), su crecimiento acelerado, y así mismo como la expansión de Internet”.

Cuando existe mucha información en la web es difícil procesar y discernir la información relevante, ya que la sobrecarga de información y su expansión en plataformas digitales, es por eso que la utilización de la alfabetización mediática ayudaría a desarrollar habilidades que permiten navegar efectivamente en un entorno muy saturado como es el internet.

Aseguran que la infoxicación posee varias características, según Gil y Ramón (2021) argumentan que:

“La infoxicación es, en parte, una consecuencia de la falta de atención crítica hacia el entorno y de una acusada pereza intelectual. Hoy en día, la lectura pausada, la interpretación crítica o incluso el esfuerzo de comprensión que requiere enfrentarse a un texto, son elementos incompatibles con la rapidez que exige la viralización, la instantaneidad demandada por las redes sociales, el creer necesaria la multiconexión y, se podría decir, «lo inmensamente global» de la globalización”.

La sociedad tiende a enfrentarse a información sin verificar por la rapidez que exige la viralización, esto causa que los usuarios tengan poca interpretación crítica y que queden atrapados en un sinfín de contenido.

2.2.2. Tipos de desinformación

En el artículo titulado “Desinformación, bulos, curación y verificación. Revisión de estudios en Iberoamérica 2017-2020”, Guallar et al. (2024) mencionan que “Existirían tres grandes tipos de contenidos que producen desinformación: los contenidos falsos, los inexactos y los engañosos”. La desinformación se presenta de diferentes maneras en las que resalta el discernimiento crítico que influyen en decisiones importantes de los ciudadanos, la mejor opción para contrarrestar este acontecimiento sería desarrollar habilidades que permitan identificarla y eliminarla.

Los tipos de desinformación posee varias características; Guallar et al. (2024) deducen como:

“Causar un daño público, o bien producir unos beneficios particulares, o bien engañar

o alterar la percepción de las personas e influir en su comportamiento (o varias de estas cosas a la vez). Habría por tanto una intencionalidad determinada, de manera que esa manipulación, falsificación, o transformación (en diversos grados o de distintas maneras), de la realidad, son instrumentos para conseguir los fines de causar daño, de obtener beneficios o de influir en el comportamiento de las personas, unos fines que usualmente se ocultan y permanecen invisibles o al menos no se explicitan para el público destinatario”.

Las características expuestas anteriormente distinguen en una intención que es alterar el punto de vista de las personas, buscan perjudicar a la sociedad, incluso favoreciendo intereses particulares. Esto conlleva un impacto considerable en la conducta de los usuarios, los propósitos mayormente se mantienen encubiertas, lo que complica que el público detecte el engaño.

2.2.3. Frecuencia de exposición

En el artículo titulado “Desinformación= Disinformation”, Sánchez y Magallón (2023), mencionan que “La circulación de informaciones falsas, no veraces o engañosas condicionan las opiniones, actitudes y comportamientos de la ciudadanía”. El exponerse repetidamente a contenido engañoso pueden internalizar creencias erróneas, lo que influye en su comportamiento y decisiones cotidianas. La desinformación crea confusión y desinforma sobre temas críticos, por lo tanto, es importante que la ciudadanía tenga un aprendizaje en verificación de información y pensamiento crítico.

Existen características que surgen de la frecuencia de exposición de desinformación Magallón (2023) menciona que:

“Esta tendencia se acrecienta cuando la velocidad de los procesos y sus vínculos y dependencias con las tecnologías de la información se multiplican y en situaciones excepcionales en las que la demanda informativa y la incertidumbre se multiplican. Las pandemias, catástrofes naturales o los conflictos bélicos son ejemplos característicos del aumento de intensidad informativa y sus correspondientes escenarios de incertidumbre, miedo y desinformación”.

La velocidad de los procesos informativos y la dependencia de las tecnologías son altas, sobre todo en situaciones que generan una ola de información que lleva a las personas a aceptarla sin cuestionarse si es real o no aquello que han leído o visto, por lo tanto, estos sucesos requieren atención y análisis de los medios que emiten información.

2.2.4. Análisis de contenidos

En el artículo titulado “Veracidad de las noticias en las redes sociales (facebook) en el contexto del covid19 – Ecuador periodo marzo-agosto 2020”, Chamba (2022) menciona que:

“Es necesario comprobar la veracidad de dicha información ya que muchas de las veces las noticias son falsas o también llamadas *fake news* han alcanzado a un nivel extenso, estas plataformas actualmente facilitan la transmisión de las noticias demostrando una apariencia veraz, perjudicando de manera colectiva, teniendo como consecuencia una opinión pública de esta forma se rompen los principios básicos al derecho de recibir una información objetiva que goza la sociedad”.

Las noticias expuestas en redes sociales representan una amenaza significativa ya que debido a su apariencia de veracidad llegan a causar confusión que atenta contra el derecho básico de la sociedad a acceder a información objetiva, es por eso que se requiere la fomentación de la alfabetización mediática que ayudara a mejorar la capacidad crítica de los usuarios frente a la información que consumen.

Se distinguen características del análisis de contenido en el artículo “¿Informar o desinformar? El poder comunicacional de las redes sociales” donde Urgilés et al. (2022) mencionaron que “Los criterios para que la información de un sitio web reconsidere válido, donde buscar y cómo buscar son: actualidad, autoridad, exactitud, objetividad y cobertura”. Estas características subrayan la naturaleza precisa y estructurada del análisis de contenido como una herramienta valiosa para la verificación del contenido receptado.

2.2.5. Fact Checking

En el artículo de la revista titulada “Los hechos son sagrados. El fact-checker y la importancia del periodismo”, Fole (2012) determina que “Se trata de un filtro que garantiza que los textos periodísticos están contrastados a partir de fuentes fiables, documentos oficiales y resultados de investigaciones solventes, en un momento en el que la profesión periodística está lastrada por la precariedad laboral”. El fact-checking emerge como una herramienta esencial para promover la precisión y la confianza en la información que consumimos.

En el artículo titulado “Desinformación online y fact-checking en entornos de polarización social: El periodismo de verificación de Colombiacheck, La Silla Vacía y AFP

durante la huelga nacional del 21N en Colombia” se da a conocer las características del Fact checking, Rodríguez (2021), describe que:

“Vela por el compromiso de no tomar partido y ser balanceado, asumir una política de correcciones abierta y honesta en caso de ser necesario, así como garantizar la transparencia en las fuentes informativas, la transparencia en la financiación, en el modelo organizativo y en el proceso metodológico de investigación periodística”.

Estas prácticas reflejan un compromiso sólido con los principios fundamentales del periodismo, contribuyendo a fortalecer su función crucial en la sociedad como un pilar de la democracia y un guardián de la verdad.

2.2.6. Información mediática

En referencia al artículo “La era de la información. Economía, sociedad y cultura”, Castells (1996) define que “La información mediática hace referencia al material informativo que se propaga a través de los medios de comunicación, tales como la televisión, la radio, la prensa e internet. Este concepto engloba una diversidad de contenidos, que van desde noticias y reportajes hasta punto de vista y análisis”. La información mediática se refiere a contenido informativo que se difunde a través de medios de comunicación, abarcando varios tipos de contenidos entre noticias y reportajes.

En el artículo antes mencionado se pudo extraer características de la información mediática, Castells (1996) menciona que “La generación y propagación de contenidos informativos mediante medios de comunicación, que pueden impactar en la opinión pública y en como la sociedad percibe la realidad”. Los medios de comunicación tienen un impacto directo en como la sociedad interpreta la realidad siendo ellos los que crean y difunden la información. Los medios tienen la obligación de garantizar que la información sea imparcial y ética, así mismo, los usuarios también deberían ser críticos durante a la información emitida.

2.2.7. Alfabetización digital

La alfabetización digital la define Gutiérrez (2003) como “La capacidad de comprender y utilizar la información de fuentes diversas y múltiples formatos, cuando se presenta a través del ordenador”. Es importante la definición que este autor ya que refleja la alfabetización digital en su estudio no solo porque gira alrededor de un ordenador o internet sino porque muestra imágenes, sonido y videos.

En la investigación realizada se asegura que la información mediática posee varias características. Gutiérrez (2003) menciona “la mayor parte está dedicada a analizar las estrategias para evaluar el contenido de lo que se puede encontrar en la Red, para verificar su autenticidad y relacionarla con otras fuentes de información”. Se sugiere un enfoque significativo en la alfabetización mediática y la capacidad crítica en el entorno digital.

2.2.8. Reflexión crítica

A continuación, se indagará sobre el concepto de la reflexión crítica. Nichole (2014) la define como “Un ejercicio de análisis de las ideas y la organización de un texto, recurso o actividad que nos permite contrastar las opiniones ajenas con las propias”. La reflexión crítica no es solo entender diferentes perspectivas, sino también cuestionar y validar las propias opiniones a través de la comparación con las de otros.

En un estudio investigativo titulado “Comentario o reflexión crítica” se hallan varias características, Nichole (2014) menciona que :

“Si es un texto, determina su tipología: literario, científico, periodístico, humanístico; narrativo, descriptivo, argumentativo, entre otros. Comenta el tipo de organización y la estructura: de lo general a lo particular o viceversa; esquema deductivo o inductivo, lineal, circular o en espiral”.

Si se trata de una actividad o recurso, puedes analizar la organización de esta, el manejo del tiempo. Sustenta con evidencia los ejemplos que utilices. Exprésate con claridad y evita los comentarios superfluos.

2.2.9. La audiencia activa

Citando el artículo “Las “audiencias activas” y su impacto en las rutinas profesionales del periodismo chileno”, Gutiérrez y Pacheco (2011) definen “El despertar de la audiencia o activación de la audiencia, es decir, la superación de su concepto pasivo, entendiéndola ahora como un ente en extrema participativo, potenciado aún más gracias al auge tecnológico y las herramientas asociadas”. La audiencia activa se refiere al público que llega a interactuar con los medios de comunicación, siendo participes en opiniones, comentarios, generando contenido gracias a las herramientas que contiene la web.

Cualquier individuo puede contribuir y tener una voz en la esfera pública, en un estudio consultado se plantean varias características. Gutiérrez y Pacheco (2011) mencionan

que “Las audiencias no solo consumen contenido mediático, sino que también lo crean y comparten. Esto incluye la producción de videos, blogs, podcasts y publicaciones en redes sociales”. Las audiencias modernas no se limitan únicamente a consumir contenido mediático de manera pasiva. Más bien, también juegan un papel activo en la creación y difusión de contenido.

2.2.10. Impacto de los medios

Los medios de comunicación tienen como propósito principal la transmisión de información de manera objetiva. Perioncely (2022) afirma que “El impacto de los medios en la sociedad ayuda a mantener informada a una sociedad globalizada, sabiendo en cada momento que está pasando en el mundo”. Los medios son instrumentos importantes ya que permiten establecer una comunicación rápida e inmediata.

Los medios de comunicación tienen la responsabilidad de comunicar de manera objetiva. La manera en que cumplen con este objetivo puede variar significativamente según su enfoque ideológico. Perioncely (2022) menciona que “el propósito principal de los medios de comunicación es, precisamente, comunicar con objetividad, pero según su tipo de ideología pueden especializarse en: informar, educar, transmitir, entretener, formar opinión, enseñar, controlar”. Esta característica planteada por Tufekci hace realce al hecho de la posibilidad que muchas relaciones personales se mantengan unidas.

