



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

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

TEMA

COMUNICACIÓN MEDIÁTICA Y LA INFOXICACIÓN EN LA
PLATAFORMA FACEBOOK DE LOS ADOLESCENTES DE 12 A 19
AÑOS DE LA COMUNA SAN PABLO, AÑO 2022.

AUTORA:

KIMBERLY NICOLE MORALES FLORES

TUTOR:

LIC. MARIA POSLIGUA QUINDE, MSc.

TUTOR ESPECIALISTA:

Ab. ARTURO CLERY AGUIRRE, Ph.D.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

SUB-LÍNEA:

MEDIOS IMPRESOS, Y LA UTILIZACIÓN DE LAS TIC AL DESARROLLO SOCIAL

LA LIBERTAD — ECUADOR



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

TEMA

Comunicación Mediática y la Infoxicación en la Plataforma Facebook de los Adolescentes de 12 a 19 Años de la Comuna San Pablo, Año 2022.

Autor: Kimberly Nicole Morales Flores

Tutor: Lic. Maria Posligua Quinde, Msc.

AGRADECIMIENTO

Es necesario agradecer por muchas cosas, en estos cuatro años he recibido apoyo de personas que nunca imaginé, que me aconsejaron e impulsaron a seguir avanzando. Agradezco a mis pilares principales; mi madre y hermanos, quienes apoyaron mis inicios.

También agradezco a los maestros, quienes me ayudaron a alcanzar las metas propuestas impartiendo las clases necesarias para poder llegar a graduarme, además a todas las personas que por su propia iniciativa me apoyaron e impulsaron a seguir con mis estudios.

KIMBERLY MORALES

DEDICATORIA

Dedico mis triunfos y metas alcanzadas a mi pilar principal, Yadira Raquel Flores Hurtado, mi madre, quién ha visto todos mis procesos y aun así sigue apoyándome cuando quiero iniciar nuevas etapas a favor de mi crecimiento personal y profesional. A mis hermanos, que con sus bromas me apoyaron a seguir asistiendo a clases.

KIMBERLY MORALES

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR



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

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

La Libertad, 4 de febrero de 2023

Doctora

Lilian Susana Molina Benavides

Directora de la Carrera de Comunicación

En su despacho. –

En calidad de tutor asignado por la Carrera de Comunicación, informo a usted que el señor: **KIMBERLY NICOLE MORALES FLORES** con cédula de identidad N° **2450390089** ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de titulación de grado y postgrado de la UPSE (UIC).

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

Debo indicar, que el señor: **KIMBERLY NICOLE MORALES FLORES** ha cumplido el Trabajo de Titulación en la (UIC) con el proyecto de investigación titulado: **COMUNICACIÓN MEDIÁTICA Y LA INFOXICACIÓN EN LA PLATAFORMA FACEBOOK DE LOS ADOLESCENTES DE 12 A 19 AÑOS DE LA COMUNA SAN PABLO, AÑO 2022.**

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

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

Atentamente,

Lcda. María Isabel Posligua Quinde. MSc
Docente tutor/a
Trabajo Integración Curricular II
CI: 2400115875
Correo Institucional: mposligua@upse.edu.com
Cel: 0982525570

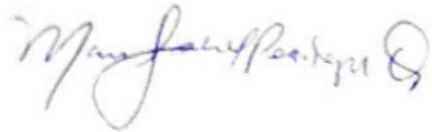
**MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**



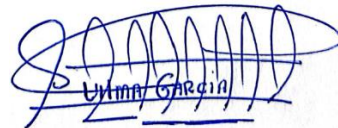
Dra. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
**DIRECTORA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Abg. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. Posligua Quinde María Isabel, Mgtr.
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



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



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



Morales Flores Kimberly Nicole
ESTUDIANTE

DERECHOS DE AUTOR

Yo, **KIMBERLY NICOLE MORALES FLORES**, con número de cédula **2450390089**, estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena declaro que el trabajo de titulación; **proyecto de investigación**, presentado en la Unidad de Integración Curricular (UIC), cuyo tema es: **COMUNICACIÓN MEDIÁTICA Y LA INFOXICACIÓN EN LA PLATAFORMA FACEBOOK DE LOS ADOLESCENTES DE 12 A 19 AÑOS DE LA COMUNA SAN PABLO, AÑO 2022**.
Corresponde exclusividad responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

TEMA	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR.....	V
DERECHOS DE AUTOR.....	VI
RESUMEN	XII
ABSTRACT.....	XIII
INTRODUCCION	1
1. CAPÍTULO I – FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	3
1.1 Descripción del problema.....	3
1.2. Formulación del problema.....	4
1.3. Preguntas de investigación	4
1.4 Justificación	4
1.5 Objetivos.....	5
1.5.1 Objetivo General.....	5
1.5.2 Objetivos Específicos	5
1.6 Hipótesis	5
1.7 Variables.....	5
1.7.1 Variable Independiente	5
1.7.2 Variable Dependiente	5
1.8 Variable Operacionalización	6
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1 Antecedentes.....	7
2.2 Marco conceptual.....	8
2.2.1 Comunicación mediática	9
2.2.2 Actor social	9
2.2.3 Redes Sociales	10
2.2.4 Contenido informativo.....	10
2.2.5 Uso de información.....	10
2.2.6 Ejercicio interactivo.....	11

2.2.7 Prosumidor.....	11
2.2.8 Infoxicación	12
2.2.9 Exceso de redes sociales.....	12
2.2.10 Nativos digitales	13
2.2.11. Sobrecarga de información	13
2.2.12. Impacto de la red social	13
2.2.13. Regulaciones de Facebook	14
2.3 Marco Legal.....	14
3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	16
3.1 Tipo de investigación.....	16
3.2 Enfoque de la investigación.....	16
3.3 Diseño de investigación.....	16
3.4. Métodos de investigación	17
3.5 Técnica e instrumento de recolección de datos	17
3.5.1 Entrevista	18
3.5.2 Encuesta.....	18
3.6. Universo, población y muestra	18
3.6.1 Población	18
3.6.2 Muestra	19
3.6.4 Criterio de inclusión y exclusión	19
4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	21
4.1 Procesamiento de información	21
4.2 Análisis e interpretación de resultados	21
4.2.1 Análisis Cuantitativas: Encuestas	21
4.2.2 Análisis Cualitativa: Entrevista	33
4.3. Discusión de resultados	35
CONCLUSIONES	38
RECOMENDACIONES	39
Bibliografía.....	40
ANEXOS.....	43
Anexo 1. Árbol del problema	43
Anexo 2 Matriz operacional de variables	44

Anexo 3. Instrumento de validación.....	45
Anexo 4. Aplicación de entrevistas y encuestas	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1. Cree que los medios digitales en Facebook son	22
Tabla 2. ¿Qué tipo de contenido a usted le gusta en la plataforma Facebook?	23
Tabla 3. ¿Qué tipos de contenidos usted comparte en la plataforma Facebook?	24
Tabla 4. ¿Qué tipo de usuario sigue en la red social?	25
Tabla 5 ¿Con que frecuencia comparte contenidos informativos de medios digitales?	26
Tabla 6. ¿Con que frecuencia actúa interactivamente en la plataforma Facebook?	27
Tabla 7. ¿Cuántas horas usa usted la plataforma Facebook?	28
Tabla 8. ¿Qué impacto tiene en el internauta el uso excesivo de la plataforma Facebook?	29
Tabla 9. ¿Qué ámbito de la comunicación se sobrecarga en tu página de red social? .	30
Tabla 10. ¿Conoce las normativas de comunidad que tiene la red Facebook?	31
Tabla 11. ¿Por qué los adolescentes violan las normativas de accesibilidad a una cuenta de Facebook?	32
Tabla 12. Análisis de resultados de preguntas estructuradas	33
Tabla 13. Matriz operacional de variables	44
Tabla 14. Instrumento de validación: Encuestas	45
Tabla 15. Instrumento de validación: Entrevista.....	47
Tabla 16. Ficha de evaluación del instrumento.....	51
Tabla 17. Validez de contenido del instrumento	54

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Cree que los medios digitales en Facebook son	22
Gráfico 2. ¿Qué tipo de contenido a usted le gusta en la plataforma Facebook?	23
Gráfico 3. ¿Qué tipos de contenidos usted comparte en la plataforma Facebook?	24
Gráfico 4. ¿Qué tipo de usuario sigue en la red social?	25
Gráfico 5. ¿Con que frecuencia comparte contenidos informativos de medios digitales?	26
Gráfico 6. ¿Con que frecuencia actúa interactivamente en la plataforma Facebook?	27
Gráfico 7. ¿Cuántas horas usa usted la plataforma Facebook?	28
Gráfico 8. ¿Qué impacto tiene en el internauta el uso excesivo de la plataforma Facebook?	29
Gráfico 9. ¿Qué ámbito de la comunicación se sobrecarga en tu página de red social?	30
Gráfico 10. ¿Conoce las normativas de comunidad que tiene la red Facebook?	31
Gráfico 11. ¿Por qué los adolescentes violan las normativas de accesibilidad a una cuenta de Facebook?	32

RESUMEN

El presente trabajo de investigación analiza la comunicación mediática y la infoxicación en la plataforma Facebook de los adolescentes de 12 a 19 Años de la Comuna San Pablo para regular los contenidos publicados.

Se ha utilizado la población de adolescentes que habitan en la comuna, con en la finalidad de analizar si existe infoxicación en la comuna San Pablo a causa de la comunicación mediática, para ello se seleccionó una muestra de 210 adolescente.

La metodología que se aplicó fue la descriptiva, debido a que a través de las técnicas de encuesta y entrevista se recolectaron la información necesaria, las unidades de análisis proporcionaron las bases aptas para realizar un estudio de la comunicación mediática y su impacto. Por otro lado, la infoxicación que se genera en la plataforma Facebook genera que se recomiende la elaboración de un plan estratégico para reeducar a los usuarios, adolescentes de 12 a 19 años de la comuna de San Pablo.

Los resultados revelan que la comunicación mediática forma parte de los contenidos que se consumen mientras que la infoxicación se presenta, pero en menor escala, debido a ello se recomienda a los tutores y adolescentes que se instruyan en el correcto uso de las plataformas, tal resultado responde a la hipótesis planteada, dado que los adolescentes de la Comuna San Pablo tienen que aprender el correcto manejo de la plataforma Facebook.

Palabra clave: Comunicación mediática, infoxicación, adolescentes y redes sociales.

ABSTRACT

This research work analyzes media communication and infoxication in the Facebook platform of adolescents between 12 and 19 years old in the commune of San Pablo in order to regulate the contents published.

To analyze whether there is infoxication in the commune of San Pablo due to media communication, the population of adolescents residing in the commune was used, for which a sample of 210 adolescents was selected.

The methodology applied was descriptive, since the survey and interview techniques were used to collect the necessary information, the units of analysis provided the basis for a study of media communication and its impact. On the other hand, the infoxication generated on the Facebook platform generates the recommendation for the elaboration of a strategic plan to re-educate the users, adolescents aged 12 to 19 years old from the commune of San Pablo.

The results reveal that media communication is part of the contents that are consumed while infoxication is present but on a smaller scale, due to this, it is recommended to instruct tutors and adolescents in the correct use of the platforms, such result responds to the hypothesis, given that adolescents from the commune of San Pablo should learn the correct management of the Facebook platform.

Keyword: Media communication, infoxication, adolescents and social network

INTRODUCCION

La investigación se titula como “La comunicación mediática y la infoxicación en la plataforma Facebook de los adolescentes de 12 a 19 años de la comuna San Pablo, año 2022”.

Este tema trata de la importancia del consumo de redes sociales y contenidos noticiosos, permitiendo que el periodista digital realice un tratamiento de información debido a que la noticia puede perder el sentido de informar, si los datos no son procesados correctamente. En la plataforma Facebook se puede evidenciar que en muchas ocasiones se transmite información sin su debido tratamiento, generando una desinformación y que en el momento de compartir por otros usuarios se convierte en infoxicación. Por ello, la siguiente investigación tendrá como objetivo es analizar la comunicación mediática y la infoxicación en la plataforma Facebook de los adolescentes de la comuna San Pablo para regular los contenidos publicado.

A través de la metodología empleada se buscó informar lo que se recolectó a través de un enfoque cualitativo con rasgos de enfoque cuantitativo, debido a que se utilizaron encuestas como técnica de recolección de información a los adolescentes de la comuna San Pablo. Por otro lado, se emplearon entrevistas para definir conceptos que contraste la información recabada.

Se alcanzó una perspectiva delimitada de la variable independiente: comunicación mediática, y de la independiente: infoxicación. De igual manera se usa el diseño funcionalista que ayudó a identificar el impacto que tiene el uso excesivo de redes en adolescentes de 12 a 19 años de la comuna San Pablo.

La población de adolescentes que comprenden entre 12 a 19 años siendo habitantes de la comuna San Pablo, presentando una muestra de 210 adolescentes direccionado como un muestreo probabilístico estratificado. Por ello, se toma en cuenta el criterio de inclusión y exclusión dándole paso al muestreo no probabilístico.

