



**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**

ALFABETIZACIÓN DIGITAL Y CONSUMO INFORMATIVO MEDIANTE LA RED  
SOCIAL FACEBOOK DE LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE  
ANCÓN.

**AUTORA:**

MUÑOZ GONZÁLEZ JENNIFFER ESTEFANÍA

**TUTORA:**

LCDA. MARÍA ISABEL POSLIGUA QUINDE. MSc.

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**SUB-LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

UTILIZACIÓN DE LAS TIC PARA EL DESARROLLO SOCIAL

**LA LIBERTAD — ECUADOR**

**TEMA**

**Alfabetización digital y consumo informativo mediante la red social Facebook de los habitantes de la parroquia San José de Ancón.**

**Autora:** Muñoz González Jenniffer Estefanía

**Tutora:** Lcda. María Isabel Posligua Quinde. MSc.

## **AGRADECIMIENTO**

Dios, el ser que hoy me permite cumplir una meta más en mi vida. Mi agradecimiento es a él porque a pesar de las pruebas o circunstancias me da la vida y hoy estoy aquí logrando uno de mis sueños, convirtiéndose en éxitos, el mismo que conlleva años de sacrificio del cual estoy orgullosa.

Agradezco aquella motivación que obtuve de Willie Reyes Figueroa, quien me dio su confianza para elegir esta carrera y así convertirla en aquello que hoy me caracteriza como triunfadora. Sin duda alguna, es aquella persona que está presta a apoyarme con lo poco que tiene, pero ese granito de arena me ha permitido llegar lejos.

Mi madre, Jenny González que me demuestra valentía, quien se convierte en mi amiga y es la persona que está pendiente de mí. Gracias por sobre todas las cosas, por estar presente en mi vida y el haber cuidado de mi hijo mientras me tocaba terminar este viaje a la licenciatura.

Gracias a mi padre y familia por sus palabras de aliento. Y finalmente mi infinito agradecimiento a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por brindar la oportunidad de convertirme en esa persona de éxito que contribuyen al mejoramiento de una sociedad, gracias a quienes hacen de nosotros profesionales de bien, mis queridos docentes de la carrera de comunicación, amigos, queda mi agradecimiento por su semilla de conocimiento.

**Jennifer Estefanía Muñoz González**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de titulación está inspirado hacia el progreso y a su vez permitir que mi hermano menor vea el ejemplo de superación. Dedico este proceso y proyecto a Eliel Reyes, Willie Reyes quienes compartirán aquellos frutos que se obtendrán de este título.

Dedico también a mi mamá que hoy la convierto en la mujer más orgullosa al demostrarle que con perseverancia se alcanzan las metas.

Finalmente, dedicar este logro a aquella mujer que hoy ya no está en este mundo terrenal, pero sé que me acompaña su alma tan pura, recordando aquellos días que cuando no tenía para ir a la universidad siempre sacaba lo poco que tenía para seguir mis estudios, gracias, infinitas Feliciano Vera Clemente. Imaginaré tu rostro de felicidad y orgullo el día de mi incorporación.

**Jennifer Estefanía Muñoz González**

## 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, 04 de febrero del 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 la señorita: **Muñoz González Jenniffer Estefanía** con cédula de identidad N° **2450592791** 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 la señorita: **Muñoz González Jenniffer Estefanía**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la (UIC) con el proyecto de investigación titulado: **Alfabetización Digital y consumo informativo mediante la red social Facebook en los habitantes de la parroquia San José de Ancón.**

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**

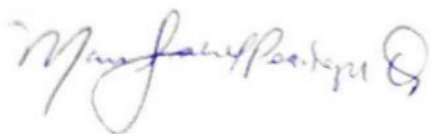
**MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE  
INTEGRACIÓN CURRICULAR**



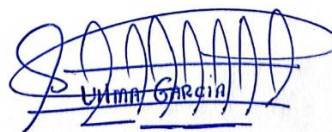
Dra. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.  
**DIRECTORA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



Lcdo. Wilson Benjamín León Valle, Mgr.  
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



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



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



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



Muñoz González Jenniffer Estefanía  
**ESTUDIANTE**

## DERECHOS DE AUTORÍA

Quien suscribe: **MUÑOZ GONZÁLEZ JENNIFFER ESTEFANÍA**, con C.C: **2450592791**, estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, declaro que el trabajo de titulación; **proyecto de investigación**, presentado a la Unidad de Integración Curricular (UIC), cuyo tema es: **Alfabetización digital y consumo informativo mediante la red social Facebook en los habitantes de la parroquia San José de Ancón**, corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 03 de febrero de 2023

Atentamente,



---

Jennifer Estefanía Muñoz González

C.C: 245059279

## ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA .....	II
AGRADECIMIENTO .....	II
DEDICATORIA.....	III
CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR .....	IV
DERECHOS DE AUTORÍA.....	V
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT.....	XIII
INTRODUCCIÓN .....	1
<b>1. CAPÍTULO I: FORMULACION GENERAL DEL PROYECTO.....</b>	<b>3</b>
1.2. Descripción del problema .....	3
1.3. Formulación del problema .....	4
1.4. Preguntas de investigación .....	4
1.5. Justificación .....	4
1.6. Objetivos .....	5
1.6.1. Objetivo General.....	5
1.6.2. Objetivos Específicos .....	5
1.7. Hipótesis.....	5
1.8. Variables .....	6
1.8.1. Variable independiente.....	6
1.8.2. Variable dependiente .....	6
1.9. Matriz de operacionalización de variables.....	6
1.10. Matriz de consistencia .....	6
<b>2. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>7</b>
2.1. Antecedentes .....	7
2.2 Marco conceptual.....	8
2.2.1 Alfabetización digital .....	8
2.2.2 El uso de la tecnología.....	8
2.2.3 Red Social .....	8
2.2.4 Comunicación eficaz .....	9
2.2.5 Estrategias comunicacionales.....	9
2.2.6 Plan de comunicación .....	9



2.2.7	Comprensión crítica.....	10
2.2.8	Soportes comunicacionales.....	10
2.2.9	Valoración de contenidos.....	11
2.2.10	Contenidos visuales.....	11
2.2.11	Comportamiento Humano .....	11
2.2.12	Respuesta a una necesidad .....	12
2.2.13	Conducta.....	12
2.2.13	Moral.....	12
2.3.	Marco Legal.....	13
	CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2008 .....	13
3.	CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....	16
3.1.	Tipo de investigación .....	16
3.2.	Enfoque de la investigación.....	16
3.3.	Diseño de la investigación.....	16
3.4.	Método de investigación .....	17
3.5.	Técnica e instrumento de recopilación de datos.....	17
3.5.1.	Técnica “Encuesta”.....	17
3.5.2.	Escala de Likert.....	18
3.5.3.	Instrumento Entrevista.....	18
3.6.	Universo, población, muestra y muestreo.....	18
3.6.1.	Universo .....	18
3.6.3	Muestra.....	18
3.6.4	Muestreo .....	19
4.	CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	20
4.1.	Procesamiento de la información.....	20
4.2.	Análisis e interpretación de resultados .....	20
4.2.1.	Análisis cuantitativo. Escala de Likert.....	20
4.2.2.	Análisis cualitativo: entrevista .....	31
4.2.3.	Discusión de resultados.....	33
	CONCLUSIONES.....	34
	RECOMENDACIONES .....	35
	BIBLIOGRAFÍA.....	36
	Anexos.....	38