2.3. Marco Legal

Según la UNESCO en su manual de educación y capacitación en periodismo, Cherilyn y Posetti (2020) señala que:

Es importante distinguir los mensajes verdaderos de los que son falsos, pero también aquellos que son verdaderos (y aquellos mensajes con algo de verdad) pero que son creados, producidos o distribuidos por “agentes” con la intención de dañar, en vez de servir, al interés público. Tal información maliciosa-como información verdadera que viola la privacidad de unas personas sin justificación de interés públicos-va en contra de los estándares y la ética del periodismo.

La Organización de los Estados Americanos en cuanto a la desinformación mediante la declaración conjunta sobre libertad de expresión y “noticias falsas” desinformación y propagación, OEA: Organización de los Estados Americanos (2017) determina que:

Las prohibiciones generales de difusión de información basadas en conceptos imprecisos u ambiguos, incluidos “noticias falsas” (*fake news*) o “información no objetiva”, son incompatible con los estándares internacionales sobre restricciones a la libertad de expresión.

Art.18 en la constitución de la república del ecuador en referencia a la desinformación menciona que:

Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derechos a: 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, con responsabilidad ulterior (Constitución de la República Del Ecuador, 2008).

Según la UNESCO en su manual de educación y capacitación en periodismo: Modulo 4 titulado combatiendo la desinformación y la información errónea a través de la alfabetización mediática informacional (AMI), Cherilyn y Posetti (2020) menciona que:

Los usuarios de las noticias necesitan en general, una sofisticada alfabetización mediática e información, pero también cierto grado de comprensión filosófica. Por ejemplo, deberían comprender que la noticias autentica no constituye la “la verdad” completa (que es algo a lo que solo podemos aproximarnos en la interacción humanas entre unos y otros a través del tiempo).

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

En la presente investigación se utilizará un método mixto, esto nos ayudará a tener un análisis más amplio de los resultados.

A través de un enfoque cuantitativo se recogerá datos mediante una encuesta a la muestra en cuestión, también se analizará la relación que tenga con las variables planteadas.

Los métodos cualitativos mejoran la comprensión de las experiencias y perspectivas de los participantes. Para ellos, realizaremos entrevistas que nos permitirán explorar en profundidad los motivos detrás de los comportamientos y actitudes reflejados en el análisis cuantitativo.

Al relacionar ambos enfoques, podemos medir el fenómeno que estamos investigando, también comprender el “por qué” y el “cómo” detrás de los datos. Esto favorecerá el análisis y nos permitirá realizar conclusiones y recomendaciones más sólidas y contextualizadas en nuestra investigación.

3.2. Tipo de investigación

El objetivo principal de este trabajo es un diseño descriptivo, que pretende observar y definir con precisión las características del problema en el estudio sin manipular las variables. Este tipo de investigación es fundamental a la hora de buscar lecturas específicas sobre este tema.

Se aplicará este enfoque para recopilar datos sobre el tema “La desinformación en la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización mediática en el Cantón La Libertad año 2024”, centrándonos en definir y describir las particularidades y comportamientos que lo rodean. Para ello, se empleará técnicas como encuestas y entrevistas. Estas herramientas nos permitirán obtener información precisa sobre las variables de interés y, a la vez, identificar los patrones que puedan surgir en la población o el contexto bajo estudio.

Este enfoque no busca explicar relaciones causales, sino ofrecer una “instantánea” del fenómeno tal y como se manifiesta en un momento dado. Al final de esta investigación

se espera haber logrado una descripción exhaustiva de “La desinformación en la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización mediática en el Cantón La Libertad año 2024” lo cual contribuirá a un mayor entendimiento de este, y brindará una base sólida para que futuras investigaciones puedan explorar hipótesis más profunda o estudios experimentales.

3.3. Diseño de investigación

Este estudio pretende un enfoque no experimental lo que significa que no manipularemos las variables de estudio. En este tipo de diseño se enfocará en observar los sucesos naturales sin introducir cambios ni intervenciones. Este método es útil cuando disponemos de poca información o la muestra es pequeña.

Se analizará la relación entre dos variables relevantes para ver cómo funcionan en un contexto similar. Se recolectará la información de antecedentes mediante el uso de instrumentos como cuestionarios, entrevistas y ficha de observación

Al concluir este estudio con los datos recolectados, se anticipa una comprensión exacta de las variables, brindando un fundamente sólido para asistir en investigaciones futuras.

3.4. Alcance de investigación

La investigación examinada cómo y por qué se propagan falsedades en la plataforma. Además, el proyecto examinara la variedad de contenidos difundido en *Tik Tok*, y el efecto de la desinformación. El propósito de este estudio es sensibilizar a los usuarios de la plataforma acerca de la relevancia de la alfabetización en medios para reconocer y atenuar el efecto de la desinformación en su cotidianidad.

Los beneficiarios de este estudio serán los usuarios jóvenes de 16 a 20 años del barrio Jaime Roldós, ya que, se logrará una visión clara de cómo la desinformación se propaga en esta plataforma y su repercusión en la sociedad.

3.5. Operacionalización de las variables

TÍTULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS CUALITATIVA	VARIABLES CATEGÓRICAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
La desinformación en la plataforma <i>TikTok</i> y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024	¿Cómo se relaciona la desinformación en la plataforma <i>TikTok</i> con los niveles de alfabetización mediática en el cantón La Libertad durante el año 2024, con el propósito de identificar estrategias efectivas para contrarrestar la difusión de información engañosa y fomentar la alfabetización mediática en la sociedad?	<p>General:</p> <p>Analizar el impacto de la desinformación en la plataforma <i>TikTok</i> para medir su relación con los niveles de alfabetización mediática del cantón La Libertad en el año 2024.</p> <p>Específicos:</p> <p>-Identificar los principales temas de desinformación en la plataforma <i>TikTok</i> que afectan al cantón La Libertad</p>	Los jóvenes del cantón La Libertad con mayores niveles de alfabetización mediática serán menos propensos a ser engañados por la desinformación que se suele general en la plataforma <i>TikTok</i> ..	Desinformación	“La difusión intencionada de información no rigurosa que busca minar la confianza pública, distorsionar los hechos, transmitir una determinada forma de percibir la realidad y explotar vulnerabilidades con el objetivo de desestabilizar”. (Olmo y Romero, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Infoxicación 2. Tipos de desinformación 3. Medios de difusión 4. Frecuencia de exposición 5. Fuente de información 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Percepción de la sobrecarga de información 2. Clasificación de desinformación 3. Identificación de los mensajes 4. Tiempo promedio dedicado a la red social 5. Evaluación de la credibilidad de la fuente 	<p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p> <p>Ficha de cotejo</p>	<p>Cuestionario: Escala de Likert</p> <p>Guía de preguntas</p>

		<p>durante el año 2024.</p> <p>-Determinar el nivel de alfabetización mediática en los jóvenes en un rango de edad de 16 a 20 años usuarios de la plataforma <i>Tik Tok</i>.</p> <p>-Analizar la alfabetización mediática en los jóvenes de 16 a 20 años como herramienta para evitar la desinformación en la plataforma <i>Tik Tok</i></p>		<p>Alfabetización mediática</p>	<p>“La alfabetización mediática es el proceso de aprendizaje de habilidades y capacidades técnicas, cognitivas, sociales, cívicas y éticas para analizar los contenidos de forma más crítica y desarrollar una postura activa ante ellos. Ser capaces, ante un contenido, de aprender a plantear las preguntas correctas sobre lo que se está viendo, leyendo o escuchando”. Cucarella y Fuster (2022)</p>	<p>1. Alfabetización digital</p> <p>2. Información mediática</p> <p>3. Reflexión crítica</p> <p>4. Audiencia activa</p> <p>5. Impacto de los Medios</p>	<p>1. Capacidad para identificar fuentes</p> <p>2. Nivel de confianza en el uso de herramientas</p> <p>3. Cuestionamiento de la veracidad de información</p> <p>4. Proporción de contenido creado y compartido</p> <p>5. Cambio de la opinión personal</p>		
--	--	---	--	---------------------------------	--	---	--	--	--

3.6. Población, muestra y periodo de estudio.

3.6.1. Población

La población nos ayudara a obtener información y sobre el cual se harán las generalizaciones del resultado de estudios, es muy importante definir claramente a la población que se le realizará el estudio. ya que, En el presente proyecto, la población a realizarle el estudio es a los habitantes del barrio Jaime Roldos de cantón La Libertad, que cuentan con 4.000 habitantes según información proporcionada por la Defensoría Comunitaria Barrial.

3.6.2. Muestra

La muestra es una parte de la población de estudio que sirve para la recopilación de información, ya que no se puede acceder a toda la población, siendo un extracto de la población en general y es en quienes recolectaremos datos para el estudio de este proyecto, para ellos se aplicara un método de muestreo no probabilístico, siendo esta técnica una de las más rápidas y económicas, apropiadas para generar hipótesis y estudios concluyentes.

3.6.3. Periodo de estudio

El periodo de estudio de este proyecto de investigación está comprendido en el periodo académico 2024-2 que dio inició el de 12 de agosto del 2024, durante este proceso se determinaron días de plazo para cumplir las diferentes investigación, aplicación de instrumentos de investigación y posteriormente la recolección de resultados con la finalidad de fundamentar el trabajo de investigación, empezando con el planteamiento del problema de investigación, seguido del marco teórico y conceptual teniendo un plazo desde 09 al 20 de septiembre, siguiendo con el marco metodológico que fue realizado durante el 23 al 04 de octubre, el levantamiento de información y análisis de resultado se dieron desde 07 al 18 de octubre. Para la parte final de este trabajo se procedió al desarrollo de la discusión, conclusiones y recomendaciones del 21 al 15 de octubre, concluyendo con el resumen y la introducción que tuvo vigencia o plazo de entrega desde el 28 de octubre al 1 de noviembre.

3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información

3.7.1. Técnica de la encuesta

Una encuesta es un método para diseñar y aplicar cuestionarios a un grupo de personas para obtener información sobre las opiniones, preferencias y otros comportamientos de los encuestados. La encuestas se utiliza en este trabajo porque permite al investigador obtener datos valiosos, precisos y

representativos de una manera sencilla y organizada, lo que facilita la interpretación de resultados y conclusión bien mediatas y el desarrollo de recomendaciones.

3.7.2. Instrumento: el cuestionario

Una encuesta es un método consultivo para recopilar información, con el propósito de conocer la opinión de las personas sobre un tema en particular o de obtener más detalles acerca de un evento. Podemos estar seguros de que el propósito de la encuesta es obtener información representativa de una población utilizando una muestra seleccionada. Para lograrlo. Se desarrollará un instrumento que contiene preguntas específicas que los encuestados respondan en función de sus opiniones y experiencias. En este caso se utilizará un cuestionario de escala de Likert.

3.7.3. Técnica de la entrevista

La entrevista consiste en un intercambio de ideas a través de una conversación entre dos o más personas, donde todos los participantes tratan un tema específico. La recolección de información se basa en que el entrevistador plantea series de preguntas y el entrevistado proporciona respuestas. La entrevista puede realizarse de manera estructurada, semiestructurada o no estructurada, según el grado de control sobre las preguntas y respuestas. El instrumento que se utilizará es una guía de pregunta que se realizará a tres personas influyentes en el contexto de estudio.