Posteriormente se analiza la información recolectada, con información de datos según autores para contrastar si existe infoxicación debido a comunicación mediática en las

plataformas de los de los adolescentes verificando las preguntas e hipótesis planteadas en la presente investigación.

En conclusión, la siguiente investigación tiene la finalidad de identificar si los adolescentes de la comuna San Pablo son parte de la población que consumen y difunden contenidos sin antes realizar una verificación, formando parte de la población que carece del conocimiento necesario, debido a ello se tiene la finalidad de identificar el nivel de intoxicación para posteriormente sugerir a las autoridades comunales que realicen un plan estratégico a favor de la población de adolescentes.

Para finalizar se presenta un resumen de los cuatro capítulos de la investigación:

En el capítulo uno se laboró el tema de proyecto dónde se detallará una descripción del por qué se realizará el proyecto, hoy también se elaboró objetivos, hipótesis y preguntas que se despejaron en el capítulo cuatro.

El capítulo dos se da un contraste de información con autores, quienes ya han realizado investigaciones previas del tema ayudando a que la información de la investigación desarrollada tenga fundamentos científicos y teóricos. Usando información nacional, local e internacional, en el marco legal se aplicaron normativas jurídicas que respalden los contenidos plasmados en el proyecto.

Por consiguiente, en el capítulo tres se estableció la metodología que se usó, describiendo el enfoque, el tipo, la técnica e instrumentos que se usaron para la recolección de datos.

Por último, en el capítulo cuatro se sistematiza la información recabada para para la obtención de conclusiones resultados que presencié el investigador despejando así la hipótesis planteada en el inicio de esta.

1. CAPÍTULO I – FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del problema

En la actualidad, la comunicación mediática se basa en transmitir contenidos informativos en los medios de comunicación incluyendo los medios digitales, en donde se difunde contenido informativo con respuestas al instante, por eso Rivera y Diana (2019) manifiesta que son “agentes configuradores de nuevas sociedades que busca crear nuevas formas de interacción y nuevos modelos de poder. De esta manera se origina una nueva forma de informativo comunicativo para ser analizada con el fin de estudiar sus finalidades”, dando paso a la convergencia mediática enfocada en la difusión de información en plataformas digitales. Debido al libre acceso que estas tienen ha llegado crearse una infoxicación, misma que se conoce como la información en grandes cantidades, que en ocasiones puede llegar a ser abrumadora. (Pedriza, 2018) menciona que se mantienen envuelta en las actuales audiencias que merecen la pena reflexionar sobre el papel que toma en la sociedad.

En Ecuador la comunicación mediática se presenta como un actor social que permite dar paso a nuevas formas de comunicar usando nuevas herramientas tecnológicas. Esta investigación se plantea como una mirada a las *mass media* y la Ley de Comunicación, donde se verifica que si se respeta la Ley Orgánica de Comunicación, la cual beneficiaria a las nuevas creaciones de informativos comunicativos de manera activa, estableciendo objetivos a cumplir. Por otro lado, la investigación de la infoxicación durante la pandemia manifiesta que las redes sociales no transmiten la información por completo, además que los usuarios no saben buscar información adecuadamente, consumiendo lo primero que aparece en el feed dándole paso a la infoxicación.

En la comuna San Pablo, los usuarios de 12 a 19 años presenta la tendencia de consumir y replicar informaciones noticiosas a través de la red social Facebook, que en muchas ocasiones pueden llegar a ser falsas, de esta forma se duplica una información innecesaria, compartiendo datos y difundiendo contenidos informativos con el propósito de que llegue a otros usuarios, dando origen a la infoxicación. Dentro de la comunicación

mediática es importante conocer el contenido informativo que causa la desinformación, por no tener el correcto tratamiento periodístico en las noticias que comparten los adolescentes. Debido a estas réplicas comunicacionales, la infoxicación se ha hecho presente en las redes sociales causando que exista una saturación de información por el mal uso de la plataforma Facebook.

1.2. Formulación del problema

En la siguiente investigación se plantea la siguiente pregunta ¿Cómo repercute la comunicación mediática y la infoxicación en la plataforma Facebook de los adolescentes de 12 a 19 años de la Comuna San Pablo, 2022?

1.3. Preguntas de investigación

- ¿Cuál es el impacto que tiene la comunicación mediática en los adolescentes de la comuna San Pablo?
- ¿Qué nivel de infoxicación tienen la red social de Facebook de los adolescentes de la comuna San Pablo?
- ¿Cómo reeducar a los adolescentes para evitar la infoxicación en las plataformas de Facebook?

1.4 Justificación

La comunicación mediática está presente en todos los medios de comunicación incluyendo los medios sociales, dentro de ellos se encuentran la plataforma Facebook. Es relevante conocer qué tipo de información se publica y cuáles pueden ser causa de una posible infoxicación.

Por tal razón, es importante conocer el impacto que tiene la comunicación mediática, el nivel de infoxicación y como reducirla en las plataformas digitales de los adolescentes de 12 a 19 años de la comuna San Pablo. De esta forma, ellos podrán dar un correcto uso informativo a través de la red social Facebook. Al tener el suficiente conocimiento de las herramientas digitales y saber aprovecharlas para una comunicación y

difusión de información de importancia, la comunidad podrá mantenerse informada de mejor manera.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Analizar la comunicación mediática y la infoxicación en la plataforma Facebook de los adolescentes de 12 a 19 Años de la Comuna San Pablo para regular los contenidos publicados.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Analizar la comunicación mediática y su impacto en la red social de Facebook de los adolescentes de 12 a 19 años de la comuna de San Pablo.
- Identificar la infoxicación que se genera en la plataforma Facebook de los adolescentes de la Comuna San Pablo.
- Sugerir un plan estratégico para reeducar a los usuarios adolescentes que poseen una cuenta de la plataforma Facebook.

1.6 Hipótesis

El mal empleo de la comunicación mediática sería la causante de la infoxicación en la plataforma Facebook de los adolescentes de 12 a 19 años de la Comuna San Pablo, 2022.

1.7 Variables

1.7.1 Variable Independiente:

Comunicación Mediática según Morales (2016) “Es entendida como la comediación, es decir, es una estructura de acogida fundamental”.

1.7.2 Variable Dependiente:

Infoxicación es “la sobrecarga o exceso de la información provocada por la profusión de contenidos en la red. Es dominada como la enfermedad de la sociedad digital de principios del siglo XXI”, según (Gómez, 2016).

1.8 Variable Operacionalización

La siguiente matriz de operacionalización de variables que aborda la temática planteada se adjunta en el anexo 2.

2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

La comunicación mediática como actor social busca dar sentido a los eventos publicados en los medios digitales estableciéndose como parte integradora de la sociedad.

Terrón (2004) indica en su libro de medios de comunicación y sociedad que la comunicación mediática contribuye a la imagen de la sociedad, se presenta de manera coherente y general a todos los aspectos de la sociedad, además de que los contenidos mediáticos cumplen con dos factores; los factores de normalización social y excepcionalización espectacular.

Mientras que (Domaccin, 2016) afirma en el artículo de la cultura de masas y los medios de comunicación, su incidencia en la sociedad, “la comunicación mediática sirve de instrumento de consolidación y conservación de culturas, siendo un actor social que pretender dar un sentido a la vida”, por eso, se busca la conservación de las culturas, ya sea de manera local, global, internacional y nacional; muchas veces se toma en cuenta la calidad de información mediante la cantidad de reacciones y la cercanía que tiene con el público.

Como se presenta en la investigación de recepción activa en Facebook y Twitter y discursividad social en torno al tratamiento mediático del examen ser bachiller en el régimen costa por parte de la Universidad Andina Simón Bolívar (2022) “la comunicación mediática en la plataforma Twitter no tiene mucha demanda por parte de los usuarios, por otro lado, el contenido de Facebook es más consumible debido a los tipos de temas que se manejan” se menciona que, los contenidos que mayormente se consumen son temas sensacionalistas que impulsa al adolescente a replicar estos, por eso se expone como resultado lo siguiente:

La comunicación mediática y su intervención en las redes sociales de las investigaciones ya expuestas; manifiestan que en efecto es un actor social para la construcción y conservación de conocimientos. Coincidiendo con la primera variable de la presente investigación.

Por otra parte, la infoxicación hace una relación a la cantidad de información que se genera mediante la búsqueda y uso de las plataformas digitales.

Por ello, en el artículo de infoxicación, angustia, ansiedad y web semántica de Vania et al , (2015) se afirma que los volúmenes de información que se generan son a causa del consumo, réplica y búsqueda de información determinada. (pág. 22)

En otras palabras, se hace la mención de la infoxicación como una acción involuntaria en plataformas digitales como es Facebook, una aplicación que se usa mediante el internet y muchas veces se busca información de personas, lugares, productos o situaciones que sean subidas a la plataforma, es decir, se puede encontrar una variedad de información, cabe mencionar que, a pesar de que exista mucha información, la mayoría de las personas aún mantienen desconocimiento.

Concuerda, Velez (2022) en la investigación de infoxicación: Rutinas productivas y difusión de contenidos en la fanpage del medio digital Toledito TV, que las grandes cantidades de información en la plataforma Facebook no garantiza que la población este informada, porque el periodista que quiera difundir un contenido tendrá que saber identificar el contenido imperativo para los usuarios.

Según Franco y Gertrudix (2015), concluye en la investigación de Infoxicación: Implicaciones del Fenómeno en la Profesión Periodística, “que la infoxicación también llega a ser un problema de orden social por el desconocimiento de las herramientas y discursos de las plataformas digitales”. Esta nueva variable da paso a que se inicie un análisis entre volumen de información y orden social.

Mediante la investigación presentada se explica que la infoxicación se caracteriza por los altos volúmenes de información y ser un problema de orden social. Por tal motivo, encaja para la segunda variable de la presente investigación.

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Comunicación mediática

Los medios mediáticos buscan tener un impacto en la sociedad, es decir, con mayores avances y con las herramientas tecnológicas que se presentan en los desarrollos científicos, por ello:

La comunicación mediática, según Romero (2019) son los agentes sociales encargados de un cambio social, en donde se originan nuevas maneras de interacción y acción en la sociedad, generando nuevos modos de estatutos de poder e innovando en modelos tecnológicos como el fenómeno de informativos comunicativos.

Se presenta mediante las plataformas de redes sociales, en este caso Facebook siendo la comunicación mediática el principal actor social.

2.2.2 Actor social

Son personajes o contenidos que causan la réplica de información, según el tipo de información que el usuario consume. Es decir, los algoritmos que replican los contenidos de acuerdo con la preferencia de cada usuario.

González (2019) menciona que los actores sociales: Son unidades sociales individuales, grupales u organizativas caracterizadas por ser capaz de vincular relaciones con el fin de comprender la situación o individuo, los actores sociales están estructurados de relación y comprensión entre si mediante interacciones en las plataformas digitales. (pág. 15)

Por eso, Aguirre (2014) habla de las características de los actores sociales; las redes sociales se diferencian según los actores sociales que se presenten, por ejemplo:

redes modo: en el que se estudia un único actor y la relación que lo vincula, donde se presentan las relaciones institucionales o grupales, redes modo dos; donde se estudian dos actores sociales y por ultimo las redes modos N relacionándose 3 o más actores.

Hablando de manera general el actor social se presenta de diferentes maneras, en las redes sociales.

2.2.3 Redes Sociales

Las redes sociales son herramientas tecnológicas que facilitan la comunicación e interacción entre individuos en distancias largas o cortas. Valencia y Cabero (2019) explican que las redes sociales se han convertido en una de las principales reglas de la comunicación e interacción entre individuos. Además, son plataformas donde se puede ingresar por entretenimiento o por trabajo, es decir que las plataformas digitales también se utilizan para difundir o promocionar marcas, productos, entre otros.

“La utilización de las redes sociales se realiza mediante la implementación de herramientas de enseñanza – aprendizaje para cualquier ámbito académico y a su vez ámbitos comerciales”, así lo menciona Marin y Cabero (2019) De acuerdo con los varios conceptos se puede mencionar que en las redes sociales se encuentran información variada de todos los ámbitos, pero delimitando el trabajo se tratara de contenidos informativos.

2.2.4 Contenido informativo

“Es toda información que se encuentra contenida dentro de soportes informativos, sea de manera digital o física, esta información puede ser de cualquier área como: texto, gráficos, ilustración, etc.”. Rivera (2022)

El contenido informativo enfocado en redes sociales, se basa en el personaje como un prosumidor, es decir que además de consumir información, sea esta de cualquier índole produce su propio contenido.

Según (Pedriza, 2018) menciona que “los medios de comunicación en redes sociales deben cuidar muy bien el contenido que se suba, debido a que la información puede llegar a ser heterogéneo”. A causa de ello se tiene que analizar con cuidado la audiencia que se tiene y los contenidos que se usaran para posteriormente difundir.