<b>Anexo 1:</b> Árbol de problema.....	38
<b>Anexo 2:</b> Matriz de Operacionalización.....	39
<b>Anexo 3.</b> Matriz de consistencia.....	40
<b>Anexo 4.</b> Instrumentos de validación.....	41
<b>Anexo 5.</b> Instrumento de Validación.....	42
<b>Anexo 6.</b> Instrumento de Validación.....	45
<b>Anexo 7.</b> Ficha de Evaluación del Instrumento.....	48
<b>Anexo 8.</b> Validez de contenido del Instrumento.....	49
<b>Anexo 9.</b> Validación de Contenido del Instrumento – Encuesta.....	50
<b>Anexo encuesta</b> .....	51

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	21
Tabla 2 .....	22
Tabla 3 .....	23
Tabla 4 .....	24
Tabla 5 .....	25
Tabla 6 .....	26
Tabla 7 .....	27
Tabla 8 .....	28
Tabla 9 .....	29
Tabla 10 .....	30
<b>Tabla 11.....</b>	<b>31</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1 .....	21
Gráfico 2 .....	22
<b>Gráfico 3.</b> .....	<b>23</b>
Gráfico 4.....	24
Gráfico 5 .....	25
Gráfico 6.....	26
Gráfico 7 .....	27
Gráfico 8 .....	28
Gráfico 9 .....	29
Gráfico 10.....	30

## RESUMEN

El objetivo de este proyecto de investigación es examinar los patrones de alfabetización digital y consumo de información de los residentes de la parroquia San José de Ancón en Facebook, con el fin de mejorar estos comportamientos mediante el uso de nuevas herramientas TIC en medios digitales. El estudio se realizó bajo la metodología de investigación aplicada con enfoque cualitativo y método deductivo, utilizando técnicas de recolección de datos como la entrevista y encuesta aplicando la escala de Likert. Estas herramientas fueron utilizadas para analizar el impacto de la alfabetización digital en los servicios de información, identificar el tipo de consumo de información y determinar los patrones de uso y consumo de medios en Facebook entre los residentes de la parroquia San José de Ancón. Los resultados mostraron que el uso inadecuado de las redes sociales genera una importante desinformación entre los usuarios, debido a que muchas personas tienden acudir inmediatamente a Facebook en busca de información sin verificar su autenticidad. Se concluyó que los residentes de San José de Ancón a menudo confían y consumen en la información publicada en la red social Facebook sin verificar su validez. Por lo tanto, se recomienda utilizar otras herramientas TIC para obtener una gama más amplia de información veraz y reducir la desinformación.

**Palabras claves:** información, alfabetización digital, consumo informativo, tecnología.

## **ABSTRACT**

The objective of this research project is to examine the patterns of digital literacy and information consumption of the residents of San José de Ancón parish on Facebook, to improve these behaviors using new ICT tools in digital media. The study was conducted under an applied research method with a qualitative approach and deductive method, using data collection techniques such as interview and Likert scale. These tools were used to analyze the impact of digital literacy on information services, identify the type of information consumption and determine the patterns of use and consumption of media on Facebook among residents of the parish of San José de Ancón. The results showed that inappropriate use of social networks generates significant misinformation among users, as many people tend to immediately turn to Facebook in search of information without verifying its authenticity. As a result, it was concluded that residents of San José de Ancón often blindly trust and consume information from Facebook without verifying its validity. Therefore, it is recommended to use other ICT tools to obtain a wider range of truthful information and reduce misinformation.

Key words: information, digital literacy, information consumption, technology.

## INTRODUCCIÓN

En el mundo actual se han evidenciado grandes innovaciones tecnológicas que traen consigo nuevas tendencias entre los periodistas en las redes sociales. Ante este nuevo comportamiento tecnológico se desglosan diversas problemáticas convirtiéndose en alfabetización digital que precisamente se basa en el manejo del contenido de estas, transvasando la información que se emite en redes sociales de diferentes maneras.

El presente proyecto de investigación trata sobre la alfabetización digital y consumo informativo mediante la red social Facebook de los habitantes de la parroquia San José de Ancón.

Los contenidos informativos que se emiten en la red social de Facebook no son del todo eficiente y oportunos al momento de brindar una noticia o relato de un acontecimiento en específico y de actualidad. Hoy en día se han dejado de lado los medios de información tradicionales por los modernos; el periódico virtual, páginas web, blog de noticias, entre otros que forman parte de esa gran lista.

El motivo por el cual se determina el tema se debe a la presencia de noticias falsas en las redes sociales. Cuando se habla de desinformación puede ser un tema que afecta a la comunidad de Ancón, está se encuentra inmersa en creer todo lo que proviene de la red social Facebook y no se limita a obtener credibilidad.

La metodología empleada es la investigación la investigación aplicada con enfoque cualitativo a través del método deductivo considerando las técnicas de recopilación de datos como: entrevistas y escala de Likert. Estos instrumentos contribuyen a que se investigue con más profundidad el problema planteado puesto que se requiere evidenciar por qué y así diagnosticar posibles soluciones que mejore el consumo informativo en la localidad de Ancón.

Por consiguiente, tiene como finalidad analizar la influencia de la alfabetización digital en los servicios de información, busca identificar el tipo de consumo informativo en los habitantes de la parroquia y determinar el uso de los medios y su respectivo consumo dentro la red social.

Este trabajo académico está conformado por cuatro capítulos que dan a conocer el proceso de la investigación desarrollado de la siguiente forma:

En el capítulo I, se aborda la formulación general del proyecto, la descripción del problema, formulación de la pregunta de investigación científica, justificación, el planteamiento de objetivos, la hipótesis y el estudio de las variables.

Dentro del capítulo II se desarrolla el marco teórico, donde se mencionan los teóricos que fundamentan los temas a estudiar, incluyendo el marco legal que detalla normativas jurídicas que garantizan y justifican la validez de este proyecto a fin de conocer los deberes y derechos de los involucrados en esta investigación.