3.7.4. Instrumento: guía de preguntas

Este recurso cualitativo sirve para recolectar información y datos, en este instrumento se incluye las preguntas necesarias para obtener datos precisos de la muestra. Es una herramienta empleada para que la información sea procesada de manera estructurada y ordenada.

3.7.5. Técnica de la observación

Este procedimiento que se empleará es un utensilio para registrar y sistematizar los eventos que se den específicamente en las páginas de estudio. En este formato se anotan detalles como el contexto y las acciones y cualquier otra información que se considere relevante. Es especialmente útil en investigaciones cualitativa, ya que permite captar la realidad tal como se presenta, sin influir en el comportamiento de los observados.

3.7.6. Instrumento: la lista de cotejo

Esta herramienta facilita la interpretación y el registro de relaciones con habilidades específicas. Este medio permite datos precisos de lugares o personas. En este tipo de trabajo es importante la utilización de la lista de cotejo ya que detalla eventos y criterios necesarios sobre una actividad.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Procesamiento de la información

La encuesta fue aplicada a 100 jóvenes que son parte de la muestra de la población que se ejecutó en el barrio Jaime Roldós del cantón La Libertad. Por ello, esta encuesta cuantitativa se ejecutó a través de la escala de Liker, con características de escala nominal. Se realizó de manera virtual mediante la plataforma de Google Forms. Además, los resultados obtenidos se manejaron con su respectivo gráfico, porcentaje y descripción dentro de la misma plataforma digital.

4.2. Análisis e interpretación de resultados

El análisis respectivo de las cifras y los resultados se presentarán de manera cuantitativa y cualitativa.

4.2.1. Análisis cuantitativos: la encuesta

Se muestran los resultados de la encuesta dirigida a 100 jóvenes entre 16 y 20 años, donde los encuestados mantienen las características comunes para aplicar el instrumento cuestionario; dicha técnica se ejecutó mediante un cuestionario de preguntas evaluado con la escala de Liker: 1) totalmente de acuerdo, 2) de acuerdo, 3) ni de acuerdo ni desacuerdo, 4) desacuerdo, 5) totalmente desacuerdo.

A continuación, se muestra la encuesta dirigida a los habitantes de la provincia de Santa Elena:

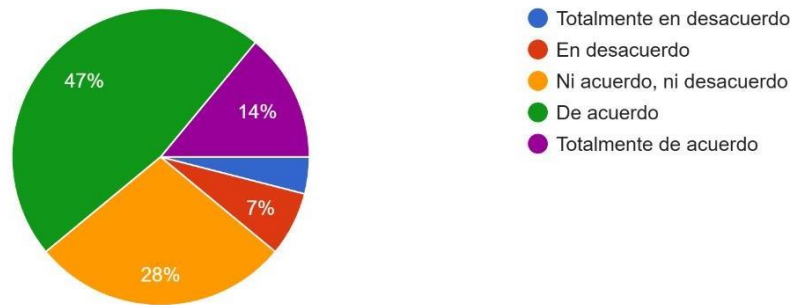
Tabla 1 ¿Tik Tok tiene contenido que conlleva a la desinformación?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	4%
En desacuerdo	7	7%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	28	28%
De acuerdo	47	47%
Totalmente de acuerdo	14	14%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Figura 1 ¿Tik Tok tiene contenido que conlleva a la desinformación?

¿Tik Tok tiene contenido que conlleva a la desinformación?
 100 respuestas



Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Análisis e interpretación

En los resultados de esta pregunta, el 7% respondió estar totalmente en desacuerdo, 8% en desacuerdo, 28% ni de acuerdo ni desacuerdo, 45% de acuerdo y por último 12% totalmente de acuerdo; con relación a que *Tik Tok* si conlleva a la desinformación.

Tabla 2 ¿Considera que Tik Tok no implementa medidas efectivas para reducir la difusión de desinformación en la plataforma?

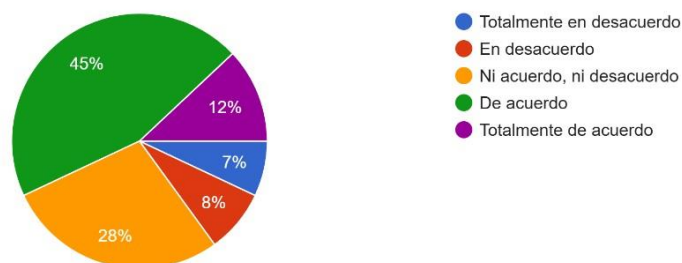
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	7	7%
En desacuerdo	8	8%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	28	28%
De acuerdo	45	45%
Totalmente de acuerdo	12	12%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Figura 2 ¿Considera que Tik Tok no implementa medidas efectivas para reducir la difusión de desinformación en la plataforma?

¿Considera que Tik Tok no implementa medidas efectivas para reducir la difusión de desinformación en la plataforma?

100 respuestas



Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Análisis e interpretación

Las estadísticas de esta pregunta tuvieron los siguientes resultados según la escala de Likert, donde el 7% de los jóvenes están totalmente en desacuerdo, el 8% estuvo en desacuerdo, 28 ni de acuerdo ni desacuerdo, 45% de acuerdo y finalmente el 12% mencionó estar totalmente de acuerdo en relación si la plataforma no implementa medidas efectivas para reducir la difusión de noticias falsas.

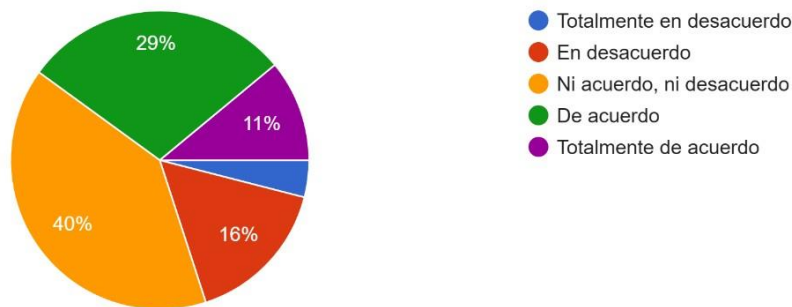
Tabla 3 ¿Tik Tok tiene más desinformación que otras plataformas?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	4%
En desacuerdo	16	16%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	40	40%
De acuerdo	29	29%
Totalmente de acuerdo	11	11%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
Fecha: octubre, 2024

Figura 3 ¿Tik Tok tiene más desinformación que otras plataformas?

¿Tik Tok tiene más desinformación que otras plataformas?
100 respuestas



Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
Fecha: octubre, 2024

Análisis e interpretación

En los resultados de esta pregunta el 4% respondió estar totalmente en desacuerdo, 16% en desacuerdo, 40% ni acuerdo ni desacuerdo, 29% de acuerdo y por último el 11% de los encuestados manifestaron estar totalmente de acuerdo en relación si *Tik Tok* tiene más desinformación que otras plataformas.

Tabla 4 ¿Los creadores de contenido en Tik Tok suelen compartir noticias sin verificar la veracidad de la información?

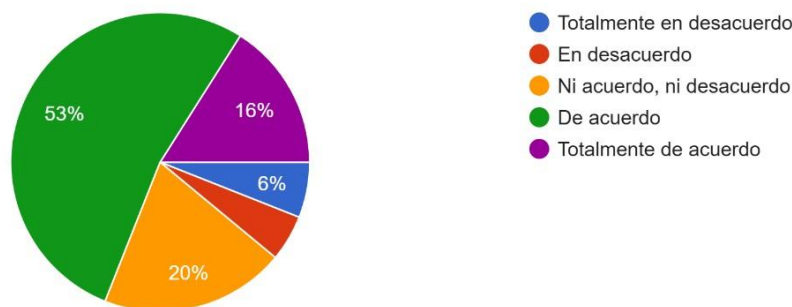
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	6%
En desacuerdo	5	5%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	20	20%
De acuerdo	53	53%
Totalmente de acuerdo	16	16%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Figura 4 ¿Los creadores de contenido en Tik Tok suelen compartir noticias sin verificar la veracidad de la información?

¿Los creadores de contenidos en Tik Tok suelen compartir noticias sin verificar la veracidad de la información?

100 respuestas



Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Análisis e interpretación

En esta interrogante se recopilieron los siguientes datos: totalmente en desacuerdo 6%, de acuerdo 5%, ni de acuerdo ni desacuerdo 20%, de acuerdo 53%, y el 16% totalmente de acuerdo; en relación, si los creadores de contenido suelen compartir noticias sin verificar la veracidad de la información.

Tabla 5 ¿La falta de alfabetización mediática puede hacer caer en desinformación?

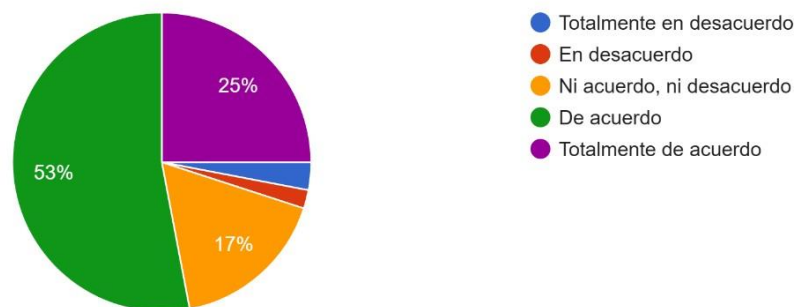
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	3%
En desacuerdo	2	2%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	17	17%
De acuerdo	53	53%
Totalmente de acuerdo	25	25%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
Fecha: octubre, 2024

Figura 5 ¿La falta de alfabetización mediática puede hacer caer en desinformación?

¿La falta de alfabetización mediática puede hacer caer en la desinformación?

100 respuestas



Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
Fecha: octubre, 2024

Análisis e interpretación

En esta sección se tuvo como resultados los siguientes datos: el 3% estuvo totalmente en desacuerdo, el 2% en desacuerdo, el 17% ni acuerdo ni desacuerdo, el 53% de acuerdo, y para concluir el 25% estuvo totalmente de acuerdo; en relación si la falta de alfabetización mediática puede hacer caer en desinformación.

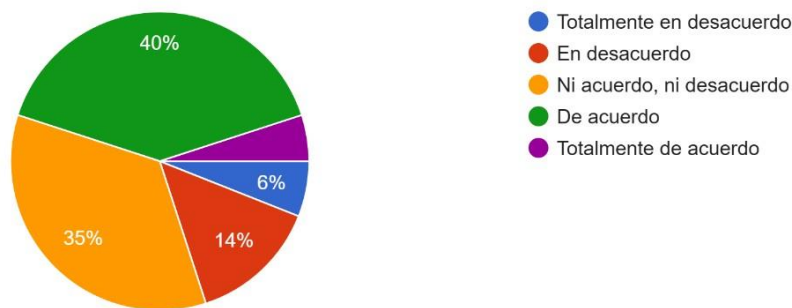
Tabla 6 ¿Los usuarios de Tik Tok son conscientes del problema de la desinformación en la plataforma?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	6%
En desacuerdo	14	14%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	35	35%
De acuerdo	40	40%
Totalmente de acuerdo	5	5%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Figura 6 ¿Los usuarios de Tik Tok son conscientes del problema de la desinformación en la plataforma?