2.2.5 Uso de información.

(Montoya et al., 2019) explica una de las facilidades de las redes sociales, que ayudan a los usuarios a mantenerse conectados y a su vez, compartir contenidos que otros han generado, este puede llegar a estar en una escala mundial, según el número de replicas que se realicen a la publicación.

El uso de información inicia desde algo micro y poco a poco va creciendo hasta convertirse en información a gran escala. Por ello, es necesario definir el ejercicio interactivo de los usuarios en la plataforma Facebook.

2.2.6 Ejercicio interactivo

Para Landeta et al. (2020) “el ejercicio interactivo digital define a un actor activo formando parte del proceso de recolección de información y a su vez de difusión, tiene el objetivo de descubrir lo que los demás desean”.

Es más conocido por participación ciudadana digital, que tiene por objetivo trascender, buscar que las noticias evolucionen a la construcción de esta mediante los aportes de cada usuario.

“Unas de las características básicas del ejercicio interactivo es la conversación entre usuarios estableciéndola como una comunicación bidireccional, debido a que esta impulsa al dialogo y al entretenimiento mutuo”. (Zabala et al., 2022)

El ejercicio interactivo forma parte de las características de quienes usan las redes de manera constantes, a quienes se les denominan prosumidores.

2.2.7 Prosumidor

El usuario activo es quien gestiona la información, es decir, son quienes deciden como usar y publicar ciertos datos.

Los usuarios activos son quienes impulsan la participación ciudadana, pero de manera virtual, expresándose o defendiendo algún punto mediante las redes sociales, así lo menciona Vizcaino (2019)

Por ello, los usuarios activos son quienes impulsan la participación digital en las redes sociales, específicamente Facebook pero es necesario hacer una aclaración, la acción de participación ciudadana se debe realizar con cuidado para evitar la intoxicación.

2.2.8 Intoxicación

La información e intoxicación en la misma palabra les da una definición a las grandes cantidades de información, la cual puede llegar a perjudicar a la sociedad “es necesario recalcar que la intoxicación se origina en áreas digitales, destacando que en parte se da por la falta de atención crítica y al desinterés por la lectura combinado con la instantaneidad de las redes”, Ramón y Gil (2021)

2.2.9 Exceso de redes sociales

Mendoza (2018) menciona que, el uso excesivo de la red social ha provocado que exista poca comunicación física entre las personas, mientras que el uso de redes sociales como es Facebook atrae a que el usuario se involucre en diversos espacios de la plataforma que poco a poco van captando con intensidad la atención del individuo.

Una vez se capta la atención del individuo, los contenidos en la plataforma Facebook aumentan o se replican debido a que se usa con mayor frecuencia dicha red por eso Rodado et al (2021) recalca que, las personas que adquieran dispositivos móviles sin importar la edad, estrato social y entre otros; no debe tener un uso sin restricciones de internet, ni tiempo ilimitado, pues esto provoca que exista un excesivo uso de la plataforma Facebook llegando a buscar cada impresión y concepto del individuo adicto a redes sociales.

Existen personas que cuando nacieron ya existían las redes sociales y por ello consumen mucho contenido de diferentes plataformas. A este tipo de usuarios se les denomina el nombre de nativos digitales.

2.2.10 Nativos digitales

De acuerdo con, Gertrudix, 2009 como se citó en (Álvarez ,2019) “los nativos digitales son aquellos grupos de personas que nacen dentro del marco tecnológico digital, siendo capaces de manipular los aparatos electrónicos debido a que para ellos es completamente normal”.

Los nativos digitales tienen la destreza de usar todas las herramientas digitales sin impedimento debido a que han aprendido a usar las redes sociales través de su crecimiento. “Por ser nativos se mantienen proponiéndose retos, como lo es la concentración de la propiedad de los medios, asumiendo la independencia como contrapoder posicionando temas que consideran relevantes para el público” Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación. (2019)

A raíz de los nuevos retos surge la sobrecarga de información, debido a que los nativos digitales tienden a ser prosumidores, es decir, consumen y producen información.

2.2.11. Sobrecarga de información

La sobrecarga de información es inevitable debido a que el uso de redes sociales es constante. Según Romero (2019) dice “que la sobrecarga de estímulos provocando que los nuevos estímulos no se produzcan debido a que existe saturación”.

A causas de las estimulaciones establecidas ya no se permiten nuevos estímulos debido a que ya existen demasiado, y cada uno de ellos tienen sus similitudes, por eso se presenta la sobrecarga de información, es necesario establecer el impacto que tiene cada información digital en la sociedad.

2.2.12. Impacto de la red social

El impacto de las redes sociales puede causar el comportamiento disfuncional del usuario, estos comportamientos pueden ser variados como: problemas en el trabajo o en las escuelas, bajo rendimiento, etc. Espinel, et al (2021)

El impacto que pueda tener las redes sociales en los usuario o nativos digitales puede ser muy variado, debido a que se comparten contenidos según la afinidad de cada persona que puede repercutir en el comportamiento de la audiencia.

Salaza et al, (2021) menciona que, es necesario que los establecimientos educativos implementen áreas psicosociales que ayuden a los adolescentes para que no se conviertan en adictos a las redes sociales, provocando que su rendimiento académico se vea afectado.

Debido a las adicciones que los adolescentes puedan desarrollar se tiene que verificar las regulaciones que tiene la red social Facebook.

2.2.13. Regulaciones de Facebook

Según (Metaverso, 2019) “no se admite a niños menores de 13 años o edad mínima del país que reside, debido a los contenidos que se pueden visualizar en la plataforma”. tampoco se permite a personas, quienes han sido condenados por abuso sexual, estas medidas se tomaron con el fin de cuidar a los usuarios de Facebook para que sean capaces de explorar las herramientas de la plataforma sin el temor de exponerse.

2.3 Marco Legal

(Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación, 2-4 de 2013)

Art. 2.- Son titulares de los derechos establecidos en esta Ley, individual o colectivamente, todas las personas ecuatorianas y extranjeras que residen de manera regular en el territorio nacional, sin importar su cargo o función en la gestión pública o la actividad privada, así como los nacionales que residen en el exterior en los términos y alcances en que sea aplicable la jurisdicción ecuatoriana.

Art. 4.- Esta Ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las

que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet. (Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

(Ley Orgánica del Uso Responsable de las Redes Sociales 3-4-5-13, de febrero del 2019)

Art. 3.- La Ley para Uso Responsable de Redes Sociales, es una ley que pretende comprometer a los usuarios de esta que sean responsable con la información que publiquen o compartan por este medio, ya que dicha información es de rápida difusión y puede llegar a afectar a terceros e incluso a poner en riesgo la estabilidad nacional.

Art. 4.- La presente ley prohíbe la divulgación de información falsa, o que no se le haya obtenido por fuentes confiables que perjudiquen a un tercero, ya sea persona natural, jurídica e incluso que ponga en peligro la seguridad estatal, y su sanción será la cual disponga la normativa pertinente de acuerdo con el daño causado.

Art. 5.- Toda persona natural o jurídica será responsable de la información que comparta o divulgue en redes sociales. Y la misma tendrán la sanción respectiva si incumple lo indicado en esta ley.

Art. 13.- Las medidas correctivas que las autoridades y proveedores servicios y herramientas de publicación de contenidos en internet decreten en virtud de la ley, no impidiera al afectado delante de las actuaciones jurídicas y/o constitucionales que considere pertinente para obtener la reparación, retractación y verificación de la información por parte del emisor, así como la indemnización correspondiente por los daños y perjuicios ocasionados. (Ley Orgánica del Uso Responsable de las Redes Sociales , 2013)

Dándole cierre en el capítulo dos, se menciona las definiciones de manera internacional y nacional de la comunicación mediática y la infoxicación dentro de una comunidad, misma que se desarrolla en la comunidad.

3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

Para la presente investigación se escogió de tipología básica, debido que la recopilación de información ayudará a que se identifique si la variable independiente; la comunicación mediática, identifique su funcionalidad con la variable dependiente; infoxicación, para verificar las teorías que se han planteado a lo largo de la investigación. (Alvarez, 2020, pág. 3) menciona que, la investigación básica se orienta a conseguir un nuevo conocimiento de modo sistemático, con el objetivo de poder incrementar el discernimiento de una realidad concreta.

3.2 Enfoque de la investigación.

El enfoque que se usará en esta investigación será el cualitativo, debido a que se busca analizar el contenido de la comunicación mediática en la red social Facebook y si esta causa infoxicación, esto realizará mediante la recolección de datos. Al aplicar los instrumentos se realizará con aspectos de un enfoque cuantitativo debido al instrumento de recolección de datos que se aplicará.

(Hernandez, 2014) el enfoque cualitativo es una forma de investigar que se enfoca en el estudio de fenómenos y procesos complejos a través de la recolección y el análisis de datos no estandarizados y no cuantificable. Se utiliza para investigar fenómenos subjetivos, como las experiencias personales, perspectivas, la emociones, las creencias y las acciones.

Los investigadores que usan el enfoque cualitativo buscan entender una situación social teniendo en cuenta las propiedades y dinámica de la misma.

3.3 Diseño de investigación.

Mediante el diseño de investigación no experimental se va a recolectar información a través de los instrumentos de investigación, sin involucrarse dentro de la problemática, es decir que se estará recolectando información sin una participación.

(Campos 2010, como se citó en Semar, 2005) menciona que, el diseño de investigación no experimental trabaja en las ciencias sociales; con base a eventos que ya sucedieron o se dieron en la realidad sin manipulación o intervención del investigador, por lo general con una visión retrospectiva conocida también como *expos-facto*; en este tipo de estudios las variables independientes acontecen sin que se tenga control sobre ellas.

El diseño de estudio será no experimental transversal debido a que esta investigación se realizará en una sola línea de tiempo, tabulando una sola ocasión la información recogida. (Arias J. , 2021) “recoge los datos en un solo momento una sola vez. Como tomar una foto una radiografía para describirla en la investigación”. (pag.70)

3.4. Métodos de investigación

El método que se usará es el estructural funcionalista debido a que se estudiará el comportamiento recurrente de los adolescentes a causa del consumo de redes sociales evidenciándose en su rasgo psicológicos (Trejo, 2021) explica que se involucra generalmente en ciencias sociales para explicar un tipo de fenómeno caracterizado por su relativa persistencia, como una actividad social o un modo de comportamiento recurrente en individuos. (p.32)

“Además, se usará el método descriptivo debido a que predicen un evento, aunque sea rudimentario, aunque se debe tener la base teórica correcta, además de antecedentes que muestren un antecedente claro” (Arias, 2021, pag.70).

3.5 Técnica e instrumento de recolección de datos

Las técnicas de investigación que se usará es la entrevista y encuesta como sus respectivos instrumentos como la guía de preguntas y cuestionario. Se usará la escala nominal, donde se categorizará etiquetando de manera única cada respuesta a favor de la

recolección de datos para identificar si existe una infoxicación a causa de la comunicación mediática en la red social Facebook.

3.5.1 Entrevista

Gallardo (2017) sostiene que la entrevista es la técnica que permite tener datos mediante un diálogo o conversación, la ventaja reside en que los mismos actores sociales quienes proporcionan los datos relativos a su conducta, opinión, conducta, deseo, etc. (p.73). En otras palabras, se menciona que la técnica de entrevista busca una respuesta presente mediante una conversación, donde el entrevistado se encargara de preguntar todo lo necesario.

3.5.2 Encuesta

Según Sánchez et al, (2018)menciona que, realizó en el método encuesta por muestreo, en la cual se usa el instrumento de recolección de datos formando un conjunto de cuestiones o reactivos para sacar una muestra determinada. (pág. 59)

La encuesta se encargará de recolectar información necesaria, estará aplicada en los adolescentes de la comuna San Pablo con el fin de conocer más allá su interactividad en Facebook.

3.6. Universo, población y muestra

En el universo de estudio menciona total de habitantes adolescentes que tiene la comuna San Pablo, quienes serán los que formarán parte principal de la investigación.

Según (Sanchez et al., 2018) en la investigación, se refiere a la totalidad de los elementos que conforman el ámbito de estudio. Para el caso de seres humanos, es más adecuado denominarlo población de estudio.

3.6.1 Población

Para definir la población es necesario establecer que el número total de adolescentes en la Comuna San Pablo es de un aproximado de 5000 personas, dato obtenido por parte de anterior presidente de la Comuna ya mencionada. La población según

(Sanchez et al., 2018) es el conjunto conformado por todos los elementos que posee una serie de características comunes. Es el total de un conjunto de elementos o casos, sean estos, individuos, objetivos o acontecimientos, que comparten determinadas características o un criterio; y que se pueden identificar en un área de interés para ser estudiados, por lo cual quedara involucrados en la hipótesis de investigación.