En el capítulo III se plantea la metodología a aplicar, además de establecer el tipo, enfoque, diseño, métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos, incluyendo la población, muestra y muestreo en cuestión.

Por último, en el capítulo IV se describen los resultados y la discusión de los datos obtenidos de la investigación en el que se aplica el análisis e interpretación. En esta parte el investigador da a conocer las conclusiones y recomendaciones.



## CAPÍTULO I: FORMULACION GENERAL DEL PROYECTO

### 1.2. Descripción del problema

Según Unir (2022), La alfabetización digital es el aforo de una persona para realizar diversas tareas en un entorno digital. Este aserto general tiene matices, ya que incluye la capacidad de encontrar, descubrir y comparar información utilizando tecnología, así como la capacidad de instaurar contenido y desarrollar servicios utilizando medios digitales. La competencia digital debe entenderse no solo como una herramienta, sino también como una forma de declaración, creación y perspicacia de nueva información.

Los medios digitales son utilizados de manera general por la sociedad, debido a que poseen una gran cantidad de información, libre manejo y fácil acceso a ellas, pero no se puede descartar el inapropiado empleo que envuelve al periodismo digital en la actualidad. Esta causa es más visible en redes sociales tales como: Facebook, Instagram y WhatsApp por el uso masivo e imprescindible que gozan por parte de sus usuarios.

Por otro lado, si bien el periodismo digital rompe con la linealidad y permite la retroalimentación y la participación de los lectores, no estamos hablando de otra cosa que no sea comunicación, pues bien, para que el proceso se cumpla a cabalidad es necesaria la respuesta del receptor. Y no puede existir periodismo sin comunicación, donde no hay la una no existe el otro. (Sánchez, 2009).

Según Yuste (2020), uno de los hechos que hemos visto en los últimos años y que demuestra cómo han cambiado los modelos de consumo de información de los jóvenes es el abandono de la lectura de los medios. La pérdida de lectores matriculados por las cabeceras convencionales en esta franja de edad también se observa en otras poblaciones, aunque en tasas menores, y ha sido constatada en diversos estudios sobre este tema y es consecuencia del contagio que dirigió a esta audiencia a otros medios como la televisión, pero especialmente dirigió a Internet y las redes sociales para obtener contenido más relevante, y se encontró que respondía mejor a sus intereses.

En el último informe sobre el estado Digital en Ecuador presentado por el Grupo Formageren, se presentan las cifras del comportamiento digital de los ecuatorianos. Según el estudio, pese a que Ecuador cuenta con más del 80% de su población con acceso a Internet, aún

existe una brecha digital que se debe reducir sobre todo relacionada con el alfabetismo digital, conectividad, consumo y creación de contenido e información ya que el uso de Internet se concentra principalmente en redes sociales y videos antes que en noticias e información. Además, el 33% de usuarios digitales en Ecuador se concentran en Quito y Guayaquil, el 59% del total son mayores de 24 años. En esta edición se incluyen cifras sobre inversión publicitaria en medios de comunicación locales, tradicionales y en Internet y un análisis de venta directa de publicidad a través de redes como Facebook, Instagram, Twitter y otros. Se estima que el promedio de la inversión en publicidad digital superó los 90 millones de dólares en 2020. (Itahora, 8 de noviembre de 2021)

En la actualidad, la parroquia San José de Ancón experimenta cambios en la forma en que se consume información a través de las redes sociales, muchas de estas publicaciones son emitidas por usuarios que en lugar de informar generan desinformación debido a que exponen datos imprecisos o incompletos, esto influye en la conducta de los receptores y genera disonancia cognitiva. La presente investigación busca esclarecer como influye la alfabetización digital en el consumo de contenido informativo en la red social Facebook.

### **1.3. Formulación del problema**

Estableciendo de esta forma la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo influye la alfabetización digital y el consumo informativo en la red social Facebook de los habitantes de la parroquia San José de Ancón?

### **1.4. Preguntas de investigación**

- ¿Cómo influye la alfabetización digital en los servicios de información en Facebook?
- ¿Qué tipo de consumo informativo realizan los habitantes de la parroquia San José de Ancón?
- ¿Cuál es el uso de los medios y su respectivo consumo dentro de la red social Facebook?

### **1.5. Justificación**

En años posteriores la tecnología no tenía un alto nivel en la sociedad, el periódico, la radio e inclusive revistas tenían una audiencia amplia. la misma que permitía a los receptores mantener información con fuentes reales y no controversial. Hoy en día, existe una problemática llamada

alfabetización digital la misma que arrastra consigo un sin número de consecuencias como, por ejemplo, el inapropiado uso de las redes sociales, la misma que periodistas usan para dar a conocer una noticia utilizando en este caso a Facebook como un medio de información cuando solo son servicios de información.

Esta investigación contribuye a que la parroquia San José de Ancón tenga conocimiento de que Facebook solo son redes sociales de entretenimiento mas no un medio de comunicación oficial, además que los periodistas o reporteros puedan brindar información por medio de esta plataforma y se logre evaluar las fuentes con las que se pueda verificar la noticia y respectivamente se apliquen herramientas TIC para la ejecución de esta.

En conclusión, la comunidad de Ancón se beneficiará en conocimiento e información para que así se limiten los casos de desinformación y por lo contrario contribuya a que los servicios de información den paso a páginas con contenido real y verificable.

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1. Objetivo General**

Analizar la alfabetización digital y el consumo informativo que acogen a través de la red social de Facebook los habitantes de la parroquia San José de Ancón.

### **1.6.2. Objetivos Específicos**

1. Analizar la influencia de alfabetización digital en los servicios de información en Facebook.
2. Identificar el tipo de consumo informativo en los habitantes de la parroquia San José de Ancón.
3. Determinar el uso de los medios y su respectivo consumo dentro de la red social de Facebook.

## **1.7. Hipótesis**

Con la implementación de nuevas herramientas TIC en los medios digitales dónde se pueda alcanzar el buen consumo informativo en Facebook de los habitantes de la parroquia San José de Ancón.

## **1.8. Variables**

### **1.8.1. Variable independiente**

#### **Alfabetización digital**

El conocimiento que uno recibe primero está directamente relacionado en los medios dominantes de la época. Si esa es la razón se cree que la alfabetización informacional es lo primero que aprenden los niños.

El nivel académico, por lo que los adultos deben absorber la cultura digital para adquirir nuevos conocimientos y habilidades relacionados con nuevas formas de crear, administrar y administrar, comunicar, presentar y comprender el entorno digital. (alfabetización digital Educación 2011, p.13).

### **1.8.2. Variable dependiente**

#### **Consumo informativo**

(Amoedo, 2021). De hecho, el modo de consumo de información está experimentando un cambio fundamental. Por supuesto, es más grave de lo que imaginaban los ejecutivos de periódicos a principios del siglo XXI.