¿Los usuarios de Tik Tok son conscientes del problema de la desinformación en la plataforma?
 100 respuestas



Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Análisis e interpretación

En este análisis se presentan las siguientes opciones elegidas por la muestra seleccionada: el 6% totalmente en desacuerdo, 14% en desacuerdo, 35% ni acuerdo ni desacuerdo, el 40% de acuerdo, y el 5% totalmente de acuerdo; con relación si los usuarios de *Tik Tok* son conscientes del problema de la desinformación en la plataforma.

Tabla 7 ¿Considera que la desinformación en Tik Tok ha afectado la capacidad para confiar en la plataforma?

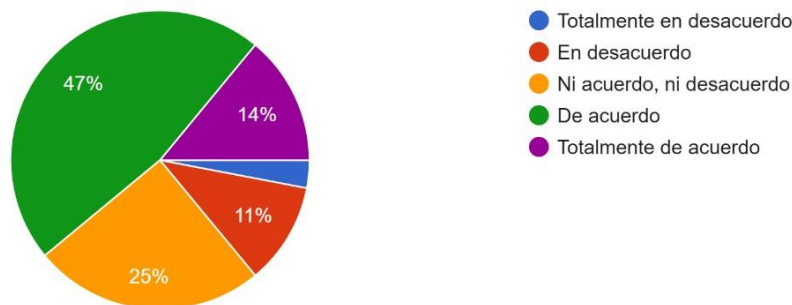
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	3%
En desacuerdo	11	11%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	25	25%
De acuerdo	47	47%
Totalmente de acuerdo	14	14%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Figura 7 ¿Considera que la desinformación en Tik Tok ha afectado la capacidad para confiar en la plataforma?

¿Considera que la desinformación en Tik Tok ha afectado la capacidad para confiar en la plataforma?

100 respuestas



Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Análisis e interpretación

Dentro de esta interrogante se pudo observar los siguientes resultados: totalmente en desacuerdo 3%, en desacuerdo 11%, 25% estuvo ni acuerdo ni desacuerdo, mientras que de acuerdo estuvo el 47%, finalmente el 14% se presentó totalmente de acuerdo; con relación a si considera que la desinformación en *Tik Tok* ha afectado la capacidad para confiar en la plataforma.

Tabla 8 ¿Es probable que la desinformación en Tik Tok tenga un impacto negativo en temas de salud o política?

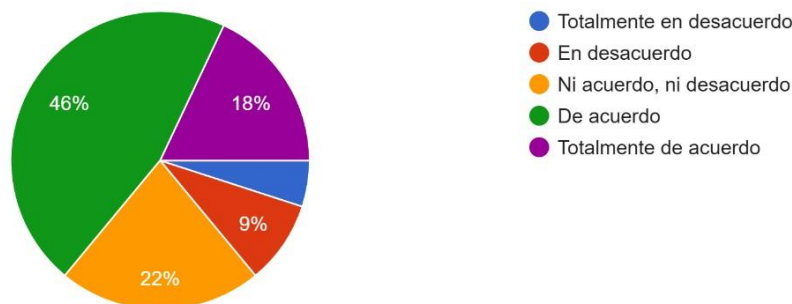
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	5%
En desacuerdo	9	9%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	22	22%
De acuerdo	46	46%
Totalmente de acuerdo	18	18%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Figura 8 ¿Es probable que la desinformación en Tik Tok tenga un impacto negativo en temas de salud o política?

¿Es probable que la desinformación en Tik Tok tenga un impacto negativo en temas de salud o política?

100 respuestas



Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Análisis e interpretación

En esta pregunta los encuestados respondieron de la siguiente manera: 5% totalmente en desacuerdo, 9% en desacuerdo, 22% ni acuerdo ni desacuerdo, 46% de acuerdo y el 18% se mostró totalmente de acuerdo, en relación si es probable que la desinformación en *Tik Tok* tenga un impacto negativo en temas de salud o política.

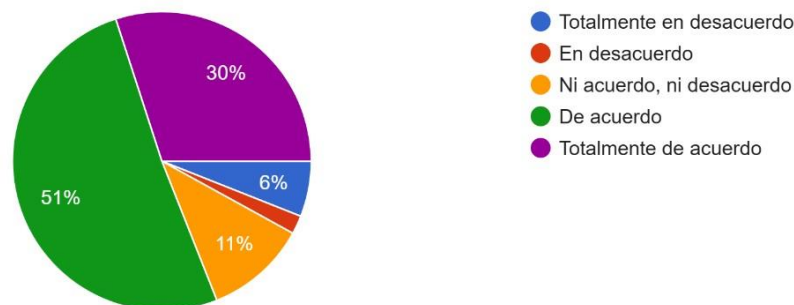
Tabla 9 ¿Tik Tok debería hacer más esfuerzos para educar a sus usuarios sobre la desinformación?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	6%
En desacuerdo	2	2%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	11	11%
De acuerdo	51	51%
Totalmente de acuerdo	30	30%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Figura 9 ¿Tik Tok debería hacer más esfuerzos para educar a sus usuarios sobre la desinformación?

¿Tik Tok debería hacer más esfuerzos para educar a sus usuarios sobre la desinformación?
 100 respuestas



Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Análisis e interpretación

Los datos estadísticos que se obtuvieron en esta pregunta fueron: el 6% totalmente en desacuerdo, 2% en desacuerdo, un 11% ni acuerdo ni desacuerdo, 51% de acuerdo y finalmente 30% estuvo totalmente de acuerdo en relación con si *Tik Tok* debería hacer más esfuerzos para educar a sus usuarios sobre la desinformación.

Tabla 10 ¿Cambia de opinión sobre un tema importante después de ver información en Tik Tok que resultó ser falsa?

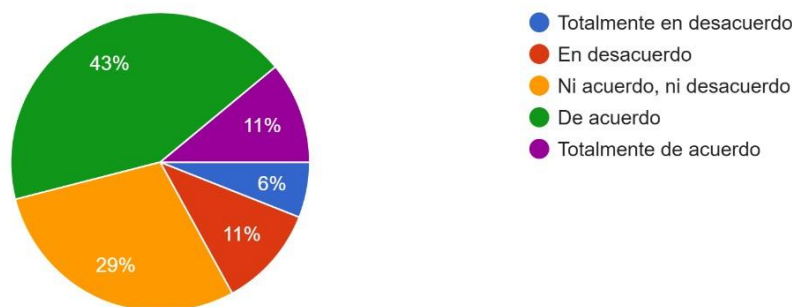
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	6%
En desacuerdo	11	11%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	29	29%
De acuerdo	43	43%
Totalmente de acuerdo	11	11%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Figura 10 ¿Cambia de opinión sobre un tema importante después de ver información en Tik Tok que resultó ser falsa?

¿Cambia de opinión sobre un tema importante después de ver información en Tik Tok que resultó ser falsa?

100 respuestas



Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Análisis e interpretación

En este apartado los resultados fueron: el 6% totalmente en desacuerdo, 11% en desacuerdo, un 29% ni acuerdo ni desacuerdo, 43% de acuerdo y finalmente 11% estuvo totalmente de acuerdo en relación a si *Tik Tok* debiese hacer más esfuerzos para educar a sus usuarios sobre la desinformación.

4.2.2. Análisis cualitativo: la entrevista

A continuación, se mostrarán los datos obtenidos mediante la técnica de la entrevista, donde se aplicó una guía de pregunta como instrumento para la recolección de datos. Las preguntas fueron aplicadas basándose en las variables, indicadores, dimensiones, de esta forma se conocerá la opinión de expertos y conocedores sobre la desinformación de la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización mediática.

Tabla 11 Entrevista

Tema: La desinformación en la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024.

Objetivo general: Analizar el impacto de la desinformación en la plataforma *Tik Tok* para medirse su relación con los niveles de alfabetización mediática del cantón La Libertad en el año 2024.

Entrevistador: Jordy Didier Orrala Moreira – Gonzabay Reyes José Ricardo
Entrevistados: Lic. Leonardo Malavé- Lic. José Luis Solano. Msc.
Cargo primer entrevistado: Pastor- ex concejal del cantón La Libertad.
Cargo segundo entrevistado: Posgrados UPSE
Especialidades: Lic. Comunicación social

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable independiente Desinformación	¿Qué tan frecuente se encuentra con información falsa en <i>Tik Tok</i> ?	El primer entrevistado menciona que a diario encontramos información falsa en <i>Tik Tok</i> , al menos en este tiempo de campaña electoral. Así mismo el segundo entrevistado afirma que todo dependerá del tipo de contenidos que se consume. Desde el punto de vista comunicacional. <i>Tik Tok</i> ha emergido como una plataforma que permite expresar información de manera concisa. Sin embargo, la proliferación de información falsa en <i>Tik Tok</i> es alarmante. Muchas veces, esto ocurre con el objetivo de “ganar vistas, seguidores o convertirse en tendencia”, buscando la rentabilidad.	Durante las campañas electorales en <i>Tik Tok</i> se suele difundir mucha información falsa o sesgada, y es importante verificar la veracidad de lo que vemos para evitar caer en desinformación.
	¿Confía en las fuentes de información que se comparte en <i>Tik Tok</i> ?	En esta segunda interrogante los entrevistados nos dicen que no siempre confía en las fuentes de <i>Tik Tok</i> . Debe ser una cuenta verificada para creer en su información. Desde el punto de vista comunicacional, no todo lo que se	Confiar solo en cuentas verificadas puede ayudar a filtrar contenido, pero también es

		encuentra en las redes sociales en cierto, es fundamental consultar la fuente original antes de aceptar un lado como verdadero. Sin embargo, para quienes no están familiarizado con un tema, es fácil caer en la trampa de creer que todo lo que circula en esta plataforma es verídico.	importante comparar la información con otras fuentes confiables para asegurarnos de su precisión.
	¿Con qué frecuencia verifica la veracidad de la información que consume en <i>Tik Tok</i> ?	En esta pregunta los expertos coinciden en: Cuando hay una noticia que me interesa busco más información, lo hago casi a diario. En la mayor de las casos, especialmente cuando reviso información que me interesa, procurar ser cuidadoso. Por ejemplo, si veo un video que lleva la marca de agua de un medio nacional, pero ha sido subido desde una cuenta ficticia, me tomo el tiempo para verificar las redes del canal o consultar la información de las instituciones mencionadas en los reportaje.	Buscar varias fuentes ayuda a obtener una perspectiva más completa y reduce las posibilidades de caer en información errónea o sesgada.
Variable Dependiente Alfabetización mediática	¿Qué tan bien cree que entiende la alfabetización digital en el entorno periodístico?	En la cuata interrogante también tiene una misma perspectiva: En lo particular la entiendo en su mayoría. Conozco el eje del periodismo y la comunicación, una de sus principales funciones es EDUCAR, la alfabetización digital es aquello que educa al receptor a través de la comunicación. Esa es una de las misiones que lidera el periodista o comunicador, pero también considero que la alfabetización digital emprender desde el receptor, de qué manera valida la información.	Comprender bien la información es clave para hacer análisis más profundo y tener una visión clara sobre los tema que te interesan
	¿Qué papel juegan los medios de comunicación en la formación de la opinión pública?	En esta ultimas pregunta los entrevistado nos indican que: Su papel es muy importante, y juega un rol muy persuasivo en las personas. Hoy en día la mayor parte de personas creen en lo que ven y escuchan en los medios de comunicación. Indiscutiblemente, el ejercicio de la comunicación tiene como principal objetivo informar. La formación de la opinión pública depende en gran medida del pensamiento crítico del receptor. Es decir, si el receptor tiene conocimientos sobre un tema compartido en un medio de comunicación, podrá formar su opinión de manera fundamentada. En cambio, si desconoce el tema, su opinión estará limitada a lo que escucha.	Los medios de comunicación tienen una gran influencia en la percepción pública y en cómo se entiende los eventos. Su papel persuasivo puede moldear opiniones y actitudes, especialmente cuando las personas confían en la información sin cuestión o buscar

			más fuentes. Por eso es importante desarrollar una mirada crítica ante los contenidos que consumimos.
--	--	--	---

Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

4.2.3. Análisis cualitativo: Ficha de observación

Tabla 12 *Ficha de observación 1*

Técnica: Ficha de contenido de observación

Instrumento: Análisis de contenido

Tema: La desinformación en la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024

Objetivo: Analizar el impacto de la desinformación en la plataforma *Tik Tok* para medir su relación con los niveles de alfabetización mediática del cantón La Libertad en el año 2024.