Para sacar la muestra se establece la siguiente formula:

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

N: Tamaño de la población

e: Margen de error

z: Puntuación

3.6.2 Muestra

La muestra de la investigación que se llevará a cabo es de 354 adolescentes de la comuna San Pablo y quienes cumplan con las características establecidas (Arias J. , 2021) recalca que es importante delimitar correctamente la muestra según los objetivos que se desean alcanzar en el estudio y la situación problemática planteada. (p.118)

Para delimitar la población se usará el muestreo probabilístico estratificado, el cual se divide entre grupos y se selecciona una muestra por cada segmento (Hernandez, 2014). Es necesario recolectar la información de la muestra que es 354 adolescentes entre poblaciones barriales siendo la segmentación con un total de 22 barrios dando como resultado un total de 16 adolescentes por cada barrio.

3.6.4 Criterio de inclusión y exclusión

Debido a que no existe una cifra exacta de adolescente que habitan en la comuna San Pablo se establece el criterio de inclusión y exclusión donde (Arias et al., 2016)

sostiene que el “criterio de exclusión es para las condiciones y características que presentan los participantes que pueden alterar o modificar los resultados que en consecuencia no los hacen elegibles para el estudio”. Mientras que en el criterio de inclusión es la característica de la población que la hacen formar parte de una población.

Inclusión: A los adolescentes de 16 a 19 años debido a que esa es la edad donde los jóvenes comienzan a tener un criterio formado o una formación cívica así lo menciona el Consejo Nacional Electoral (2008).

Exclusión: Se excluye a los adolescentes de 12 a 15 años por dos motivos porque no forman parte de los sujetos políticos, es decir no son sujetos con formación cívica y porque no se tiene la accesibilidad para la recolección de información.

Debido a ello seleccionara una muestra de 210 adolescentes de la comuna San Pablo de los cuales 55 serán hombres y 55 mujeres para que sea una muestra representativa, con edad comprendida de 16 a 19 años para llevar a cabo las encuestas que se planean aplicar.

4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Procesamiento de información

Los datos obtenidos por la encuesta se dieron por medio del formulario Google de manera virtual, realizada desde el 20 hasta el 27 de enero a los adolescentes de 16 a 19 años de la comuna San Pablo. Una vez finalizada la encuesta se procesó la información en el programa Microsoft Excel, se empleó cuadros de doble entrada y se utilizó la estadística descriptiva para almacenar y ordenar los datos recabados para realizar tablas y gráficos. Se usó el diseño de gráfico en forma de pastel para darle una representación porcentual a los resultados. Por último, se analizó e interpretó los datos recopilados.

Para la obtención de los resultados que fueron realizados mediante las entrevistas se utilizó la plataforma WhatsApp, se envió un documento a dos especialistas en comunicación social y periodismo para que accedan a la entrevista virtual mediante la plataforma Zoom Meetings y puedan responder ocho interrogantes que ayudaron a la construcción de la investigación. Al realizar su análisis y tabulación se aplicó un cuadro de doble entrada detallando los datos necesarios del entrevistado, para seguir con los análisis de las respuestas y finalizar con un análisis general para verificar la postura del entrevistado con otros autores.

4.2 Análisis e interpretación de resultados

4.2.1 Análisis Cuantitativas: Encuestas

Se presenta los datos obtenidos a la encuesta realizada a los adolescentes de la comuna San Pablo con el rango de edad de 12 a 19 años, por medio del cuestionario de la escala nominal.

Tabla1.

Cree que los medios digitales en Facebook son:

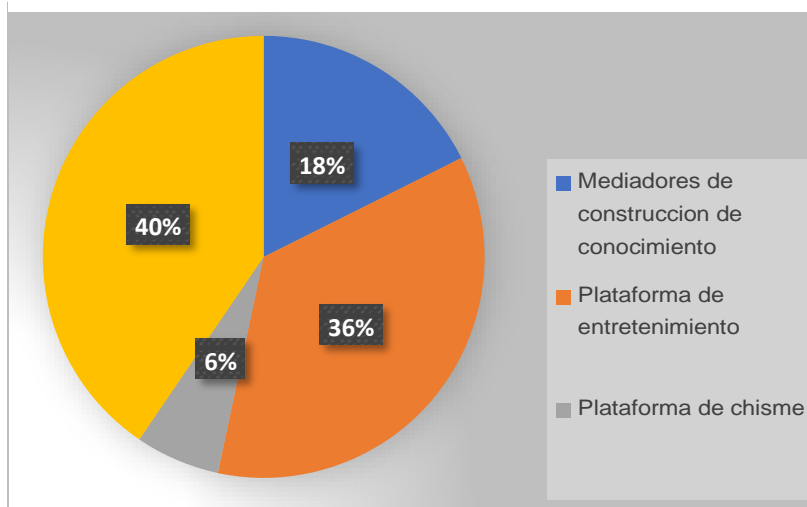
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Mediadores de construcción de conocimiento	37	17,6%
Plataforma de entretenimiento	75	35,7%
Plataforma de chisme	13	6,2%
Plataforma para compartir información	84	40,5%
Total	210	100%

Fuente: adolescentes de la comuna San Pablo.

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores **Fecha:** enero 2023.

Gráfico 1.

Cree que los medios digitales en Facebook son:.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores **Fecha:** enero 2023

4.2.1.1 Análisis e interpretación

Respondiendo a la primera pregunta, los adolescentes respondieron así: Mediadores de construcción de conocimientos (37) que corresponde a 18% ; Plataforma de entretenimiento (75) al 36% ; Plataforma de chisme (13) que equivale 6% ; y Plataforma para compartir información con (84) con un 40%. Los resultados arrojan que para los adolescentes los medios digitales son considerados como plataformas para compartir información, posicionándose con el 40%.

Tabla 2.

¿Qué tipo de contenido a usted le gusta en la plataforma Facebook?

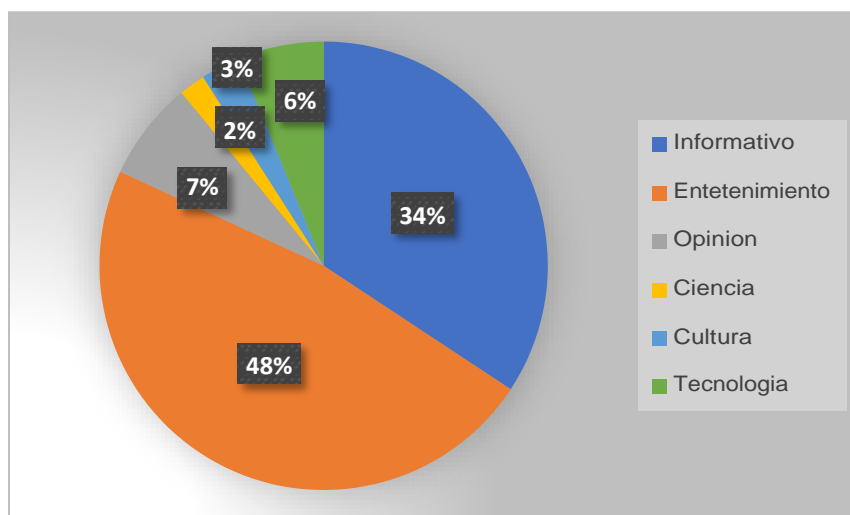
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Informativo	72	34,3%
Entretenimiento	100	47,6%
Opinión	15	7,1%
Ciencia	4	1,9%
Cultura	6	2,9%
Tecnología	13	6,2%
Total	210	100,0%

Fuente: adolescentes de la comuna San Pablo.

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores Fecha: enero 2023

Gráfico 2.

¿Qué tipo de contenido a usted le gusta en la plataforma Facebook?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores Fecha: enero 2023

4.2.1.2 Análisis e interpretación.

Los adolescentes respondieron así: Informativo (72) que equivalente 34%; Entretenimiento (100) correspondiente a 48%; Opinión (15) es 7%; Ciencia (2) con 1%; Cultural (6) considerado 3%; y Tecnología (13) con 8%. Dejando en claro que los adolescentes les gusta los contenidos de entretenimiento posicionado en el primer lugar con el 65% en la plataforma Facebook y que contenidos como lo son: Tecnología, ciencia, cultura y opinión no son de interés y, por tanto, poco es lo que se consume.

Tabla 3.

¿Qué tipos de contenidos usted comparte en la plataforma Facebook?

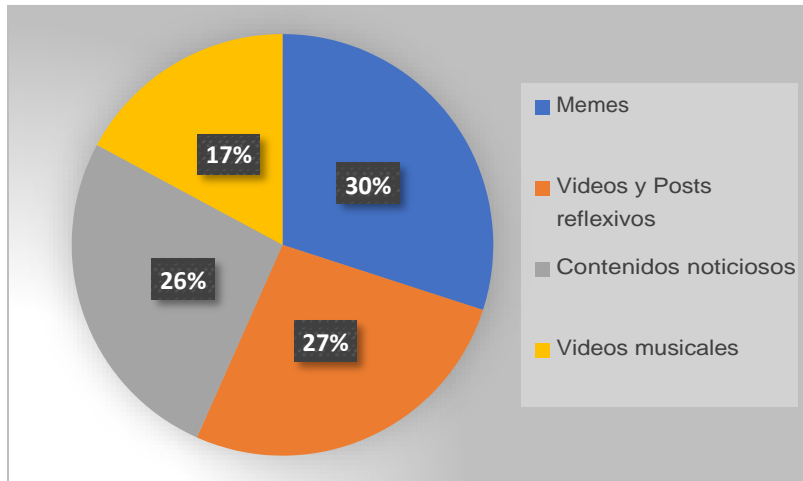
Escala	Frecuencia	Porcentajes
Memes	63	30,0%
Videos y Posts reflexivos	56	26,7%
Contenidos noticiosos	55	26,2%
Videos musicales	36	17,1%
Total	210	100,0%

Fuente: adolescentes de la comuna San Pablo.

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores Fecha: enero 2023

Gráfico 3.

¿Qué tipos de contenidos usted comparte en la plataforma Facebook?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores Fecha: enero 2023

4.2.1.3. Análisis e interpretación.

Los adolescentes respondieron lo siguiente: Memes (63) considerado a 30%; Video y Posts reflexivos (56) que equivale al 27%; en el siguiente se tiene Contenidos noticiosos (55) con 26%; y Video musicales (36) que equivale a 17%. Aclarando que el tipo de contenidos que los adolescentes comparten constantemente son los memes con un 30% y dejando en claro que poco es el contenido noticioso que comparten, dado que tiene 26%.

Tabla 4.

¿Qué tipo de usuario sigue en la red social?

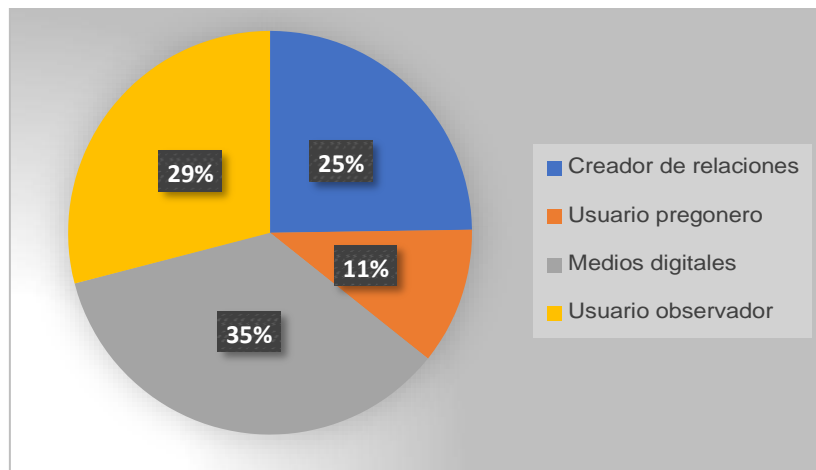
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Creador de relaciones	52	24,0%
Usuario pregonero	23	11,0%
Medios digitales	74	35,2%
Usuario observador	61	29,0%
Total	210	100,0%

Fuente: adolescentes de la comuna San Pablo.

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores **Fecha:** enero 202

Gráfico 4.

¿Qué tipo de usuario sigue en la red social?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores **Fecha:** enero 2023

4.2.1.4. Análisis e interpretación.

Los adolescentes de la comuna San Pablo mencionan lo siguiente: Creador de relaciones (52) con un equivalente de 25%; Usuarios pregoneros (23) con un 11 %; Medios digitales (74) que consiste en 35%; y por último Usuarios observadores (61) con el 29%. Entonces según los resultados la mayoría de los adolescentes siguen medios digitales dejándolo con el 35% y por consiguiente siguen usuarios que se limitan consumir contenidos en la plataforma Facebook.

Tabla 5.

¿Con que frecuencia comparte contenidos informativos de medios digitales?