## **1.9. Matriz de operacionalización de variables**

El cuadro que sigue a continuación matriz de operacionalización de variables que aborda la temática planteada la podrá encontrar adjunta en el anexo 2.

## **1.10. Matriz de consistencia**

El cuadro que sigue a continuación matriz de matriz de consistencia que aborda la temática planteada la podrá encontrar adjunta en el anexo 3.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes**

Inicialmente, Difusor Ibero (2017) en el artículo “El consumo de información en los jóvenes universitarios de México” afirma que los jóvenes consumen información, y está cambiando día a día. Cada vez se utilizan menos los medios impresos, los periódicos y las revistas. Esto puede darse a que los medios digitales son mucho más accesibles y fáciles de usar. Gracias a que se actualizan constantemente, es más fácil mantenerse informado de lo que sucede en el mundo y en nuestro país.

Según Gurstein (2011), la reducción de la brecha consiste en fomentar la capacidad de la ciudadanía para utilizar de manera crítica la información que se puede manejar de forma libre: Open Data. Para ello, según Gértrudix, Gálvez, De la Cuesta y Durán (2016, p.3.)

Se debe tener en cuenta básicamente: El empleo de licencias abiertas de acceso a la información dispuesta desde internet, el acceso gratuito o al menos condicionado para su descarga libre, de forma ilimitada, en el tiempo, el empleo de formatos de información modificables, una persona se considera analfabeta digital cuando tiene un acceso limitado y/o un desarrollo bajo o nulo de las habilidades que le permitan interactuar en la red comunicativa que proporciona el uso de TIC (García, Aquino, y Ramírez, 2016, p. 9).

Chiecher (2014) presenta el resultado de más de 10 años de investigación sobre la implementación de propuestas educativas de alfin en el ámbito universitario. En este sentido se describen tres etapas vinculadas con la innovación en el uso de diferentes soportes. De 2004 a 2007 se describe el uso del correo electrónico como soporte de las actividades virtuales. Desde 2007 a 2012 se logra la incorporación de un aula virtual. Desde 2013 en adelante se plantean actividades de aprendizaje empleando redes sociales, específicamente Facebook, como contextos educativos virtuales.

## **2.2 Marco conceptual**

### **2.2.1 Alfabetización digital**

La alfabetización digital se encuentra asociada con la educación, ya que exclusivamente se conceptúa en el lenguaje de procedimiento verbal y conductual, que se selecciona en la información emitida por medios digitales, por lo que el individuo se ve obligado a representar un concepto a partir de la expresión de la tecnología.

Para (Carolina, 2018) la alfabetización es la alusión de las nuevas formas de comunicar y de aprender, debido a que las conceptualizaciones actuales articulan la literalidad documental y electrónica, que produce conocimiento.

No obstante (Susana, 2017) indica que la alfabetización se refiere a la información de un medio que encuentra rasgos de libros, artículos, archivos, soportes audiovisuales y a su vez rasgos que reconozcan la información a partir de la tecnológica y transmisión de conocimientos.

### **2.2.2 El uso de la tecnología**

La tecnología educativa, a lo largo de la historia, alude importancia en el desarrollo del conocimiento, desarrollo e interactividad social dentro de una comunidad, debido a que configura una de las herramientas más importantes en la formación de la educación, discurso y disciplina conductual.

Es así que hoy en día los autores como (Torres & Cobo, 2017) afirman que las tecnologías contribuyen en la creación de espacios de conocimiento, que despejan inquietudes, a su vez esta misma procesa las inquietudes y enseñanzas a través del uso de las TIC'S.

Sin embargo, se especifica que la tecnología son los requerimientos que se interpretan, analizan, practican, y desarrollan las capacidades que se emplean en las destrezas cognitivas de los seres humanos, tal como menciona (Avilla, Valdés, & Quevedo, 2007).

### **2.2.3 Red Social**

Las redes sociales, son tecnologías que desarrollan nuevos espacios de interacción que se establecen con la aparición de las nuevas tecnologías. Estas herramientas tienen la habilidad de convertir lo tradicional en algo innovador en lo que se refiere a las relaciones interpersonales y sociales.

Los espacios que se estructuran en el internet, brindan servicios híbridos online, por el traspaso de las relaciones cotidianas personales a la virtualidad, configurando así las aptitudes y actitudes que se establecían en las relaciones humanas. (Rosell, 2015)

Para (Prete & Pantoja, 2020) las redes sociales dentro del posicionamiento y reconocimiento de discursos multimediales mejoran la elaboración de la hipertextualidad, el desempeño de la hiperestimulación y la generación de *feedback*.

#### **2.2.4 Comunicación eficaz**

La concepción de la comunicación se establece en el sistema de relaciones entre los individuos que conviven en un entorno, estos ismos desarrollan la identificación de las relaciones humanas, además que de determinan la personalidad, papel y psiquismo humano.

La comunicación eficaz para varios autores, entre ellos (Ortiz, 2019) , establece que es el proceso que cumple el receptor y emisor al compartir una idea, interpretación, concepto, pensamientos, mensajes y conocimientos, de forma clara, veraz, precisa, sencilla, concreta y activa, este último refiriéndose al entendimiento del código lingüístico.

(Romero, Monzan, & Hernández, 2014) especifican que es un modelo de comunicación que se encuentra organizado en la actividad informativa, esto, estableciendo el nexo que existe entre la empresa, entorno y empleadores, para lograr efectividad en el ejercicio de comunicar.

#### **2.2.5 Estrategias comunicacionales**

Las estrategias comunicacionales son un elemento importante en la asignatura de economía y marketing, debido a que esta tiene la responsabilidad de definir oportunidades, fortalezas, debilidades y canales de emisión que permitan que la misma, se posicione de manera efectiva.

Para (Pouplana, 2022) la estrategia de comunicación o estrategia comunicacional es la relación más efectiva que tiene una empresa ara alinear sus objetivos con el mercado de venta, estableciendo por encima de ellos los objetivos, misiones y valores que emplea la entidad para dirigirse al público objeto.

#### **2.2.6 Plan de comunicación**

El plan de comunicación o planificación de riesgo es el documento que recopila los objetivos, metas, mejoras, cualidades, visiones y estrategias que se establecen en una empresa

o entidad, que tiene como propósito estipular una administración de trabajo comunicativo en gestiones o situaciones de riesgos.

La herramienta de contar, interpretar y coordinar sistemas comunicacionales se guía a través del trabajo cooperativo de comunicación, para evitar la dispersión de los procesos que beneficien a la entidad, está busca evaluar y dar seguimiento a las características que limitan la constitución de misiones, establece (Plataforma de Voluntariado, 2013).