Nombre de la página: @vas.sc1

N°	Criterios	Si	No	Observaciones
1.	Fuente de información no verificada	X		Durante la observación de la página se registra que genera información no verificada.
2.	Sensacionalismo o tono alarmista	X		En la observación se denoto los títulos con tonos sensacionalista con fines de atraer a más usuarios.
3.	Inconsistencia con medios confiables	X		Las noticias emitidas por esta paginas llegan a caer en redundancias e inconsistencia con medios confiables.
4.	Uso de imagines o videos descontextualizados	X		En el monitoreo se observa imágenes que son alteradas con fines de descontextualizar la realidad de la noticia.
5.	Repetición de rumores o teorías conspiratorias	X		Durante el monitoreo se observó que se llega a utilizar rumores como fuente en sus noticias.

6.	Propagación rápida de noticias sin análisis	X		Se llega a denotar que en la reproducción de noticias no se da un análisis de lo que se emite con anterioridad.
7.	La información no es clara	X		En las noticias observadas dentro de esta página se denoto la falta de claridad en la información emitida.
8.	Manipulación de estadísticas y datos	X		En algunas de estas publicaciones y noticas existe la carencia de estadística y cuando la utilizan tratan de manipularlas.
9.	Objetividad en su punto de vista	X		El usuario que reproduce noticias dentro de esta página suele estar ligado o ser parte de un movimiento político por lo tanto siempre va en contra de sus contrarios.

Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

Tabla 13 Ficha de observación 2

Técnica: Ficha de contenido de observación

Instrumento: Análisis de contenido

Tema: La desinformación en la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024

Objetivo: Analizar el impacto de la desinformación en la plataforma *Tik Tok* para medir su relación con los niveles de alfabetización mediática del cantón La Libertad en el año 2024.

Nombre de la paginas: Badabum

N°	Criterios	Si	No	Observaciones
1.	Fuente de información no verificada	X		En la observación de la página se registra diferente información emitida que no suelen ser verificada.
2.	Sensacionalismo o tono alarmista	X		Se denota títulos con tonos sensacionalista y alarmistas.
3.	Inconsistencia con medios confiables		X	Al monitorear la página no se observó noticias emitidas que contienen inconsistencia con medios confiables.
4.	Uso de imagines o videos descontextualizados	X		Se observó atreves del monitoreo imágenes alteradas que descontextualizan

				toda la información.
5.	Repetición de rumores o teorías conspiratorias	X		En el monitoreo se observa que se llega a utilizar rumores y teorías conspirativas en la información brindada por la página.
6.	Propagación rápida de noticias sin análisis		X	Se llega a denotar que en la reproducción de la información si se analiza lo que se emite con anterioridad, sin embargo, existen publicaciones en los que no.
7.	La información no es clara	X		Según lo observado en la página se logra denotar la claridad en la información emitida.
8.	Manipulación de estadísticas y datos		X	En estas publicaciones no utilizan estadísticas.
9.	Objetividad en su punto de vista		X	El usuario que reproduce la información a emitir no suele ser objetivo.

Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
Fecha: octubre, 2024

Tabla 14 Ficha de observación 3

Técnica: Ficha de contenido de observación

Instrumento: Análisis de contenido

Tema: La desinformación en la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024

Objetivo: Analizar el impacto de la desinformación en la plataforma *Tik Tok* para medir su relación con los niveles de alfabetización mediática del cantón La Libertad en el año 2024.

Nombre de la paginas: Rafael Correa oficial

N°	Criterios	Si	No	Observaciones
1.	Fuente de información no verificada	X		Según lo observado en la página se registra información no verificada.
2.	Sensacionalismo o tono alarmista	X		En la observación se denoto los títulos con tonos sensacionalista y alarmistas.
3.	Inconsistencia con medios confiables	X		Las noticias emitidas por esta paginas llegan a caer en redundancias e inconsistencia con medios confiables.
4.	Uso de imagines o videos descontextualizados	X		Durante el monitoreo se observó imágenes alteradas con fines de

				descontextualizar la información.
5.	Repetición de rumores o teorías conspiratorias	X		Se observó que se llega a utilizar rumores y teorías como fuente en sus noticias.
6.	Propagación rápida de noticias sin análisis	X		Se denota que en la emisión de la información no se da un análisis de lo que se emite con anterioridad.
7.	La información no es clara	X		En las Información monitoreada en la página se ve la falta de claridad en la información emitida.
8.	Manipulación de estadísticas y datos	X		Las publicaciones y noticias existentes en la página suelen tener carencia de estadística realistas.
9.	Objetividad en su punto de vista		X	El usuario que emite la información en la página suele estar ligado o ser parte de un movimiento político por lo tanto siempre va en contra de sus contrarios.

Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.

Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay

Fecha: octubre, 2024

Tabla 15 Ficha de observación 4

Técnica: Ficha de contenido de observación

Instrumento: Análisis de contenido

Tema: La desinformación en la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024

Objetivo: Analizar el impacto de la desinformación en la plataforma *Tik Tok* para medir su relación con los niveles de alfabetización mediática del cantón La Libertad en el año 2024.

Nombre de la paginas: 100% Barcelonista EC

N°	Criterios	Si	No	Observaciones
1.	Fuente de información no verificada	X		En la observación de la página se registra diferente información emitida que si son verificadas por paginas oficiales.
2.	Sensacionalismo o tono alarmista	X		Se denota títulos con tonos sensacionalista y alarmistas.
3.	Inconsistencia con medios confiables		X	En el monitoreo de la página no se observa noticias inconsistentes hacia los medios confiables.
4.	Uso de imagines o videos descontextualizados		X	No se observa atreves del monitoreo imágenes alteradas que puedan descontextualizan toda la información.
5.	Repetición de rumores o teorías conspiratorias	X		Se observa que se llega a utilizar rumores y teorías conspirativas al exponer la información.
6.	Propagación rápida de noticias sin análisis		X	No se denota en la reproducción de la información emisión de información sin análisis.
7.	La información no es clara		X	Según lo observado en la página el usuario logra su cometido al emitir la información.
8.	Manipulación de estadísticas y datos		X	En la información que se monitoreo no se observó uso de manipulación en estadísticas.
9.	Objetividad en su punto de vista	X		El usuario que emite las noticias e información siendo objetivo en sus comentarios.

Fuente: Jóvenes entre 16 a 20 años.
 Elaborado por: Jordy Orrala y José Gonzabay
 Fecha: octubre, 2024

5. DISCUSIÓN

5.1. Discusión de la encuesta

En este apartado es fundamental la tabulación de los datos, la creación de un análisis de la información. Esto nos ayudará a simplificar la interpretación de los resultados. En esta parte, se define una discusión detallada de los datos obtenidos, destacando cuatro preguntas importante que sustentan el estudio de las variables independiente y dependiente, en la pregunta 1: *¿Tik Tok* tiene contenido que conlleva a la desinformación? el 7% respondió estar totalmente en desacuerdo, 8% en desacuerdo, 28% ni de acuerdo ni desacuerdo, 45% de acuerdo y por último 12% totalmente de acuerdo datos que se relacionan con Chamba (2022) expresa que, estas plataformas actualmente facilitan la transmisión de las noticias demostrando una apariencia veras perjudicando de manera colectiva, teniendo como consecuencia una opinión pública, de esta forma se rompen los principios básicos al derecho de recibir una información veraz y objetiva que goce la sociedad.

Por otro lado, la pregunta 5 *¿La falta de alfabetización mediática puede hacer caer en desinformación?* En esta sección se tuvo como resultados los siguientes datos: el 3% estuvo totalmente en desacuerdo, el 2% en desacuerdo, el 17% ni acuerdo ni desacuerdo, el 53% de acuerdo, y para concluir el 25% estuvo totalmente de acuerdo, con relación a lo que menciona Gutiérrez (2014) la alfabetización digital es la capacidad de comprender y utilizar la información de fuentes diversas y múltiples formatos, cuando se presenta a través del ordenador.

En relación, con la pregunta 9 *¿Tik Tok* debería hacer más esfuerzos para educar a sus usuarios sobre la desinformación? En esta pregunta los encuestados respondieron de la siguiente manera: 5% totalmente en desacuerdo, 9% en desacuerdo, 22% ni acuerdo ni desacuerdo, 46% de acuerdo y el 18% se mostró totalmente de acuerdo, en relación si es probable que la desinformación en *Tik Tok* tenga un impacto negativo en temas de salud o política, como señala Tufekci (2017) “el propósito principal de los medios de comunicación es, precisamente, comunicar con objetividad, pero según su tipo de ideología pueden especializarse en: informar, educar, transmitir, entretener, formar opinión, enseñar, controlar.

Respecto a la pregunta 10 *¿Cambia de opinión sobre un tema importante después de ver información en Tik Tok que resultó ser falsa?* En este apartado los resultados fueron: el 6% totalmente en desacuerdo, 11% en desacuerdo, un 29% ni acuerdo ni desacuerdo, 43% de

acuerdo y finalmente 11% estuvo totalmente de acuerdo en relación a Sánchez y Magallón (2023), mencionan que “La circulación de informaciones falsas, no veraces o engañosas condicionan las opiniones, actitudes y comportamientos de la ciudadanía”. El exponerse repetidamente a contenido engañoso pueden internalizar creencias erróneas, lo que influye en su comportamiento y decisiones cotidianas.

5.2. Discusión de la entrevista

Continuando con la discusión de resultado, en el instrumento de la entrevista realizada al Lic. Leonardo Malavé, pastor de una iglesia evangelista que trabaja con jóvenes del barrio Jaime Roldós y el Lic. José Luis Solano, quien también es magister en Comunicación. Existen cuatro interrogantes dentro de la lista de ítems que se consideraran relevante para esta investigación. Pregunta 2. ¿Confía en las fuentes de información que se comparte en *Tik Tok*? El entrevistado mencionó que, no siempre confío en las fuentes de *Tik Tok*. Debe ser una cuenta verificada para creer en su información. Así como lo mencionan Urgilés et al. (2022) “Los criterios para que la información de un sitio web reconsidere válido, donde buscar y cómo buscar son: actualidad, autoridad, exactitud, objetividad y cobertura”.