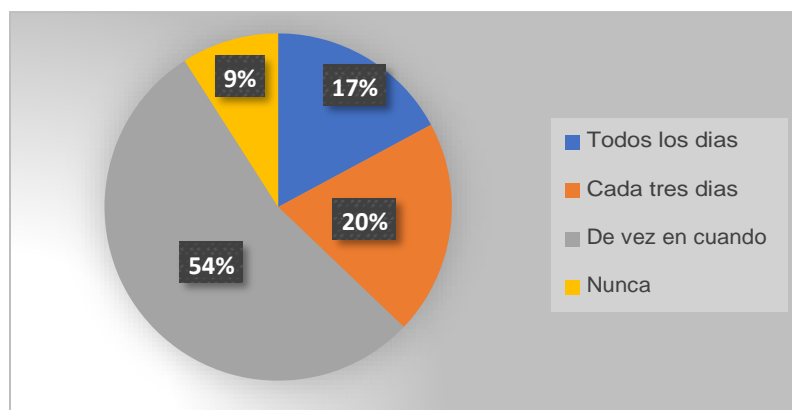
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	36	17,1%
Cada tres días	46	20,0%
De vez en cuando	113	53,8%
Nunca	19	19,0%
Total	210	100,0%

Fuente: adolescentes de la comuna San Pablo.

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores **Fecha:** enero 2023

Gráfico 5.

¿Con que frecuencia comparte contenidos informativos de medios digitales?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores **Fecha:** enero 2023.

4.2.1.5 Análisis e interpretación

Los adolescentes de la comuna San Pablo responden la pregunta de con qué frecuencia comparten contenidos informativos dejando la escala porcentual de la siguiente manera: Todos los días (66) que equivale a un 17%; Cada tres días (42) con un 20%; De vez en cuando (113) correspondiendo un 54%; y Nunca (19) con un 9%. Presentado los datos se establece que el 54% de los adolescentes de vez en cuando comparten contenidos informativos de medios digitales.

Tabla 6.

¿Con que frecuencia actúa interactivamente en la plataforma Facebook?

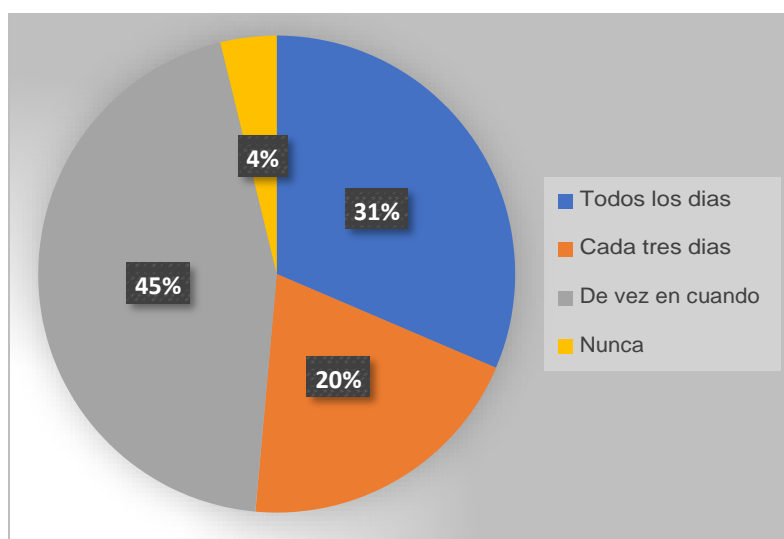
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	66	31,4%
Cada tres días	42	20,0%
De vez en cuando	94	44,8%
Nunca	8	3,8%
Total	210	100,0%

Fuente: adolescentes de la comuna San Pablo.

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores Fecha: enero 2023

Gráfico 6.

¿Con que frecuencia actúa interactivamente en la plataforma Facebook?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores Fecha: enero 2023.

4.2.1.6 Análisis e interpretación.

Respondieron a la pregunta de la siguiente manera: Todos los días (66) que se considera el 31%; Cada tres días (42) con 20%; De vez en cuando (94) que equivale 45%; y Nunca (8) con el 4%. Estableciendo que el 45% de los adolescentes interactúan de vez en cuando en sus redes sociales.

Tabla 7.

¿Cuántas horas usa usted la plataforma Facebook?

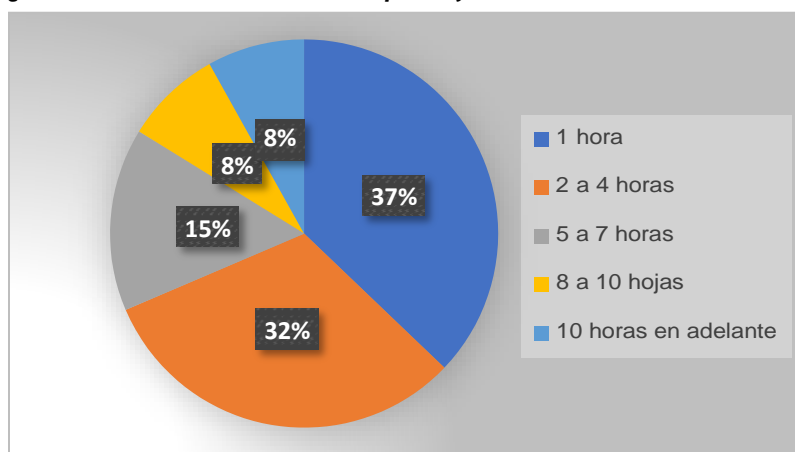
Escala	Frecuencia	Porcentaje
1 hora	78	37,1%
2 a 4 horas	66	31,4%
5 a 7 horas	32	15,2%
8 a 10 horas	17	8,1%
10 horas en adelante	17	8,1%
Total	210	100,0%

Fuente: adolescentes de la comuna San Pablo.

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores **Fecha:** enero 2023.

Gráfico 7.

¿Cuántas horas usa usted la plataforma Facebook?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores **Fecha:** enero 2023.

4.2.1.7 Análisis e interpretación

Responden de la siguiente manera; 1 hora (78) equivale 37%; 2 a 4 horas (66) con 32%; 5 a 7 horas (32) correspondiente a 15 %; 8 a 10 horas (17) con 8%; y 10 horas en adelante (17) con 8%. Mencionando que la mayoría de los adolescentes consumen contenidos de Facebook en el transcurso de 1 hora.

Tabla 8.

¿Qué impacto tiene en el internauta el uso excesivo de la plataforma Facebook?

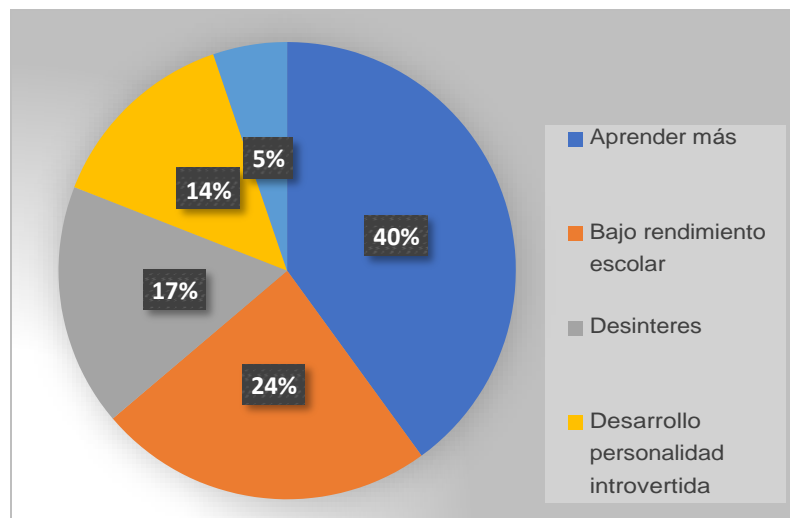
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Aprender más	84	40,0%
Bajo rendimiento escolar	50	23,8%
Desinterés	36	17,1%
Desarrollo personalidad introvertida	29	13,8%
Estrés	11	5,2%
Total	210	100,0%

Fuente: adolescentes de la comuna San Pablo.

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores Fecha: enero 2023.

Gráfico 8.

¿Qué impacto tiene en el internauta el uso excesivo de la plataforma



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores Fecha: enero 2023.

4.2.1.8 Análisis e interpretación

Los adolescentes responden de la siguiente manera: Aprender más (84) que equivale 40%; Bajo rendimiento escolar (50) con 24%; Desinterés (36) que corresponde 17%; Desarrollo de personalidad introvertida (29) con 14%; y Estrés (11) con un porcentaje de 5%. Aclarando que los adolescentes consideran que el impacto que tiene el uso excesivo de la red social Facebook es de aprender más posicionándose con 40%

Tabla 9.

¿Qué ámbito de la comunicación se sobrecarga en tu página de red social?

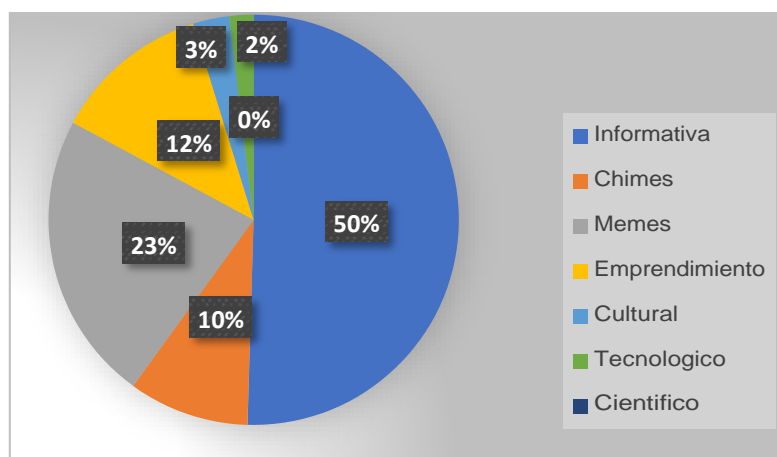
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Informativa	106	50,5%
Chimes	20	9,5%
Memes	48	22,9%
Emprendimiento	26	12,4%
Cultural	6	2,9%
Tecnológico	4	1,9%
Científico	0	0,0%
Total	210	100,0%

Fuente: adolescentes de la comuna San Pablo.

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores **Fecha:** enero 2023

Gráfico 9.

¿Qué ámbito de la comunicación se sobrecarga en tu página de red social?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores **Fecha:** enero 2023.

4.2.1.9 Análisis e interpretación

Se responde de la siguiente manera: Informativa (106) que equivale 50%; Chismes (20) con 10%; Memes (48) considerado 23%; Emprendimiento (26) con 12%; Cultura (6) con 3%; Tecnología con (4) equivalente 2%; y Científico con (0) con 0%. Aclarando que la sobrecarga de contenidos que existe en la plataforma Facebook de los adolescentes de la comuna San Pablo es de los contenidos informativos con el 50%.

Tabla 10.

¿Conoce las normativas de comunidad que tiene la red Facebook?

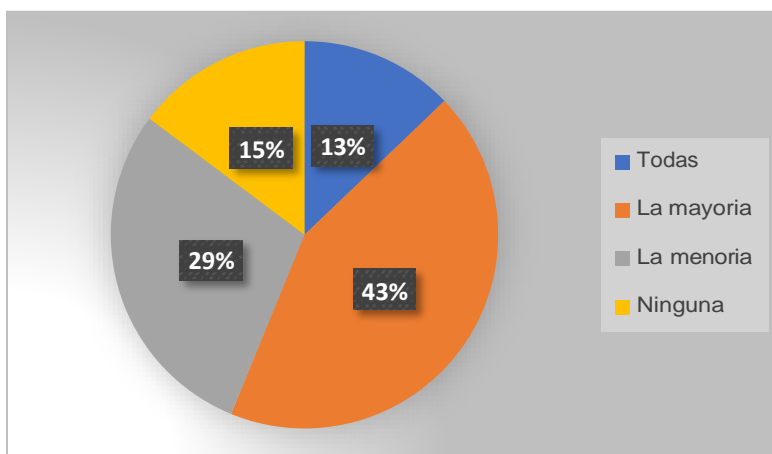
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Todas	27	12,9%
La mayoría	91	43,3%
La memoria	61	29,0%
Ninguna	31	14,8%
Total	210	100,0%

Fuente: adolescentes de la comuna San Pablo.

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores **Fecha:** enero 2023

Gráfico 10.

¿Conoce las normativas de comunidad que tiene la red Facebook?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores **Fecha:** enero 2023.

4.2.1.10 Análisis e interpretación

Los adolescentes respondieron de la siguiente manera: Todas (27) con 13%; La mayoría (91) que equivale 43%; La memoria (61) que corresponde 29%; y Ninguna (31) con 15%. Estableciendo que el 43% de adolescentes conocen las normativas de comunidad que tiene la red Facebook.

Tabla 11.

¿Por qué los adolescentes violan las normativas de accesibilidad a una cuenta de Facebook?