### **2.2.7 Comprensión crítica**

La comprensión crítica es importante para desarrollar en el conocimiento la disciplina de analizar, interpretar, contextualizar y enmarcar la información para su uso práctico, además la realización de esta práctica permite desarrollar un pensamiento crítico humano.

Por lo que (Serrano de Moreno, 2008) establece que el desarrollo y emisión de conocimientos basados en la lectura y literatura para el enriquecimiento de conocimientos, permite que la sociedad interprete y establezca opinión crítica sobre diversos temas de construcción como: filosofía, psicología, idiomas, cultura e historia. Así mismo los autores interpretan que la lectura como promotora de crítica y dominio, ha establecido que la sociedad actual en lo que se refiere a registro de participación, es mínima debido al acceso de información que poseen, por lo que adquirir conocimientos puros es un obstáculo ante una cultura de conocimientos fragmentados.

### **2.2.8 Soportes comunicacionales**

Los soportes comunicacionales, realizan la función de clasificar por características la versatilidad de ellos mismos, estos pueden dividirse en soportes audiovisuales, físicos e hipertextuales, que tienen relación con Internet.

Las características de los soportes comunicacionales según (Larrea, 2012) se dividen en la diversificación, canal, interactividad, calidad, cantidad y otros, todos estos tienen características que permiten informar de manera lineal y circular con retroalimentación.

Una de las consecuencias que experimentan estos soportes comunicacionales se establecen en el código de escritura que utilizan, al ser un soporte digital mantiene dificultades o errores con las fallas de coherencia, ortografía, orden y sintaxis.



### **2.2.9 Valoración de contenidos**

Los criterios de valoración de contenidos tienen una interpretación de enfoques, características, dimensiones e interpretaciones que suelen inferir en las bases conceptuales, teóricas y filosóficas.

Como mencionan (Pérez et al, 2012) en donde los criterios que componen el conocimiento se diseñan para implementar contenidos y enfoques de desarrollo práctico, pero estos cuando no son congruentes en su desarrollo, establecen discrepancias, por lo que la formación crítica didáctica se ve afectada.

No obstante (Guzmán, 2010) indica que el criterio de valoración de conocimiento debe juzgarse como bueno o malo a partir de los criterios que se adecuen o crean necesarios en la recopilación y ejecución de información, misma que debe evaluar, normar y valorizar las intenciones del aprendizaje.

### **2.2.10 Contenidos visuales**

Los contenidos visuales dentro del desarrollo de competencia son instrumentos capaces de despertar, generar, incidir en los sentimientos, pensamientos, ideas y emociones dentro de la sociedad, debido a los recursos visuales que ejecuta.

Tal y como menciona (Lacerda, 2019), los recursos que se establecen en la creación de productos audiovisuales deben interpretar la intención del público, estableciendo dinamismo, interés y sobre todo persuasión en ellos, que inciten una oferta y demanda del producto que se promociona.

### **2.2.11 Comportamiento Humano**

El comportamiento humano según los enfoques genéticos y actitudinales, establecen que el contraste entre el carácter y formación se ven afectados en el entorno de desarrollo, debido a que las connotaciones morales establecidas por la sociedad, estas influyen en las creencias y valores adquiridos en el crecimiento humano.

Para (López, 2021) los términos que se establecen en la formación del comportamiento humano tienen a confundirse con las creencias, pero estas mismas difieren con las actitudes del ser, debido a esto es que una de las miradas más acertadas se establece en connotar a los valores como influencia en la estructura de comportamiento humano.

Sin embargo, en la manifestación de los criterios del comportamiento humano, las complejidades que se establecen se ven relacionadas en el ambiente, entorno, situación

económica y ética profesional, estas relatividades condicionan los campos de los valores, por lo que el individuo ejercerá un comportamiento según la corriente o pensamiento que le genere la acción o situación (López, 2021).

### **2.2.12 Respuesta a una necesidad**

El ser humano en lo que se respecta al actuar diario o sobre una situación en general, se relaciona a fines pragmáticos o de la vida cotidiana, mismo que han permitido evolucionar en el conocimiento crítico y científico de la realidad.

En otro contexto, se indica que el registro de acción se refleja cuando el patrón de activación que se establece en las neuronas registra una modificación o necesidad filosófica en o que se articulan pensamientos, experiencias, imágenes y lingüísticas emocionales (Manrique & Castro, 2016).

### **2.2.13 Conducta**

La conducta se establece en el estudio del comportamiento humano, desde su origen, planteamiento y vínculos que se encuentren relacionados con la mente y respuesta.

Las conductas determinan las predicciones y esfuerzos que principalmente se establece en el ser o no ser, además las predisposiciones internas del pensamiento abstraen la psicología de plantear el inductivismo como una corriente (Torres A. , 2017).

La conducta humana se define a través de componente o términos de la teoría conductivista que se establecen en: estímulo, respuesta, condicionamiento, refuerzo y castigo (Torres A. , 2017).

### **2.2.13 Moral**

Moral para varios autores se refleja como el conjunto de normas, valores, creencias que determinan la orientación de cada ser, entre lo bueno y lo malo, según los determine su postura.

Plantea (Palacios, 2009) que la moral define las acciones que emplea el hombre en lo que se refleja la individualidad, además reconoce que la experiencia en la vida establece un marco de rumbo en los impulsos, sentimientos, instintos y discernimiento.

## 2.3. Marco Legal

### CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2008

#### TITULO II

#### LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013

Tercer suplemento – Registro Oficial N.º 22 – martes 25 de junio del 2013

Según los artículos 33, 35, de la “Ley Orgánica de comunicación” en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

#### **Sección II**

#### **Derechos de igualdad e interculturalidad**

**Art.- 33.-** Derecho a la creación de medios de comunicación social. - Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas. La violación de este derecho se sancionará de acuerdo con la ley. (Ley Orgánica de Comunicación, 2008, pág. 10)

Según el artículo 33 de la Ley Orgánica de comunicación, se denota la creación de los medios comunicativos sociales y que su vez la sociedad de generaciones, todos tienen derecho a el uso de acuerdo con la ley. Que a través de la promoción y creación de medios de comunicación social se garantice el acceso de igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioelectrónico para la gestación de estaciones de radio y la televisión públicas, privadas y comunitarias.

**Art.- 35.-** Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. - Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo. (Ley Orgánica de Comunicación, 2008, págs. 10,11)

Según el artículo 35 de la Ley Orgánica de comunicación, menciona que la comunicación es un derecho muy importante como medio expresivo trascendental debido a que desde sus inicios ha tenido como objetivo acceder, capacitar y brindarnos una excelente comunicación de la información.