Con relación a la pregunta 3 ¿Con qué frecuencia verifica la veracidad de la información que consume en *Tik Tok*? En la mayoría de los casos, especialmente cuando reviso información que me interesa, procurar ser cuidadoso. Por ejemplo, si veo un video que lleva la marca de agua de un medio nacional, pero ha sido subido desde una cuenta ficticia, me tomo el tiempo para verificar las redes del canal o consultar la información de las instituciones mencionadas en los reportajes, esto se relaciona a lo mencionado por, Nichole (2014) “Un ejercicio de análisis de las ideas y la organización de un texto, recurso o actividad que nos permite contrastar las opiniones ajenas con las propias”. La reflexión crítica no es solo entender diferentes perspectivas, sino también cuestionar y validar las propias opiniones a través de la comparación con las de otros.

Por otro lado, en la interrogante 4 ¿Qué tan bien cree que entiende la alfabetización digital en el entorno periodístico? El licenciado nos expresó, conozco el eje del periodismo y la comunicación, una de sus principales funciones es EDUCAR, la alfabetización digital es aquello que educa al receptor a través de la comunicación. Esa es una de las misiones que lidera el periodista o comunicador, pero también considero que la alfabetización digital emprender desde el receptor, de qué manera valida la información, tal como lo menciona, Jones (2019) La “alfabetización mediática” es la capacidad de un ciudadano para acceder,

comprender, analizar y evaluar la información de los medios, así como producir información para un propósito específico, en diversos formatos (imagen, sonido, texto). Su objetivo es formar ciudadanos informados y autónomos que cuestionen la información que reciben.

En relación con la pregunta 5 ¿Qué papel juegan los medios de Comunicación en la formación de la opinión pública? El entrevistado mencionó su papel es muy importante, y juega un rol muy persuasivo en las personas. Hoy en día la mayor parte de personas creen en lo que ven y escuchan en los medios de comunicación. Así como lo expresa, Castells (1996) "La producción y difusión de contenidos informativos a través de canales mediáticos, que pueden influir en la opinión pública y en la percepción de la realidad por parte de la sociedad". Los medios de comunicación o paginas digitales juegan un papel significativo en la evolución mediática de las audiencias.

5.3. Discusión de la ficha de observación

En esta discusión se observa que hay páginas en *Tik Tok* que no se apegan a las normas éticas y no cumplen los criterios planteados por los investigadores con relación a las fuentes de información no verificada, los contenidos carecían de fuentes que contraste el contenido. Esto no solo debilita la confianza de los usuarios, sino que también conduce a información errónea sobre temas de gran interés público. Por otro lado, según el cuarto criterio sobre el uso de imágenes descontextualizadas, se encontraron varios casos en los que se utilizaron imágenes fuera de contexto, con el fin de hacer preguntas o manipular hechos. Este recurso influyó muchos en la percepción del público, pues las sensaciones de realidad no siempre correspondían con los hechos.

En el quinto criterio, sobre la repetición de rumores o teorías conspiratorias, una gran proporción de publicaciones estudiadas contienen dichos criterios y de fuente de credibilidad cuestionada. Este contenido se difunde rápidamente por su tono sensacionalista o inquietante, que llaman la atención y a ayuda a su viralización. Y distorsiona la realidad en la sociedad.

Para finalizar, con relación al criterio ocho, manipulación de estadísticas y datos, se encontraron que los datos publicados se los utiliza de manera intencionada para dañar la información. Esta forma de comunicar provoca una distorsión en los hechos. Esto demuestra una falta de transparencia a la hora de presentar información.

6. CONCLUSIONES

- Se analizó el impacto de la desinformación en la plataforma *Tik Tok* deduciendo que la desinformación ejercer un efecto considerable en la percepción y la construcción de puntos de vista en los jóvenes del cantón La Libertad, así mismo se demuestra que la alfabetización mediática funciona como elemento de protección, puesto que debido a estas capacidades críticas para valorar la información son menos vulnerables. Esto evidencia una correlación directa entre los grados de conocimiento mediáticos y las habilidades de los usuarios para erradicar la desinformación.
- Respecto al primer objetivo específico, se identificó los temas principales de desinformación en la plataforma *Tik Tok* que impactan al cantón La Libertad durante el año 2024, estos están vinculados a temas relevantes como noticias engañosas y exageradas relacionadas con la farándula, política, deporte y la economía local. Los temas visualizados en la plataforma *TikTok* comparten patrones similares como la manipulación de contenidos, que incluyen titulares sensacionalistas y contenidos visuales aparentemente creíble.
- En relación al segundo objetivo específico, se determinó que el nivel de alfabetización mediática de los jóvenes del cantón La Libertad que usan *Tik Tok* es bastante bajo, ya que existen diferencias considerables entre los jóvenes que no han tenido formación de alfabetización mediática y los usuarios que tienen habilidades para identificar fácilmente noticias falsas distinguiendo entre contenido creíble y contenido desinformativo
- Respecto al tercer objetivo específico, se observó que la alfabetización mediática es una herramienta eficaz para nuestro conocimiento para combatir la desinformación en la plataforma *Tik Tok*. Los jóvenes de 16 entre 20 años que lleguen a dominar habilidades en el análisis de contenidos tienen una excelente capacidad para detectar la manipulación de contenidos, lo que reduce en gran medida su susceptibilidad a las noticias falsas.
- Finalmente, los resultados obtenidos mediante los instrumentos de levantamiento de información empleados en el presente proyecto de investigación, demuestra que la desinformación si existe dentro de la red social *Tik Tok* y denota la importancia de fomentar la alfabetización mediática en los jóvenes del cantón La Libertad.

7. RECOMENDACIONES

- Recomendamos promover la educación en medios para los jóvenes de La Libertad a través de talleres y programas educativos que fomenten el análisis crítico de la información. Estos pasos deberían incluir estrategias útiles para autenticar contenido en *TikTok* y otras plataformas sociales. Además, se recomiendan campañas de concientización dirigidas a familias y comunidades para enfatizar la importancia del uso responsable de la información.
- También, recomendamos realizar campañas educativas que brinden orientación sobre cómo identificar signos comunes de contenido manipulado en *TikTok*, como titulares sensacionalistas o imágenes falsas. Estas iniciativas deben estar orientadas a los jóvenes y centrarse en temas identificados como política, economía, entretenimiento y deportes.
- Es muy importante el desarrollar planes concretos para aumentar la alfabetización mediática de los jóvenes del cantón La Libertad. Se recomienda integrar estas habilidades en los planes de estudio escolares y promover el uso de plataformas interactivas para inculcar habilidades prácticas para distinguir entre contenido confiable y contenido desinformativo.
- Para concluir, recomendamos integrar la alfabetización mediática en cantón La Libertad, priorizando la educación en medios en las instituciones educativas y la sociedad. Esto debería incluir capacitar a los educadores para que modelen habilidades críticas de análisis de medios para diversos grupos de jóvenes. También se recomienda trabajar creadores de contenidos en *TikTok* para difundir mensajes educativos y promover comportamientos responsables en el consumo y producción de contenidos.

8. Referencias

- Aguaded, I., y Romero-Rodríguez, L. (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. *Education in the Knowledge Society.*, 16(1), 44-57. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=535554757004>
- Fedorov, A. (Mayo de 2011). Alfabetización mediática en el mundo. *Infoamérica. Iberoamerican Communication Review.*(5), 7-23. Obtenido de <https://www.infoamerica.org/icr/n05/fedorov.pdf>
- Ireton, C., y Posetti, J. (2023). Módulo 8: Noticias falsas, desinformación y propaganda. *Serie de módulos sobre la defensa de la libertad de expresión en América Latina.*, 137- 160. Obtenido de <https://www.mediadefence.org/ereader/publications/serie-de-modulos-sobre-la-defensa-de-la-libertad-de-expresion-en-america-latina/modulo-8-noticias-falsas-desinformacion-y-propaganda/?lang=es>
- Urgilés Pineda, M., Núñez Guillén, J., y Matamoros Dávalos, Á. (2022). ¿Informar o desinformar? El poder comunicacional de las redes sociales. . *RECIMUNDO*, 6(4), 144–152. Obtenido de <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/1825>
- Arizabaleta Dominguez, S. L., y Ochoa Cubillos, A. F. (06 de diciembre de 2016). Hacia una educación superior inclusiva en Colombia. *Scielo*, 41-56. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-24942016000200005&lng=en&tlng=es.
- Castells , M. (1996). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. . *Vol. 1 México Siglo XXI*, 18. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/lecturas/inae3/castellsm.pdf>
- Chamba Gonzaga, C. (2022). VERACIDAD DE LAS NOTICIAS EN LAS REDES SOCIALES (FACEBOOK) EN EL CONTEXTO DEL COVID19 – ECUADOR PERIODO MARZO-AGOSTO 2020. *UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO*, 118. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8622/1/7.-TESIS%20CAROLI%20NA%20BRIGGETTE%20CHAMBA%20GONZAGA-CSC.pdf>
- Cherilyn, I., y Posetti, J. (2020). Periodismo, “noticias falsas” & desinformación: manual de educación y capacitación en periodismo. *Colección de la UNESCO sobre los estudios de periodismo*, 127. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373349>
- Cucarella, L., y Fuster, P. (2022). Informe sobre alfabetización mediática: contexto actual, legislación, casos de éxito, herramientas y recursos, y percepción y propuestas de especialistas y profesores. *Laboratorio de Periodismo. Fundación Luca de Tena.*, 1-119. Obtenido de <https://laboratoriodeperiodismo.org/wp-content/uploads/2023/02/informe-alfabetizacion-mediatica.pdf>
- Durán, M. B. (28 de 10 de 2019). La era de la desinformación y de las noticias falsas en el ambiente político ecuatoriano de transición: Un análisis de caso. *#PerDebate*, 3, 18–41. doi:<https://doi.org/10.18272/pd.v3i1.1550>