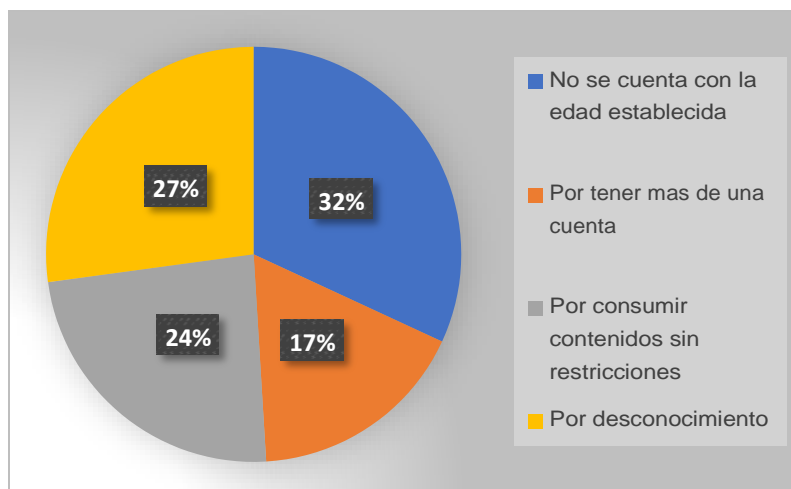
Escala	Frecuencia	Porcentaje
No se cuenta con la edad establecida	67	31,0%
Por tener más de una cuenta	36	17,1%
Por consumir contenidos sin restricciones	50	23,8%
Por desconocimiento	57	27,1%
Total	100	100,0%

Fuente: adolescentes de la comuna San Pablo.

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores **Fecha:** enero 2023.

Gráfico 11.

¿Por qué los adolescentes violan las normativas de accesibilidad a una cuenta de Facebook?



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores **Fecha:** enero 2023.

4.2.1.11 Análisis e interpretación

Los adolescentes de la comuna San Pablo mencionan que: No se cuenta con la edad establecida (67) que se considera 32%; Por tener más de una cuenta (36) con un 17%; Por consumir contenidos sin restricciones (50) equivalente a 24%; y Por desconocimiento (57) con 27%. Identificando que el 32% de adolescentes violan las normativas de accesibilidad a una cuenta de Facebook porque no se cuenta con la edad establecida.

4.2.2 Análisis Cualitativa: Entrevista

Como segundo instrumento aplicado, se utilizó la guía de preguntas dirigidas a los especialistas de comunicación y periodismo, permitiendo contrastar la información una vez recolectada. Resultados que se presenta a continuación.

Tabla 12. Análisis de resultados de preguntas estructuradas

Entrevistador: Kimberly Nicole Morales Flores		
Entrevistados: Gabriela Vélez Bermello, Magister en periodismo. Mgt María Isabel Posligua Quinde, Lic. Comunicación. Msc		
Preguntas	Análisis	Observación
¿Considera que los medios digitales funcionan como actores sociales en Facebook?	Según las especialistas mencionan que los medios digitales funcionan como actores sociales debido a que existe una interacción, influyendo en comportamiento y percepciones de las personas que consumen todo tipos de contenidos.	Romero y Rivera (2019) sostiene que la comunicación mediática es un agente social presta para la construcción de conocimiento.
¿Qué requisitos necesita cumplir para que la red social se constituya como un medio de comunicación?	Se necesita mayor interés, aplicando los lineamientos de la ley orgánica de comunicación puesto que Facebook sirve indirectamente como un medio de difusión a través de páginas informativas, pero no es un medio de comunicación	(Pedriza, 2018) Menciona que las redes sociales se han convertido en un canal difusor.
¿Cómo cree usted que la interactividad de la comunicación mediática influye en la difusión de contenidos que infrinjan las normativas	Las especialistas concuerdan con que la difusión de información no apta para todo público influyen en la difusión de contenidos, puestos que existen usuarios que realizan la labor del periodista sin un debido tratamiento de	La misma autora menciona que medios de comunicación deben de cuidar muy bien el contenido que se difunde. Dado que puede originar desinformación que al compartirla se produce un infoxicación.

comunitarias de información, generando que Facebook, donde se Facebook a través de sus manifiesta los tipos algoritmos bloqueen los de contenidos que contenidos sensibles y no no se pueden admitidos en la plataforma. difundir?

¿Considera que Gabriela Vélez menciona que (Montoya et al., 2019) expone Facebook se ha Facebook es una red social que que gracias a que las posicionado como tiene paginas informativas, herramientas de Facebook son una red informativa? pero según su criterio la fáciles de manejar los usuarios ¿Por qué? plataforma Facebook no es mantienen su conectividad activa

una red de información debido a que también existe des información, por otro la siguiente especialista afirma que Facebook se ha posicionado como red informativa debido a la facilidades e inmediatez que se tiene en la actualidad.

¿Por qué se origina la infoxicación en la plataforma Facebook? Porque las personas no tienen un pensamiento crítico desarrollado, debido a ello difunden informaciones que pueden llegar a ser verídica y otras no. “Se recalca que la infoxicación originada en áreas digitales se destaca por ser parte de la falta de atención crítica y al desinterés por la lectura donde solo se replica la información sin llegar a comprenderla” Ramón y Gil (2021).

¿Considera usted que la cantidad de información compartida en Facebook influye en la percepción de los usuarios? Las especialistas están de acuerdo que la cantidad de información que existe en redes influye en la percepción de los usuarios, debido a su falta de alfabetización mediática genera que las personas consuman Según Gertrudix y Franco (2015) menciona que la infoxicación puede llegar a ser un problema de orden social por el desconocimiento de las herrmientas de la plataforma.

información y la consideran una realizada.

¿Qué aspecto de la comunicación considera que hace falta fortalecer a Facebook? Fortalecer el periodismo a Rodado, et al (2021) Está de través de la educomunicación, acuerdo en que las personas que enseñándole a los usuarios los adquieren dispositivos móviles se contenidos permitidos para exceden en el uso de las compartir y cuales no, plataformas digitales. aplicando la ética periodística.

¿Considera que la sobreexposición de los usuarios a las emisiones de los contenidos informativos en Facebook afecta a la salud y comportamiento de los adolescentes? La salud del adolescente se puede ver afectada en el aspecto psicológicos, debido a pueden desarrollar adicción y tener, dado que puede originar cambios en su problemas de comportamiento en comportamiento, así lo los usuarios. mencionan las especialistas. Espinel y Nuñez (2021) concuerda con el impacto delas redes sociales pueden llegar a

Fuente: Entrevista a expertos de la comunicación y periodismo.

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores **Fecha:** enero 2023.

4.3. Discusión de resultados

Luego de los resultados obtenidos de la encuesta, se determina que la comunicación mediática en las redes sociales de los adolescentes esta equilibrada, aclarando que todavía no existe alto nivel de infoxicación en el uso de la plataforma de Facebook de los adolescentes de la comuna San Pablo.

A continuación de detalla la validez de resultados recolectados a través de los instrumentos; encuestas y entrevistas. Instrumentos que dieron paso para evidenciar que no existe un problema social en las redes sociales de los adolescentes, de esta forma se cumpliendo con los objetivos impuestos por parte del investigador.

Con relación a la pregunta 3 ¿Qué tipo de contenido usted comparte en la plataforma Facebook? Se obtuvieron los siguientes resultados: 30% son memes y el 15% videos musicales. Datos relacionados con lo que menciona (Vizcaino et al., 2019) donde

explica que los usuarios activos son quienes impulsan la interactividad, defendiendo diferentes temas.

Conectado con la pregunta 4 ¿ Con qué frecuencia comparte contenidos informativos de medios digitales? del cual se obtuvo los siguientes resultados; De vez en cuando con el 50% y Nunca con el 9% . Dato que concuerda con (Zabala et al., 2022) las características básicas del ejercicio interactivo, siendo la interacción entre usuarios , aplicando la comunicación bidireccional.

En relación a la pregunta 7 ¿ Cuántas horas usa usted la plataforma?, para esto se obtuvieron los siguientes datos; 1 hora con el 37% y llegando a un empate entre 8 a 10 horas y 10 horas en adelante con un 8,1%. Información relacionada con (Montoya et al., 2019) explicando una de las facilidades de las redes sociales es el que ayude a los usuarios a mantenerse conectados.

En la pregunta 9 ¿ Qué ámbito de la comunicación se sobrecarga en su página de red social? Donde se detalla lo siguiente; Informativa con 50% y Científico equivalente a 0% dejando en penúltimo lugar a la tecnología con 2%. Dato que concuerda con Romero y Rivera (2019) cuando menciona que “la sobrecarga de estímulo provocado nuevos estímulos se produzcan debido a que existe saturación.”

Así mismo se planteó dos preguntas estructuradas dirigidas a dos especialistas por medio de la técnica de la entrevista con un enfoque cualitativo, donde la primera pregunta resalta:

Pregunta 3 ¿Cómo cree usted que la interactividad de la comunicación mediática influye en la difusión de contenidos que infrinjan las normativas comunitarias, donde se manifiesta los tipos de contenidos que no se pueden difundir? la cantidad de información que existe en redes influye en la percepción de los usuarios debido a que su falta de alfabetización mediática genera que las personas. (Pedriza, 2018) menciona que “Los medios de comunicación en redes deben tener cuidado con el contenido que se suba”. A causa de ello se analiza con cuidado los contenidos, es decir que los consumidores deben analizar con contenidos que consumen y difunden.

Pregunta 5 ¿Por qué se origina la infoxicación en la plataforma Facebook? porque las personas no tienen un pensamiento crítico desarrollado, debido a ello difunden información que pueden llegar a ser verídica y otras que no. Dato que concuerda con Ramón 2020 es necesario recalcar que la exposición no se origina en áreas digitales, destacando que en parte se da por la falta de atención crítica y el desinterés por la lectura combinado con la instantaneidad de las redes social.

Una vez analizado los resultados que se obtuvieron en cuanto a la comunicación mediática e infoxicación en el en la comuna San Pablo, se puede determinar que responde a la hipótesis y preguntas de investigación que determina la importancia de la comunicación mediática como un actor social que ayude a la construcción de conocimiento de los adolescentes, pero fomentando la alfabetización cultural dándole una comprensión el tema social y tema digital.

CONCLUSIONES

- Por lo tanto, respondiendo a la hipótesis planteada a través del análisis de los resultados de la encuesta con la aplicación de comunicación mediática se establece que existe infoxicación en la plataforma Facebook de los adolescentes. Por tal motivo, se impulsa a que se realice una regulación de contenido que induzcan a que los adolescentes no causen este problema; determinando hábitos saludables en el entorno digital. Mientras que en la entrevista aplicada por parte de expertos se determina que la comunicación mediática influye como actor social, pero está presente el control de cada tutor sobre sus adolescentes.
- Tras la evaluación de datos del presente estudio se evidencia la presencia de infoxicación en la plataforma Facebook en gran parte de los usuarios adolescentes, quienes consumen y replican estos contenidos. Por tal motivo, se sugiere crear una regulación de contenidos con base en la ley de comunicación para un correcto uso de difusión de información.
- De igual manera, en la evaluación de los contenidos se evidenció, que la existencia de comunicación mediática es un factor presente en las Facebook.
- Al analizar e identificar si existe infoxicación en la plataforma de Facebook de los adolescentes de la comunidad de San Pablo, no se presentó un excesivo uso de los contenidos informativos.
- Concluye que los adolescentes de la comuna San Pablo no tiene el problema social de infoxicación dentro de sus plataformas, sugiriendo la creación de un filtro para que los adolescentes no causen infoxicación.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere a la comunidad académica de la Universidad Estatal Península de Santa Elena que realice un uso de este recurso para los siguientes estudios, además de generar nuevas definiciones sobre la comunicación mediática con enfoque en infoxicación en las plataformas digitales utilizada por los adolescentes de la provincia de Santa Elena, para darle una mayor educación alfabética de los contenidos que se pueden compartir.
- Se recomienda a la comunicación científica que este proyecto de investigación sea un recurso de apoyo para las siguientes investigaciones en cuanto a la aplicación de comunicación mediática, alfabetización en los adolescentes e infoxicación de contenidos que se puedan consumir a través de las nuevas páginas de comunicación digitales y tecnologías.
- A los adolescentes y tutores de la comuna San Pablo, se impulsa a qué se sigan instruyendo sobre las plataformas digitales para que tengan conocimiento de los tipos de contenidos que están a su alcance y qué son acordes a consumir, además de conocer los contenidos informativos.
- Se sugiere a los estudiantes que siguen en el área de Ciencias Sociales apliquen este proyecto de investigación en sus próximos estudios académicos con el fin de aportar en la construcción de conocimientos que se genera a través de cada investigación.