## **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.**

Según los artículos 384, 385 y 388 de la Constitución de la República del Ecuador en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente.

### **Sección Séptima**

#### **Comunicación Social**

**Art. 384.-** El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana. (Constitución del Ecuador, 2008, pág. 173)

**Según el art. 384** de la Constitución del Ecuador, dispone y establece que la participación de la ciudadanía debe ser liberal y muy importante dentro de un medio comunicativo ya que existe y hay la interacción entre el entrevistado y el entrevistador actividades como estas dentro de la comunicación fortalecerá la apreciación ciudadana

### **Sección Octava**

#### **Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales**

Art. 385.- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:

1. Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos.
2. Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales.

3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir. (Constitución del Ecuador, 2008, pág. 173)

Según el art. 385 de la Constitución del Ecuador, menciona que todos tenemos el derecho a realizar investigaciones utilizando las TIC para mejora del sistema tecnológico del país mediante la creación e innovación de tecnología que ayude a desarrollar al país en áreas de la salud de la educación de la productividad la agricultura las y así industrias para mejorar la calidad de la nación

Art. 388.- El Estado destinará los recursos necesarios para la investigación científica, el desarrollo tecnológico, la innovación, la formación científica, la recuperación y desarrollo de saberes ancestrales y la difusión del conocimiento. Un porcentaje de estos recursos se destinará a financiar proyectos mediante fondos concursables. Las organizaciones que reciban fondos públicos estarán sujetas a la rendición de cuentas y al control estatal respectivo. (Constitución del Ecuador, 2008, pág. 174)

Según el art. 388 de la Constitución del Ecuador, tenemos el derecho de exigir recursos que son necesarios para el desarrollo de una mejor educación en saberes tecnológicos que ayudan al conocimiento con mayor desenvolvimiento de las organizaciones.

### **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, Arts. 18, 165**

#### **REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DE COMUNICACION, Arts. 11**

Art. 19.- Responsabilidad ulterior. - Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias legales posteriores a difundir, a través de los medios de comunicación, contenidos que lesionen los derechos establecidos, en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador, en la Constitución y la Ley.

#### **Art. 347.- Será responsabilidad del Estado:**

7. Erradicar el analfabetismo puro, funcional y digital, y apoyar los procesos de postalfabetización y educación permanente para personas adultas, y la superación del rezago educativo.

### **3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo de investigación**

Este proyecto desarrollará el tipo de investigación aplicada que pretende buscar soluciones a la problemática expuesta, con el fin de dar respuesta a las preguntas planteadas dentro del problema que se expone en la alfabetización digital y consumo informativo de los habitantes de la parroquia San José de Ancón.

Para Murillo (2008), la investigación aplicada recibe el nombre de investigación práctica o empírica”, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren todos, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación.

#### **3.2. Enfoque de la investigación**

En el enfoque cualitativo, su importancia radica en que, a partir de este método se utiliza para obtener opiniones y motivaciones para el estudio del fenómeno.

Este enfoque se utilizará en la investigación dentro del tema nos permitirá conocer cómo se realiza el consumo informativo y como se aplica la alfabetización digital en la comunidad de San José de Ancón.

#### **3.3. Diseño de la investigación**

Son diversos los autores que han investigado con metodologías tanto cuantitativas como cualitativas el tema de las TIC, debido a que permiten describir e interpretar la realidad de la sociedad y la información. Es por ello, que este trabajo se enmarca en la utilización de una investigación no experimental con un enfoque cualitativo el mismo que dará una mejor propuesta con las herramientas TIC para la red social de Facebook.

(Hernández et al., 2003) describe esta categoría como "investigación no experimental". Sólo manipulación deliberada y ubicación de variables., Examinar fenómenos en el entorno natural y luego analizarlos.” La investigación no experimental no manipula deliberadamente las variables que intenta interpretar, sino que observa fenómenos de interés en su entorno natural para su posterior explicación y análisis sin necesidad de emularlos en un entorno controlado.

### **3.4. Método de investigación**

El método deductivo produce un valor holístico en el que se evalúan todos los tipos de evidencia. Cuanto más controle un fenómeno, más creíble se vuelve. Según Hernández Sampieri y otros (2014), afirman que estos métodos son confiables, por lo que es imprescindible que el equipo de medida lo acredite confiable y eficaz, y así reducir los errores de investigación.

Este tipo de método será empleado en la parroquia San José de Ancón, logrando así la obtención de los resultados apropiados, permitiendo tener la pauta necesaria para establecer actividades que ayuden a mejorar el uso de los medios de información como es en este caso la alfabetización digital y su consumo informativo.

### **3.5. Técnica e instrumento de recopilación de datos**

A continuación, se mencionan las técnicas para recopilación de datos: mediante la cual se obtendrán la información basada en fuentes directas con el objeto de estudio, donde se conocerá sobre los habitantes de la parroquia San José de Ancón, si tienen conocimiento con respecto a los servicios de información, qué es, y como repercute en la sociedad hoy en día, para así tener en cuenta también el consumo informativo que se emite a diario en estas plataformas digitales.

#### **3.5.1. Técnica “Encuesta”**

Según explica Hernández (2012): La encuesta por muestreo es la técnica más empleada en las investigaciones realizadas en las ciencias sociales. Se utiliza para recolectar información de personas respecto a características (estado civil, edad), opiniones, creencias, expectativas, conocimiento, conducta actual o conducta pasada (pág. 25).

Con esta técnica se puede medir la perspectiva que tiene a parroquia San José de Ancón para medir la probabilidad de Alfabetización digital que existe en la localidad y el consumo informativo.

### **3.5.2. Escala de Likert**

Tal y como describen Hernández et al., (2010), uno de los métodos más conocidos para medir variables constitutivas de la actitud a través de escala tipo Likert, como la escala de Guttman. En este artículo nos interesa el estudio de las escalas tipo Likert.

El siguiente instrumento servirá para medir los acuerdos y desacuerdos que lleva consigo la parroquia San José de Ancón acorde al consumo informativo que se destaca en la red social de Facebook.

### **3.5.3. Instrumento Entrevista**

Para el levantamiento de información de esta investigación se escogió la entrevista puesto que es necesario conocer la opinión de expertos en el tema que nos permita aclarar nuestra problemática en cuestión.

Para (Arias & Covinos, 2021) Esta técnica de recopilación de información se enfoca en una perspectiva cualitativa y se basa en la obtención de opiniones, ideas, valoraciones, etc. Los participantes deben compartir sus emociones, sentimientos, deseos, ira y aversiones en relación con el tema en cuestión

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

### **3.6.1. Universo**

Carrasco (2009) señala que el universo es un conjunto de elementos finitos e infinitos, personas, cosas, sistemas, eventos, etc. al que pertenecen poblaciones y muestras. La realidad, es cuestión de investigación. Es por este motivo, que el universo de esta investigación será la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena el mismo que es perteneciente al país Ecuador.