- Estudiante. (2017). Experimento no experimental . 1. Recuperado el 11 de 07 de 2024, de https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018_1/Documentos/INVESTIGACION_NO_EXPERIMENTAL.pdf
- Fedorov, A. (2011). Alfabetización mediática en el mundo. Recuperado el 11 de 07 de 2024, de https://www.researchgate.net/publication/277011135_Alfabetizacion_mediatica_en_el_mundo
- Fernando González Luna, Dolores Gutiérrez Rico. (2015). *Más allá de la inclusión educativa: Elementos para su desarrollo en una institución de educación superior*. (Vol. Primera edición). (I. U. Español, Ed.) México, México: Instituto Universitario Anglo Español.
- Fole, X. (26 de 09 de 2012). Los hechos son sagrados. El fact-checker y la importancia del periodismo. *Fronterad*. Obtenido de Fronterad, Revista Digital: <https://www.fronterad.com/los-hechos-son-sagrados-el-fact-checker-y-la-importancia-del-periodismo/>
- Gaitán Sánchez, J., y Avendaño Casas, P. (12 de Agosto de 2022). Infoxicación e impacto en la sociedad: Infoxication and impact on society. *Tecnología Investigación y Academia*, 10(1), 66–84. Obtenido de <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/tia/article/view/18749>
- Gamir-Ríos, J., y Tarullo, R. (1 de Junio de 2022). Características de la desinformación en redes sociales. Estudio comparado de los engaños desmentidos en Argentina y España durante el 2020. *Contratexto.*, 37, 203-228. doi:<https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n037.5343>
- García Ávila, S. (2017). Alfabetización Digital. *Razón y Palabra* , 21(98), 66-81. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199553113006>
- Gil Martín, A., y Ramón Reyero, E. (2021). Desinformación e infoxicación, dos «falsos sinónimos» frente a la estrategia de información de la Comisión Europea. *Comunicación y hombre: Revista interdisciplinaria de ciencias de la comunicación y humanidades.*, 103-118. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7744309>
- Guallar, J., Codina, L., Freixa, P., y Pérez-Montoro, M. (2024). Desinformación, bulos, curación y verificación. Revisión de estudios en Iberoamérica 2017-2020. *Telos: Revista De Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales.*, 22(3), 595-613. doi:<https://doi.org/10.36390/telos223.09>
- Gutiérrez Martín, A. (2003). Alfabetización digital : algo más que ratones y teclas. *Ed. Gedisa*, 49-80. Obtenido de https://www.academia.edu/2096707/Alfabetizaci%C3%B3n_digital
- Gutiérrez-Atala, F. y.-C. (2011). Las “audiencias activas” y su impacto en las rutinas profesionales del periodismo chileno: el caso de radio Bío Bío tras el megaterremoto de febrero del 2010. *Contratexto*, 19(019), 195-212. Obtenido de https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec//handle/CONSEJO_REP/5401
- Hamui Sutton, A. (2013). Un acercamiento a los métodos mixtos de investigación en educación médica. *Investigación en Educación Médica*, 211-216. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733226006.pdf>
- Herdoíza, M. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación - SENESCYT, Senescyt/Unesco, Quito.

- Hernández-Sampieri, R y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Vol. Sexta). México D.F., México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDIOTRES, S.A. DE C.V. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Herrera Seda, C., Pérez Salas, C., y Echeita, G. (2016). Teorías Implícitas y Prácticas de Enseñanza que Promueven la Inclusión Educativa en la Universidad. Instrumentos y Antecedentes para la Reflexión y Discusión. *9*(5), 49-64. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000500006>
- Incheon. (2016). *Educación 2030. Declaración de Incheon y Marco de Acción. Hacia una educación inclusiva y equitativa de calidad y un aprendizaje a lo largo de la vida para todos*. República de Corea: UNESCO.
- Janet Camilo. (2020). *Plan Nacional de igualdad y equidad de género*. República Dominicana: PLANEG III.
- Muñoz Loayza, B. A. (2018). *Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas*. Machala: Repositorio digital Utmach. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>
- Nichole. (2014). COMENTARIO O REFLEXIÓN CRÍTICA. *Centro de redaccion en español*, 2. Obtenido de <https://www.uprm.edu/wp-content/uploads/sites/130/2014/09/m%C3%B3dulo-revisado-comentario-o-reflexi%C3%B3n-cr%C3%ADtica.pdf>
- Nicomedes Teodoro , E. (25 de junio de 2018). TIPOS DE INVESTIGACIÓN. *Universidad Santo Domingo de Guzmán*, 4. Obtenido de <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>
- OEA. (2017). *Declaración Conjunta Sobre Libertad De Expresión Y "Noticias Falsas" ("Fake News"), Desinformación Y Propaganda*. Obtenido de Relatoría Especial para la Libertad de Expresión: <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=1056&IID=2>
- Olmo y Romero, J. A. (9 de Abril de 2019). Desinformación: concepto y perspectivas. *Real Instituto Elcano.*, 8. Obtenido de <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/desinformacion-concepto-y-perspectivas/>
- Otzen, T., y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 227-232. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Peironcely, C. (7 de Julio de 2022). *Impacto de los medios de comunicación en la sociedad*. Obtenido de Comunicare: <https://www.comunicare.es/impacto-de-los-medios-de-comunicacion-en-la-sociedad/>
- Rivero Pino R. (2021). *Desarrollo de capacidades de intervención profesional comunitaria, familiar y de género para la inclusión educativa*. Santa Elena.
- Rivero Pino, Ramón. (2021). *Instrumento para validación por especialistas de técnicas para la investigación "Desarrollo de Capacidades de Intervención Profesional Comunitaria, Familiar y de Género para la Inclusión Educativa Universitaria*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena.

- Rodríguez Pérez, C. (2021). Desinformación online y fact-checking en entornos de polarización social: El periodismo de verificación de Colombiacheck, La Silla Vacía y AFP durante la huelga nacional del 21N en Colombia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico.*, 27(2), 623-637. doi:<https://doi.org/10.5209/esmp.68433>
- Sánchez Duarte, J., y Magallón Rosa, R. (2023). Desinformación. *EUNOMÍA. Revista En Cultura De La Legalidad*(24), 236-249. doi:<https://doi.org/10.20318/eunomia.2023.7663>
- Sánchez Palacios, L. E., Delgado Delgado, D. D., y Gutama Criollo, K. E. (2019). La alfabetización digital en el Ecuador. *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo.*, 1-13. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/12/alfabetizacion-digital-ecuador.html>
- SENESCYT. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Quito: Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Solís Sabanero, A. (2016). La perspectiva de género en la educación. *Desarrollo profesional docente: reforma educativa, contenidos curriculares y procesos de evaluación*, 97-107.
- Torres-Ortiz, J.A. y Duarte, J.E. (Junio de 2016). Los procesos pedagógicos administrativos y los aspectos socio-culturales de. *Investigación, Desarrollo, Innovación*, 6, 179-190. doi:<http://dx.doi.org/10.19053/20278306.4606>
- Unesco. (2020). *América Latina y el Caribe: Inclusión y educación: todos y todas sin excepción*. París: Informe de Seguimiento de la Educación en el Mundo 2020.
- Valverde Berrocoso, J., González Fernández, A., y Acevedo Borrega, J. (2022). Disinformation and multiliteracy: A systematic review of the literature. [Desinformación y multialfabetización: Una revisión sistemática de la literatura]. *Comunicar*, 70, 97-110. doi:<https://doi.org/10.3916/C70-2022-08>
- Velez, L., y Bellos, M. (20 de 06 de 2022). Participação da checagem de fatos para combater a desinformação: Caso do Equador Verifica. doi:<https://doi.org/10.31207/rch.v13i1.329>
- Villasís Keever, M., Miranda Novales, M., y Arias Gómez, J. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 201-206. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Árbol de problema

Figura 11 Árbol del problema



Anexo 2: Técnicas y validación de instrumentos

Técnica: Ficha de contenido de observación

Instrumento: Análisis de contenido

Tema: La desinformación en la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024

Objetivo: Analizar el impacto de la desinformación en la plataforma *Tik Tok* para medir su relación con los niveles de alfabetización mediática del cantón La Libertad en el año 2024.

Nombre de la paginas: @vas.sc1

N°	Criterios	Si	No	Observaciones
1.	Fuente de información no verificada	X		Durante la observación de la página se registra que genera información no verificada.
2.	Sensacionalismo o tono alarmista	X		En la observación se denoto los títulos con tonos sensacionalista con fines de atraer a más usuarios.
3.	Inconsistencia con medios confiables	X		Las noticias emitidas por esta paginas llegan a caer en redundancias e inconsistencia con medios confiables.
4.	Uso de imagines o videos descontextualizados	X		En el monitoreo se observa imágenes que son alteradas con fines de descontextualizar la realidad de la noticia.
5.	Repetición de rumores o teorías conspiratorias	X		Durante el monitoreo se observó que se llega a utilizar rumores como fuente en sus noticias.
6.	Propagación rápida de noticias sin análisis	X		Se llega a denotar que en la reproducción de noticias no se da un análisis de lo que se emite con anterioridad.
7.	La información no es clara	X		En las noticias observadas dentro de esta página se denoto la falta de claridad en la información emitida.
8.	Manipulación de estadísticas y datos	X		En algunas de estas publicaciones y noticas existe la carencia de estadística y cuando la utilizan tratan de manipularlas.
9.	Objetividad en su punto de vista	X		El usuario que reproduce noticias dentro de esta página suele estar ligado o ser parte de un movimiento político por lo tanto siempre va en contra de sus contrarios.

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN): cn=ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE, serialNumber=0910759851-020224004204, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION, o=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC

Fecha: 2024.10.22 22:02:47 -05'00'
Versión de Adobe Acrobat Reader:
2024.003.20180

Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD

.Juez experto

C.I: 0910759851

Técnica: Ficha de contenido de observación

Instrumento: Análisis de contenido

Tema: La desinformación en la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024

Objetivo: Analizar el impacto de la desinformación en la plataforma *Tik Tok* para medir su relación con los niveles de alfabetización mediática del cantón La Libertad en el año 2024.

Nombre de la paginas: Badabum

N°	Criterios	Si	No	Observaciones
1.	Fuente de información no verificada	X		En la observación de la página se registra diferente información emitida que no suelen ser verificada.
2.	Sensacionalismo o tono alarmista	X		Se denota títulos con tonos sensacionalista y alarmistas.
3.	Inconsistencia con medios confiables		X	Al monitorear la página no se observó noticias emitidas que contienen inconsistencia con medios confiables.
4.	Uso de imagines o videos descontextualizados	X		Se observó atreves del monitoreo imágenes alteradas que descontextualizan toda la información.
5.	Repetición de rumores o teorías conspiratorias	X		En el monitoreo se observa que se llega a utilizar rumores y teorías conspirativas en la información brindada por la página.
6.	Propagación rápida de noticias sin análisis		X	Se llega a denotar que en la reproducción de la información si se analiza lo que se emite con anterioridad, sin embargo existen publicaciones en los que no.
7.	La información no es clara	X		Según lo observado en la página se logra denotar la claridad en la información emitida.
8.	Manipulación de estadísticas y datos		X	En estas publicaciones no utilizan estadísticas.
9.	Objetividad en su punto de vista		X	El usuario que reproduce la información a emitir no suele ser objetivo.

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO
CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN): cn=ARTURO
GUILLERMO CLERY AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-020224004204,
ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE
INFORMACION, o=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC

Fecha: 2024.10.22 22:02:47 -05'00'

Versión de Adobe Acrobat Reader:
2024.003.20180

Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD

.Juez experto
C.I: 0910759851

Técnica: Ficha de contenido de observación

Instrumento: Análisis de contenido

Tema: La desinformación en la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024

Objetivo: Analizar el impacto de la desinformación en la plataforma *Tik Tok* para medir su relación con los niveles de alfabetización mediática del cantón La Libertad en el año 2024.

Nombre de la paginas: Rafael Correa oficial

N°	Criterios	Si	No	Observaciones
1.	Fuente de información no verificada	X		Según lo observado en la página se registra información no verificada.
2.	Sensacionalismo o tono alarmista	X		En la observación se denoto los títulos con tonos sensacionalista y alarmistas.
3.	Inconsistencia con medios confiables	X		Las noticias emitidas por esta paginas llegan a caer en redundancias e inconsistencia con medios confiables.
4.	Uso de imagines o videos descontextualizados	X		Durante el monitoreo se observó imágenes alteradas con fines de descontextualizar la información.
5.	Repetición de rumores o teorías conspiratorias	X		Se observó que se llega a utilizar rumores y teorías como fuente en sus noticias.
6.	Propagación rápida de noticias sin análisis	X		Se denota que en la emisión de la información no se da un análisis de lo que se emite con anterioridad.
7.	La información no es clara	X		En las Información monitoreada en la página se ve la falta de claridad en la información emitida.
8.	Manipulación de estadísticas y datos	X		Las publicaciones y noticas existentes en la página suelen tener carencia de estadística realistas.
9.	Objetividad en su punto de vista		X	El usuario que emite la información en la página suele estar ligado o ser parte de un movimiento político por lo tanto siempre va en contra de sus contrarios.