Bibliografía

- Aguirre, J. (2014). Actores, relaciones y estructura : Introducción al análisis de redes sociales. *Hologramática*, 1(2). <https://doi.org/ISSN 1668-5024>
- Alvarez, A. (2020). *Clasificación de la investigación*. Univeridad de ciencias empresariales y economicas.
- Arias, G., Villasis, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Metodología de la investigación*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.29262/ram.v6i2.181>
- Arias, J. (2021). Diseño y Metodología de la investigación . *Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del*, 1. <https://doi.org/978-612-48444-2-3>
- Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. (2019). La Comunicación y su impacto en la vida democrática de América Latina y el Caribe. *Chasqui* . <https://doi.org/1390-1079>
- Comunicación, R. G. (2013). *Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación*.
- Concejo Nacional Electoral. (2008). *Resolucion PLE-CNE-2-11-8-2020*.
- Domaccin, E. (2016). La cultura de masas y los medios. su incidencia en la sociedad. *Vol. I*(Número 2), 13.
- Espinel, G. H., & Nuñez, R. (2021). Usos y gratificaciones de las redes sociales en adolescentes de educación secundaria y media: de lo entretenido a lo educativo. *Encuentros*, 19. <https://doi.org/2216-135X>
- Gallardo, E. E. (2017). *Metodología de la investigación. Manual autoformativo interactivo*. Universidad Continental . <https://doi.org/ISBN: 978-612-4196>
- Gértrudix, M., & Franco, R. (2015). Infoxicación: Implicaciones del fenómeno en la profesión periodística . *Revista de Comunicación de la SEECI*, 71-91. <https://doi.org/1576-3420>
- Gómez, B. (2016). El consumidor ante la infoxicación en el discurso periodístico . *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(1), 313327. <https://doi.org/ISSN: 11341629>
- Gonzalez, D. (2019). Sociología de las Redes Sociales y la comunicación transmedia . *Espacio Abierto* , 28, 15. <https://doi.org/1315-0006>
- Hernandez, S. (2014). Metodología de la investigación. *McGRAW-HILL / interamericana editores, S.A. DE C.V.*, 7, 181. <https://doi.org/978-1-4562-2396-0>

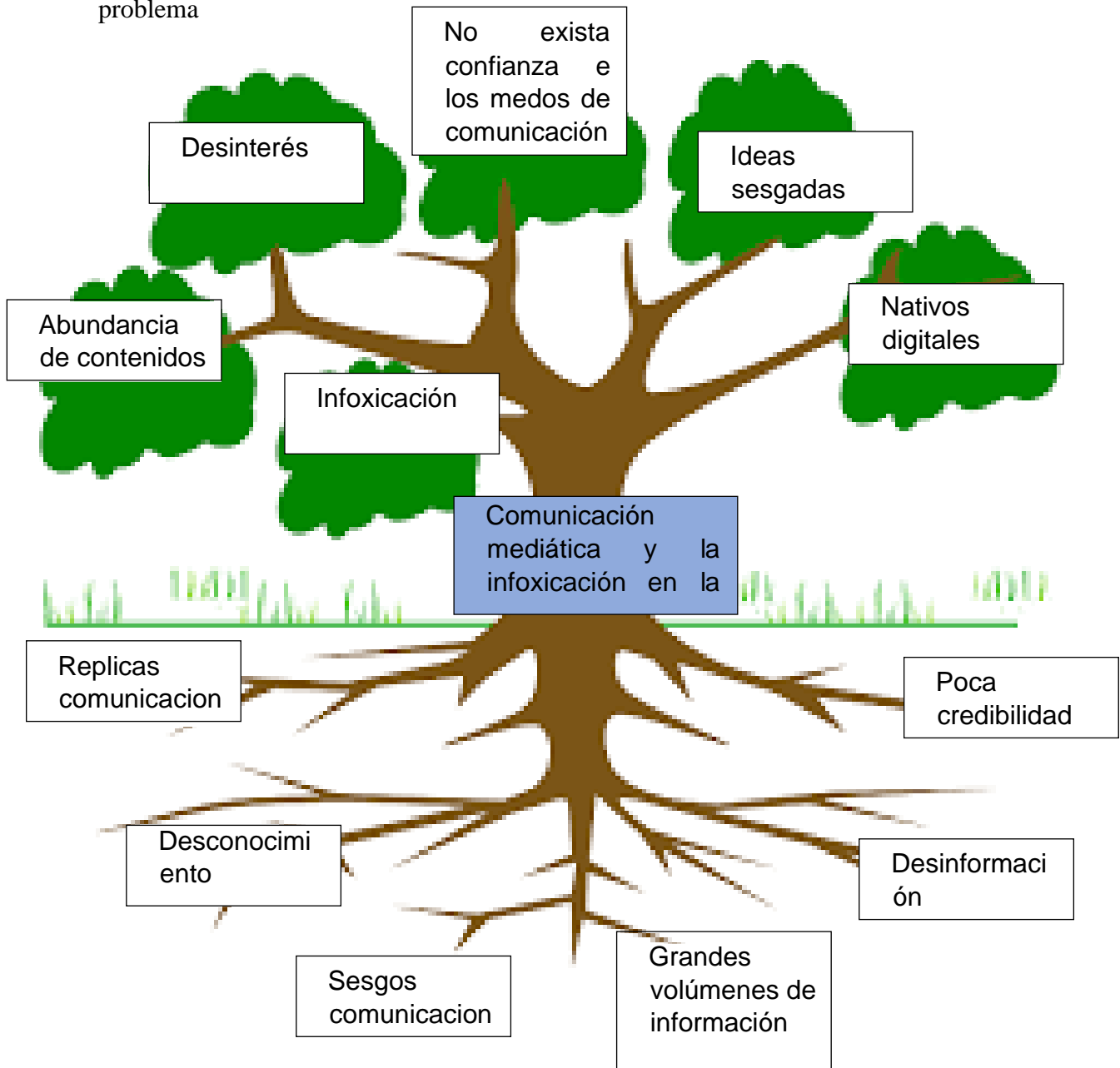
- Landeta, Z., Salamea, V., & Montecé, F. (2020). Redes sociales y periodismo ciudadano: Investigación documental. *Journal of science and research*, 5(1). <https://doi.org/2528-8083>
- Loor, G., Gutierrez, M., Alarcon, B., & Cedeño, M. (2022). La infoxicación digital y su incidencia en los niveles de estrés de los docentes de la Carrera de trabajo social de la Facultad de Ciencias Humanísticas y Sociales de la Universidad Técnica de Manabí. *Polo de Conocimiento* . <https://doi.org/2550-682X>
- Marin, V., & Julio, C. (2019). Las redes sociales en educación: desde la innovación a la investigación educativa. *Iberoamericana de Educación a Distancia*, 25-33. <https://doi.org/1138-2783>
- Mendoza, J. (2018). "Uso excesivo de redes sociales de internet y rendimiento en estudios de cuarto año de la carrera de psicología UMSA". *Educación Superior*, 2. <https://doi.org/58-69>
- Metaverso. (2019). *Normas Comunitarias de Facebook*.
- Montoya, L., Parra, M., Lescay, M., Cabello, O., & Coloma, G. (2019). Teorías pedagógicas que sustentan el aprendizaje con el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones. *Revista información científica*, 98(2). <https://doi.org/ISSN-1028-9933>
- Morales, S., & Salome. (2016). Comunicación mediática procesos de identificación: Una construcción dramática y ritual. *Pensamiento e Investigación Social*, 16(2), 247-269. <https://doi.org/1578-8946>
- Pedriz, S. B. (2018). Las redes sociales como fuente de información periodística en la prensa digital española . *Universidad Complutense de Madrid*, 5. <https://doi.org/ISSN-2444-3239>
- Ramón, E., & Gil, A. (2021). Desinformación e infoxicación, dos «falsos sinónimos» frente a la estrategia de información de la Comisión Europea. *Comunicación y Hombre*(17), 103-118. <https://doi.org/https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.659.103-118>
- Rivera, E. (2022). ¿ que es contenido y porque es relevante en el mundo del marketing? <https://doi.org/https://www.tiendanube.com/blog/mx/que-es-contenido/>
- Rivera, L., & Diana. (2019). *Comunicación en el espacio digital; Actualidad, retos y prospectiva*. Pearson Education.
- Rodado, Z., Jurado, L., & Guirardo, S. (2021). Uso excesivo de las redes sociales en adolescentes de 10 a 14 años un riesgo latente de la nueva era. *Revista Estudios Psicológicos*, 1(1), 33-49. <https://doi.org/2788-6506>
- Romero, L., & Rivera, D. (2019). La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y perspectivas. *Pearson Educación*. <https://doi.org/978-607-32-4859-4>

- Salaza, C., Barros, D., & Quinn. (2021). Comportamiento en el uso de Redes Sociales en estudiantes de enseñanza media: Los casos de un colegio particular y uno público en Chile. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 506-519.
- Sanchez, C. H., Carlos, R. R., & Katia, M. S. (2018). *Manual de terminos de investigacion científica, tecnologia y humanistica* . Bussiness Support Aneth S.R.L. <https://doi.org/ISBN 978-612-47351-4-1>
- Sociales, L. O. (2013). *Ley Orgánica del Uso Responsable de las Redes Sociales* .
- Terrón, J. M. (2004). *Introduccion de las teorías de la informacion y comunicacion*. Universidad de Murcia.
- Trejo, K. (2021). *Fundamentos de metodologia para la realizacion de proyectos de investigación* . Parmenia, Universidad de La Salle Mexico.
- Universidad Andina Simón Bolívar. (2022). *Recepción activa en FB y TW y discursividad social en torno al tratamiento mediático del Examen Ser Bachiller en el régimen Costa 2020*. Creative commons.
- Valencia, R., & Cabero, J. (2019). La adiccion a las redes socailes : Validación de un instrumento en el contexto mexicano . *Health and Addictions*, 19. <https://doi.org/1578-5319>
- Vania, Q., Tovilla, C., Ruíz, T., & Patricia. (2015). Infoxicación, Angustia, Ansiedad y Web Semántica. *Razon y Palabra*(92), 22. <https://doi.org/1605-4806>
- Velez, G., & De la A, M. (2022). Infoxicación: Rutinas productivas y difusión de contenidos en la fanpage del medio digital Toledito Tv . *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 2(7). <https://doi.org/2550-6587>
- Vizcaino, L., Gacia, C., & Lopez, M. (2019). Participación y compromiso de los jóvenes en el entorno digital. Usos de las redes sociales y percepción de sus consecuencias. *Revista Latina de Comunicación Social*, 554 a 572. <https://doi.org/1138-5820>
- Zabala, O., Lorenzo, F., & Gonzalez, T. (2022). Interatividad en rede para crear relaciones de confianza: Ayuntamiento de navarra en transito . *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 27, 25 - 44. <https://doi.org/2695-5016>

ANEXOS

Anexo 1. Árbol del problema.

Gráfico 12. Árbol del problema



Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores

Fecha: enero 2023

Anexo 2 Matriz operacional de variables

Tabla 13. Matriz operacional de variables

Titulo	Variable categórica	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Comunicación mediática y la infoxicación de en la Plataforma Facebook de los adolescentes de 12 a 19 años de la comuna San Pablo, no 2022.	<p>Variable independiente</p> <p>Comunicación Mediática</p> <p>Variables dependientes</p> <p>Infoxicación</p>	<p>Comunicación mediática</p> <p>Es la estructura de cuatro pasos para elementos relacionados que permiten al ser humano empalabrarse para construir una realidad (Sola – Morales, 2016)</p> <p>Infoxicación</p> <p>Es la unión de información e intoxicación que menciona la sobre carga de información, causando una incapacidad de manejar volúmenes altos de información (Loor et al., 2022))</p>	La estructura de cuatro pasos para elementos que permitan las construcciones de conocimiento en la comuna que se está usando	<p>Actor social.</p> <p>Contenido informativo</p> <p>Ejercicio interactivo</p> <p>Impacto que tiene la red social</p> <p>Sobrecarga de información</p> <p>Exceso de redes sociales</p>	<p>1. Adolescentes</p> <p>2. Red social</p> <p>3. Medios digitales</p> <p>4. Uso de información</p> <p>5. Prosumidores</p> <p>6. Uso activo de Facebook</p> <p>7. Alteración de comportamiento</p> <p>8. regulación de Facebook</p> <p>9. Saturación de información</p> <p>10. Cantidades de información</p> <p>11. Internautas</p> <p>12. Nativos Digitales</p>	<p>Escala nominal</p> <p>Escala de Likert</p>

Elaborado por: Kimberly Nicole Morales Flores.