### **3.6.2. Población**

Según la hipótesis de Chávez (2007, p. 162) Una población de investigación se define como el universo de investigación. Se pretende generalizar al mismo resultado a características o jerarquías que nos permiten distinguir el sujeto. En ese mismo contexto, se determina como población de la investigación expuesta que la parroquia San José de Ancón.

### **3.6.3 Muestra**

Como explica Hernández (2012), “La principal fortaleza del muestreo probabilístico es su mecanismo de selección, que permite aplicar la teoría estadística para examinar las



propiedades de los estimadores muestrales de valores poblacionales” (p.21). Pero para este autor, esta no es una característica de las muestras no probabilísticas. "Las propiedades de estas muestras solo pueden evaluarse subjetivamente". La muestra de la investigación será tomada de los barrios de la parroquia San José de Ancón la misma que será utilizada para llegar a un consenso de la información que se requiere obtener.

#### **3.6.4 Muestreo**

El autor Arias (2006, p. 83) define muestreo como “un proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra”. Por ello, este procedimiento se llevará a cabo mediante un muestreo no probabilístico, se aplicará este tipo de muestreo porque se desconoce el tamaño real de la población dado el caso que el último censo poblacional es del año 2010.

En la actualidad en la parroquia San José de Ancón existen 13 barrios de los cuales se eligió a 5 personas por barrio para examinar la problemática estudiada dando como resultado un total de 47 personas por encuestar.

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

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

Se realizó la encuesta aplicando la escala de Likert a 47 habitantes de la parroquia San José de Ancón, la misma que se llevó a cabo de manera virtual a través de la plataforma de WhatsApp. La herramienta para la elaboración de la encuesta se la hizo a través de *Google forms*, la misma que sirvió de mucha ayuda para obtener los resultados respectivamente de la información que se requería recabar dentro de esta investigación.

Por otro lado, para la elaboración de entrevistas de la misma forma se utilizó la plataforma de *WhatsApp* para poder llegar a los docentes y pedir su autorización para la respectiva entrevista y así dar paso a la información que se quería conocer.

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

A continuación, se visualizarán los datos que se obtuvieron en la escala de Likert a través del enfoque cuantitativo.

#### **4.2.1. Análisis cuantitativo. Escala de Likert**

En determinación, luego de haberse aplicado la escala de Likert en los 47 habitantes de la parroquia San José de Ancón, se comenzará a tabular los datos obtenidos que se requiere evidenciar.

Tabla 1.

¿Considera usted que la utilización de la red social Facebook ha contribuido al conocimiento del uso de la tecnología y alfabetización digital?

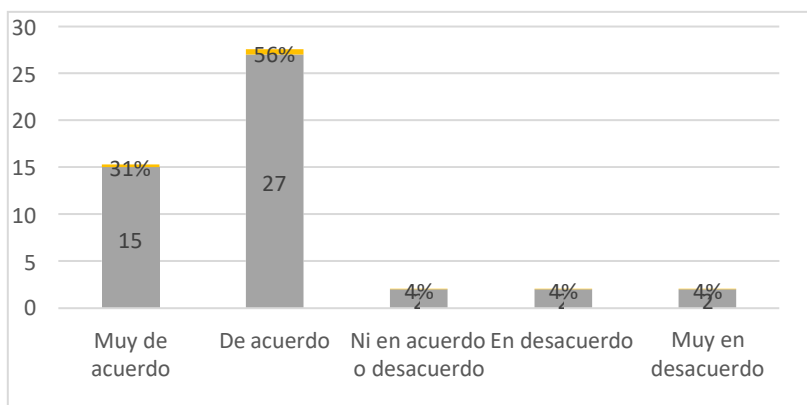
Escala	frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	15	31%
De acuerdo	27	56%
Ni en acuerdo o desacuerdo	2	4%
En desacuerdo	2	4%
Muy en desacuerdo	2	4%
Total	48	100%

Fuente: Encuesta realizada a la parroquia San José de Ancón

Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

Gráfico 1

Utilización de la red social Facebook



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

**Análisis e interpretación: los resultados de las encuestas son los siguientes:**

Con relación a la pregunta 1, se obtiene como resultado que el 56% de la población está de acuerdo de que la utilización de la red social Facebook ha contribuido al conocimiento del uso de la tecnología y alfabetización digital, seguido del en 31% que, con muy de acuerdo, ni en acuerdo o desacuerdo con un 4% en desacuerdo con 4% y muy en desacuerdo con un 4%.

Tabla 2.

Al momento de usar la red social de Facebook ¿Considera que esta plataforma le permite obtener una comunicación eficaz?

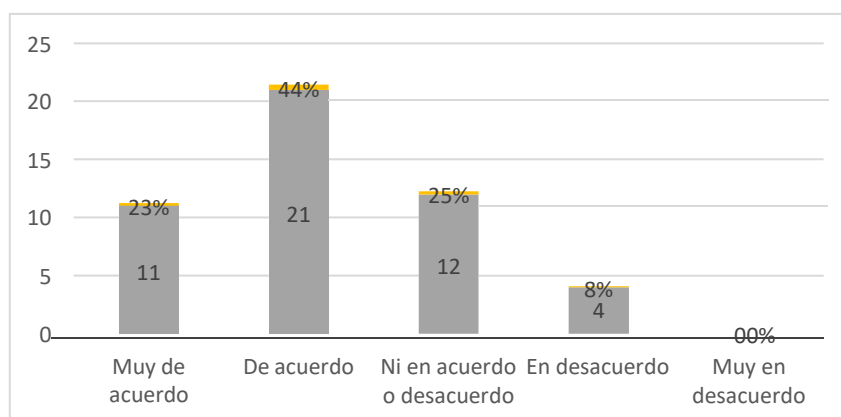
Escala	frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	11	23%
De acuerdo	21	44%
Ni en acuerdo o desacuerdo	12	25%
En desacuerdo	4	8%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	48	100%

Fuente: Encuesta realizada a la parroquia San José de Ancón

Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

Gráfico 2.

Uso de la red social de Facebook



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

**Análisis e interpretación: los resultados de las encuestas son los siguientes:**

La comunicación eficaz es una de las bases de la información es por ello por lo que en la pregunta 2 se obtiene que el 44% está de acuerdo que consideran a Facebook como una de las plataformas que le permite obtener comunicación eficaz, seguido del 25 % equivalente a ni en acuerdo ni en desacuerdo; el 23% equivalente a muy de acuerdo, 8% equivalente a en desacuerdo y 0% a muy en desacuerdo

Tabla 3.

¿Considera que se aplican estrategias comunicacionales en Facebook para el proceso de transformación de información y conocimiento de la alfabetización digital?

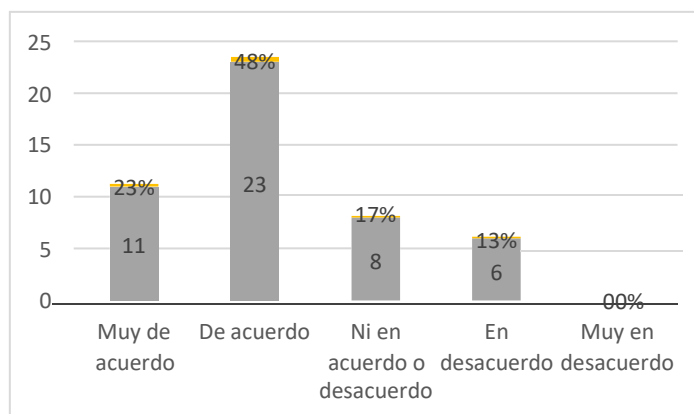
Escala	frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	11	23%
De acuerdo	23	48%
Ni en acuerdo o desacuerdo	8	17%
En desacuerdo	6	13%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	48	100%

Fuente: Encuesta realizada a la parroquia San José de Ancón

Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

**Gráfico 3.**

*Aplicación estrategias comunicacionales en Facebook para el proceso de transformación de información*



**Fuente:** Tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Jenniffer Muñoz González

**Análisis e interpretación: los resultados de las encuestas son los siguientes:**

El 48% de la comunidad de Ancón considera que, si se aplican estrategias comunicacionales en Facebook para el proceso de transformación de información y conocimiento de la alfabetización digital, seguido del 23% con muy de acuerdo, 17% con ni en acuerdo ni en desacuerdo; 13% en desacuerdo y el 0% en muy en desacuerdo

Tabla 4.

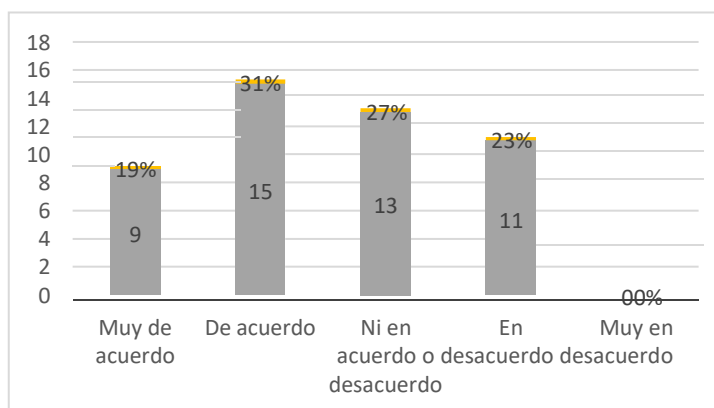
¿Existe algún plan de comunicación en los medios digitales de Facebook que aporte en el proceso de la transformación de información y conocimiento de la alfabetización digital?

Escala	frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	9	19%
De acuerdo	15	31%
Ni en acuerdo o desacuerdo	13	27%
En desacuerdo	11	23%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	48	100%

Fuente: Encuesta realizada a la parroquia San José de Ancón  
 Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

Gráfico 4.

Plan de comunicación en los medios digitales de Facebook que aporte en el proceso de la transformación de información



Fuente: Tabla de frecuencia  
 Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

**Análisis e interpretación: los resultados de las encuestas son los siguientes:**

El 31% de la comunidad determina que, si existe algún plan de comunicación en los medios digitales de Facebook que aportan en el proceso de la transformación de información y conocimiento de la alfabetización digital y, por consiguiente, le acompaña el 27 % que no está ni de acuerdo o desacuerdo, el 23% en desacuerdo; el 19% muy de acuerdo y el 0% muy en desacuerdo.

Tabla 5.

¿Considera que los soportes comunicacionales contribuyen a la alfabetización y comprensión crítica de los usuarios de Facebook?

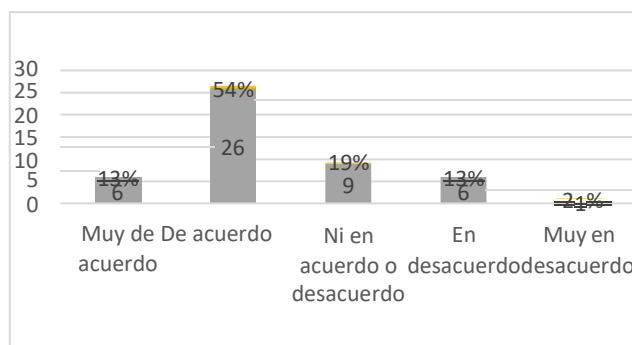
Escala	frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	6	13%
De acuerdo	26	54%
Ni en acuerdo o desacuerdo	9	19%
En desacuerdo	6	13%
Muy en desacuerdo	1	2%
Total	48	100%

Fuente: Encuesta realizada a la parroquia San José de Ancón

Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

Gráfico 5.

Soportes comunicacionales contribuyen a la alfabetización y comprensión crítica de los usuarios de Facebook



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

**Análisis e interpretación: los resultados de las encuestas son los siguientes:**

Al hablar de los soportes comunicacionales se determina que un total del 54% de la población consideran que los soportes comunicacionales contribuyen a la alfabetización digital y comprensión crítica de los usuarios de Facebook. Seguido del 19% ni en acuerdo o desacuerdo; 13% que está de acuerdo y en desacuerdo; el 13% muy de acuerdo y el 2% muy en desacuerdo.

Tabla 6.

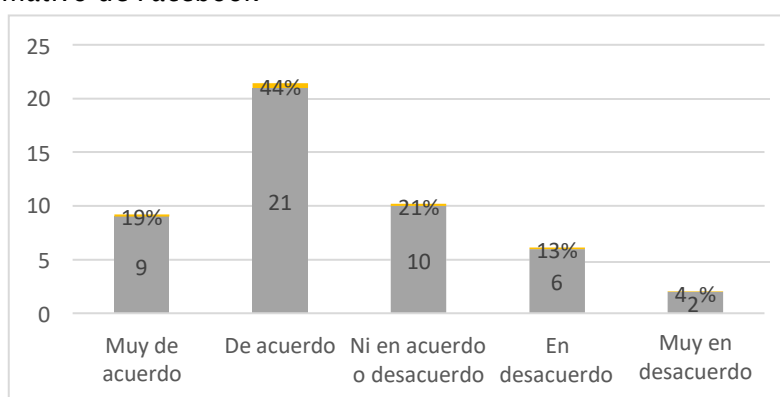
¿