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN): cn=ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE, serialNumber=0910759851-020224004204, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION, o=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC

Fecha: 2024.10.22 22:02:47 -05'00'
Versión de Adobe Acrobat Reader:
2024.003.20180

Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD
.Juez experto
C.I: 0910759851

Técnica: Ficha de contenido de observación

Instrumento: Análisis de contenido

Tema: La desinformación en la plataforma *Tik Tok* y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024

Objetivo: Analizar el impacto de la desinformación en la plataforma *Tik Tok* para medir su relación con los niveles de alfabetización mediática del cantón La Libertad en el año 2024.

Nombre de la paginas: 100% Barcelonista EC

N°	Criterios	Si	No	Observaciones
1.	Fuente de información no verificada	X		En la observación de la página se registra diferente información emitida que si son verificadas por paginas oficiales.
2.	Sensacionalismo o tono alarmista	X		Se denota títulos con tonos sensacionalista y alarmistas.
3.	Inconsistencia con medios confiables		X	En el monitoreo de la página no se observa noticias inconsistentes hacia los medios confiables.
4.	Uso de imagines o videos descontextualizados		X	No se observa atreves del monitoreo imágenes alteradas que puedan descontextualizan toda la información.
5.	Repetición de rumores o teorías conspiratorias	X		Se observa que se llega a utilizar rumores y teorías conspirativas al exponer la información.
6.	Propagación rápida de noticias sin análisis		X	No se denota en la reproducción de la información emisión de información sin análisis.
7.	La información no es clara		X	Según lo observado en la página el usuario logra su cometido al emitir la información.
8.	Manipulación de estadísticas y datos		X	En la información que se monitoreo no se observó uso de manipulación en estadísticas.
9.	Objetividad en su punto de vista	X		El usuario que emite las noticias e información siendo objetivo en sus comentarios.

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN): cn=ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-020224004204,
ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION, o=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC

Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD
 .Juez experto C.I: 0910759851

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

Título:	La desinformación en la plataforma Tik Tok y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024																			
Autores:	Gonzabay Reyes José Ricardo Jordy Didier Orrala Moreira																			
Variable	Dimensión	Indicador	Items	Opiniones de respuesta	Criterio de evaluación relación entre:								Observación y/o recomendación							
					Variable y dimensión		Dimensión e indicador		Indicador e Items		Items y opción de respuesta									
					SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO								
Desinformación	Infoxicación	Percepción de la sobrecarga de información	¿Tik Tok tiene contenido que conlleva a la desinformación?																	

Tipos de desinformación	Clasificación de desinformación	¿Considera que Tik Tok no implementa medidas efectivas para reducir la difusión de desinformación en la plataforma?						X		X		X		X		
Medios de difusión	Identificación de los mensajes	¿Tik Tok tiene más desinformación que otras plataformas?						X		X		X		X		

	Frecuencia de exposición	Fuente de información	¿Los creadores de contenidos en Tik Tok suelen compartir noticias sin verificar la veracidad de la información?							X		X		X		X	
	Fuente de información	Evaluación de la credibilidad de la fuente	¿La falta de alfabetización mediática puede hacer caer en la desinformación?							X		X		X		X	
Alfabetización mediática	Alfabetización digital	Capacidad para identificar fuentes	¿los usuarios de Tik Tok son conscientes del problema de la desinformación en la plataforma?							X		X		X		X	
	Información mediática	Nivel de confianza en el uso de herramientas	¿Considera que la desinformación en Tik Tok ha afectado la capacidad para confiar en la plataforma?							X		X		X		X	

Reflexión crítica	Cuestionamiento de la veracidad de información	¿Es probable que la desinformación en Tik Tok tenga un impacto						X		X		X		X		
-------------------	--	--	--	--	--	--	--	---	--	---	--	---	--	---	--	--

			negativo en temas de salud o política?														
	Audiencia activa	Proporción de contenido creado y compartido	¿Tik Tok debería hacer más esfuerzos para educar a sus usuarios sobre la desinformación?					X		X		X		X			
	Impacto de los Medios	Cambio de la opinión personal	¿Cambia de opinión sobre un tema importante después de ver información en Tik Tok que resultó ser falsa?					X		X		X		X			

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY
AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO
GUILLERMO CLERY AGUIRRE
Nombre de reconocimiento (DN):
cn=ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-020224004
204, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION
DE INFORMACION, o=SECURITY DATA
S.A. 2, c=EC
Fecha: 2024.10.22 22:03:05 -05'00'
Versión de Adobe Acrobat Reader:
2024.003.20180

Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD
.Juez experto
C.I: 0910759851

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Guía de preguntas – Desinformación – Alfabetización mediática

Indicadores	Criterios	Deficiente					Regular					Buena					Muy Buena					Excelente					OBSERVACIONES
		0 - 20					21 - 40					41 - 60					61 - 80					81 -100					
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
		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																					95					
2. Objetividad	Expresa conductas observables																					95					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																					95					
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																					95					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																					95					
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																					95					
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																					95					
8. Coherencia	Relación en variables e indicadores																					95					
9. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																					95					

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Promedio:	95
Juez Experto	Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.
CI:	0910759851
Teléfono	0961599267
E-mail:	clery@upse.edu.ec
<p>ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE</p> <p>Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE Nombre de reconocimiento (DN): cn=ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE, serialNumber=0910759851-020224004204, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION, o=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC Fecha: 2024.10.22 22:03:23 -05'00' Versión de Adobe Acrobat Reader: 2024.003.20180</p> <p>Firma</p>	

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres:	José Ricardo Gonzabay Reyes	
	Jordy Didier Orrala Moreira	
TITULO DEL TEMA INVESTIGACIÓN		
La desinformación en la plataforma <i>Tik Tok</i> y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad año 2024		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Ficha de contenido	
Objetivo:	Analizar el impacto de la desinformación en la plataforma Tik Tok para medir su relación con los niveles de alfabetización mediática del cantón La Libertad en el año 2024	
Dirigido a:	Las páginas que se encuentran dentro de la plataforma Tik Tok	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.	
Documento de identidad:	0910759851	
Grado académico:	Doctor – PhD. en Información	
Especialidad	Información y comunicación	
Experiencia profesional (años)		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No aplicable
x		
Sugerencia:		

**ARTURO
GUILLERMO
CLERY AGUIRRE**

Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE. La Libertad, 16 de octubre de 2024
 Nombre de reconocimiento (DN): cn=ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE, serialNumber=0910759851-020224004204, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION, o=SECURITY DATAS.A. 2, c=EC

Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD

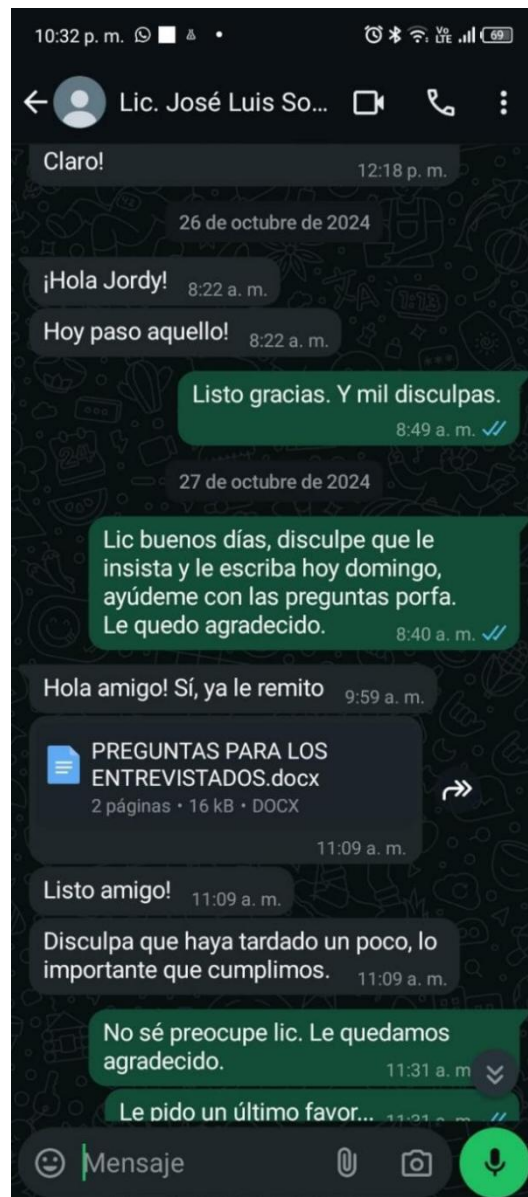
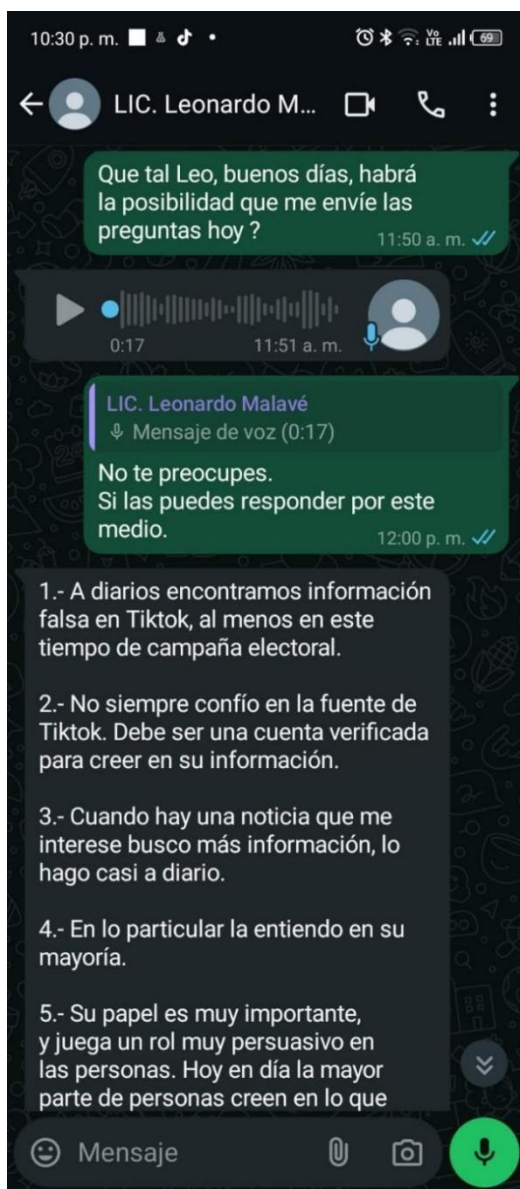
Juez experto

C.I:

0910759851

Anexo 3: Mensajes para entrevista vía Whatsapp

Figura 12 Mensajes para entrevista vía Whatsapp



Anexo 4: Evidencias de Tutorías

Figura 13 Evidencias de Tutorías