Fecha: enero 2023

Anexo 3. Instrumento de validación

Tabla 14.Instrumento de validación: Encuestas

N	Preguntas	1	2	3	4	5	6	7
Variable Independiente: Comunicación mediática								
1	Cree que los medios digitales en Facebook son: 1.- Mediadores para la construcción de conocimiento 2.- Plataforma de entretenimiento. 3- Plataforma de chisme 4.- Plataforma para compartir información							
2	2 ¿Qué tipo de contenido a usted le gusta en la plataforma Facebook? 1.- Informativo 2.- Entretenimiento 3.- Opinión 4.-Ciencia 5.-Cultura 6.-Tecnología							
3	¿Qué tipos de contenidos usted comparte en la plataforma Facebook? 1.- Memes 2.- Videos y Post reflexivos 3.-Contenidos noticiosos 4.-Videos musicales							
4	¿Qué tipos de usuarios sigue en la red social Facebook? 1.- Creador de relaciones 2.- Usuario pregoneros 3.- Medios digitales 4.- Usuario observador							

9	<p>¿Qué ámbito de la comunicación se sobrecarga en tu página de red social?</p> <p>1.- Informativos 2.- Chismes 3.- Meme 4.- Emprendimientos. 5.- Cultural 6.-Tecnologico 7.- Científico</p>							
10	<p>¿Conoce las normativas de comunidad que tiene la red social Facebook?</p> <p>1.- Todas 2.- La mayoría 3.- La menoría 4.- Ninguna</p>							
11	<p>10.- ¿Por qué los adolescentes violan las normas de accesibilidad a una cuenta de Facebook?</p> <p>1.- No se cuenta con la edad establecida 2.- Para tener más de una cuenta 3.- Para consumir contenidos sin restricciones 4.-Por desconocimiento</p>							

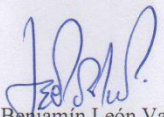


Lic. Wilson Benjamin León Valle, Mgtr
Juez Experto
C.I. 0910132430

Tabla 15. Instrumento de validación: Entrevista

INSTRUMENTOS		
Técnica: Entrevista		Instrumento: Guía de preguntas
Temas: Comunicación mediática y la infoxicación en la plataforma Facebook en la comuna San Pablo		
Objetivo: Levanta información de infoxicación en Facebook.		
Entrevistado: Gabriela Vélez Bermello		
Cargo:		
Especialidad: Mgt. Periodismo		
Entrevistador: Kimberly Morales Flores		
Variable independiente: Comunicación mediática	Respuesta	Observación
1.- ¿Considera que los medios digitales funcionan como actores sociales en Facebook?	1	
2.- ¿Qué requisitos necesita cumplir para que la red social se constituya como un medio de comunicación?	2	
3. ¿Cómo cree usted que la interactividad de la comunicación mediática influye en la difusión de contenidos que infrinjan las normativas comunitarias de Facebook, donde se manifiesta los tipos de contenidos que no se pueden difundir?	3	
Variable independiente: Infoxicación		
1. ¿Considera que Facebook se ha posicionado como una red informativa? ¿Por qué?	1	
2. ¿Por qué se origina la infoxicación en la plataforma Facebook?	2	

influye en la percepción de los usuarios?		
4.- ¿Qué aspecto de la comunicación considera que hace falta fortalecer a Facebook?	4.-	
5.- ¿Considera que la sobreexposición de los usuarios a las emisiones de los contenidos informativos en Facebook afecta a la salud y comportamiento de los adolescentes?	5.-	

Elaborado por: Kimberly Morales



Lic. Wilson Benjamín León Valle, Mgtr

Juez Experto

C.I. 0916/32430

Tabla 15. Matriz de validación de contenido por juicio de experto

VARIABLE		DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA NOMINAL							CRITERIOS DE EVALUACIÓN Relación entre:				OBSERVACION Y/O RECOMENDACIÓN
					1	2	3	4	5	6	7	VARIABLE Y DIMENSIÓN	DIMENSIÓN E INDICADOR	INDICADOR E ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA	
Variable Independiente: Comunicación mediática	Actor social	Adolescente	Red social	¿Facebook es un mediador de información para los adolescentes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Variable Independiente: Comunicación mediática	Actor social	Adolescente	Red social	¿Considera que los medios digitales funcionan como actores sociales en Facebook?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO: Comunicación mediática y la infoxicación en la plataforma Facebook de los adolescentes de 12 a 19 años de la comuna San Pablo

AUTOR:

Kimberly Nicole Morales Flores

Impacto de la red social	Regulación de Facebook	¿Conoce cuáles son las regulaciones de las normas comunitarias de Facebook?	¿Como administra las cantidades de contenidos informativos la plataforma Facebook?								
			X	X	X	X					
			X	X	X	X					

Fecha, Santa Elena 14 de enero del 2023

Lic. Wilson Benjamin Leon Valle, Mgr

Juez Experto

C.I. 010132730,

Tabla 16. Ficha de evaluación del instrumento

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO																								
Nombre del instrumento: Cuestionario – escribir la variable independiente																								
Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40				Buena 41 - 60			Muy Buena 61 - 80			Excelente 81 - 100		OBSERVACIONES					
		0	6	11	16	20	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76		81	86	91	96	
ASPECTOS VALIDACIÓN	DE	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																							
2. Objetividad	Expresa conductas observables																							
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																							
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																							

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: $90/9=100$

Santa Elena, 14 de enero del 2023

Lcdo. Wilson Benjamin Leon Valle

C.I. 0910132130

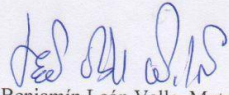
Teléfono: 093718999

E-mail: bleon@unpse.edu.ec

Tabla 17. Validez de contenido del instrumento

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO		
DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Kimberly Nicole Morales Flores	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Comunicación mediática y la infoxicación en la plataforma Facebook de los adolescentes de 12 a 19 años de la comuna San Pablo		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Cuestionarios	
Objetivo:	Levantar información de comunicación mediática y la infoxicación en la comuna San Pablo	
Dirigido a:	Jóvenes de 12 a 19 años de la comuna San Pablo	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	León Valle Wilson Benjamín	
Documento de Identidad:	0910132430	
Grado Académico:	Maestría	
Especialidad:	Evaluación y Formulación de Proyectos	
Experiencia Profesional (años):	30 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
x		x
Sugerencia: Aplicar encuesta		

Santa Elena, 14 de enero de 2023



Lic. Wilson Benjamín León Valle, Mgtr

Juez Experto

C.I. 0910132430

Anexo 4. Aplicación de entrevistas y encuestas

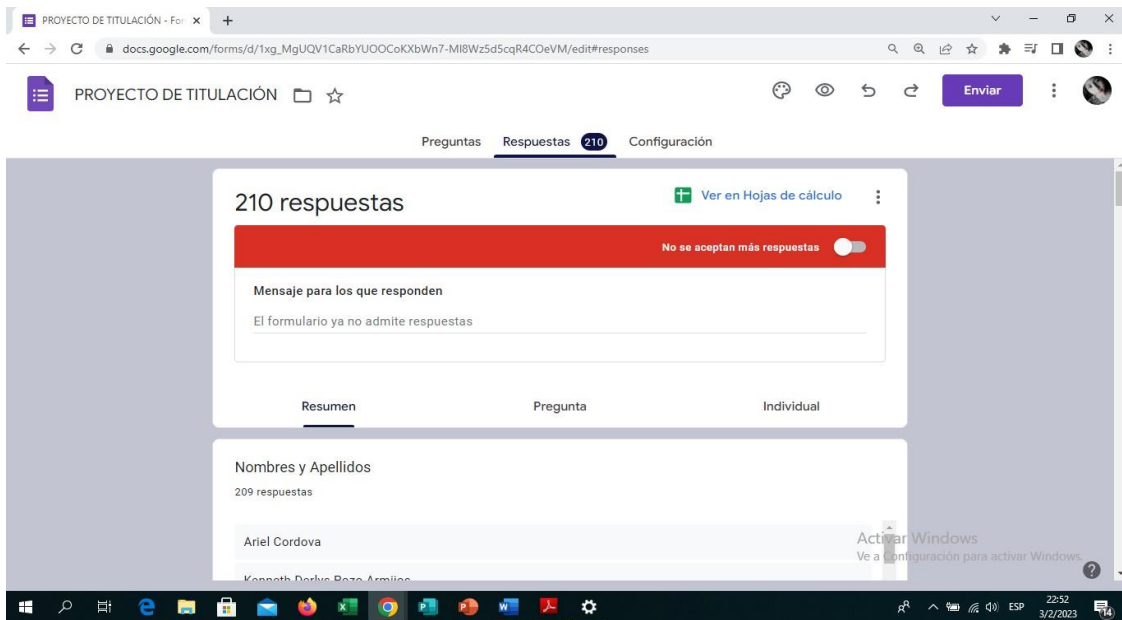


Figura 13. Encuesta

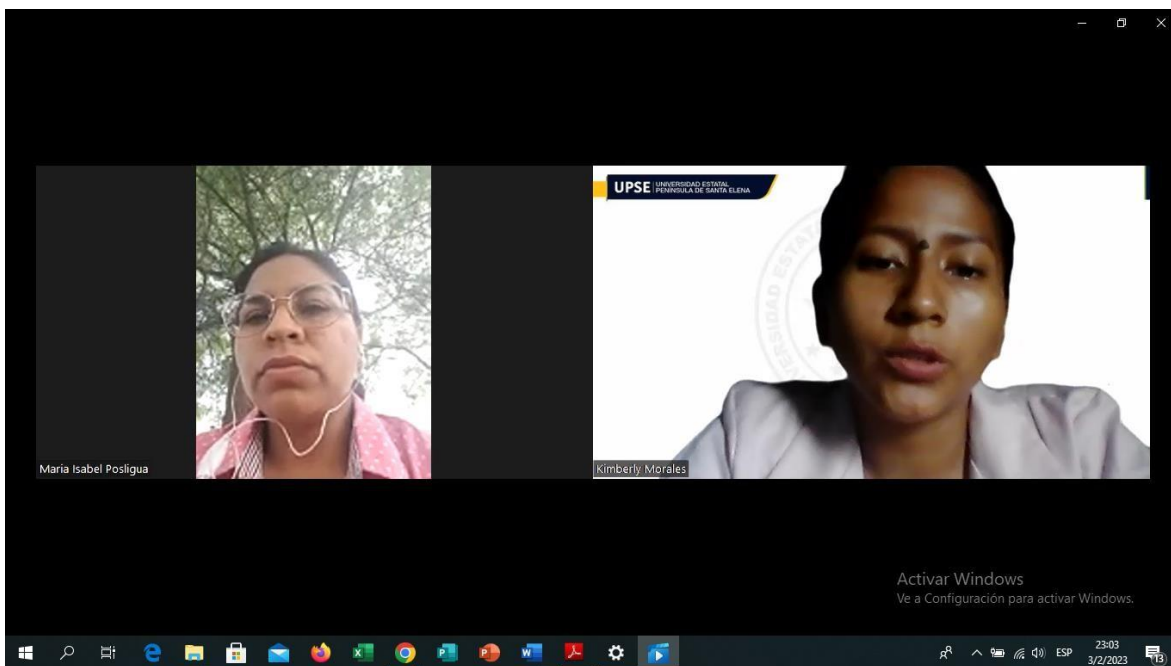


Figura 14. Entrevista a la Lic. Posigua Quinde

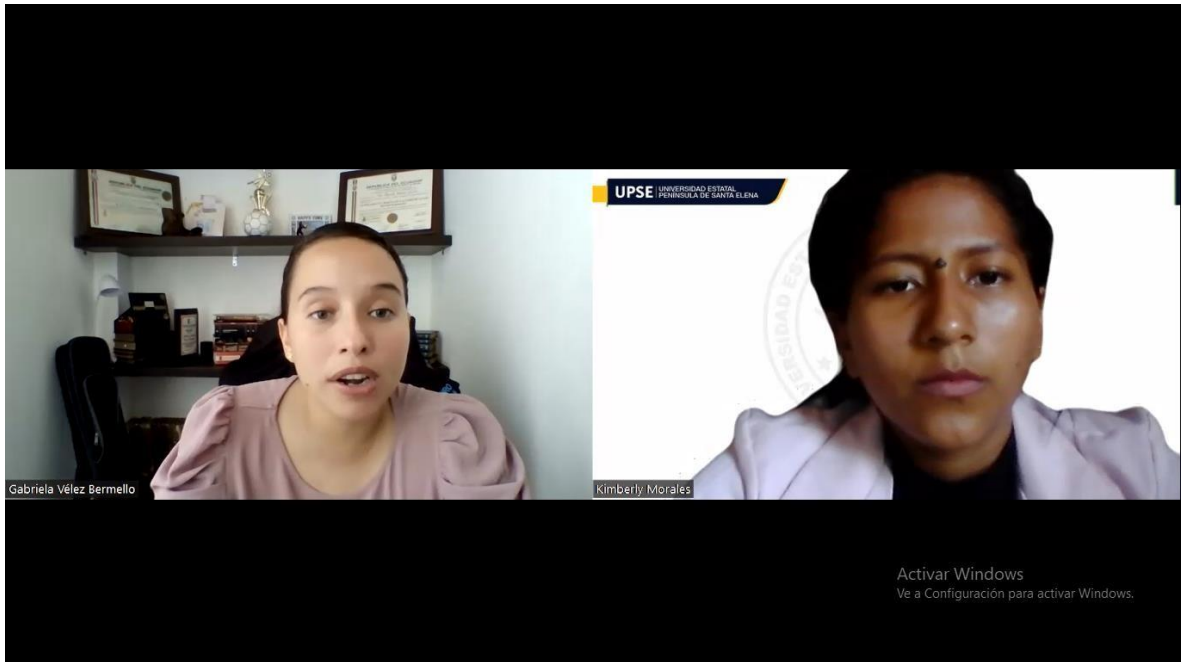


Figura 15. *Entrevista a la periodista Gabriela Vélez.*

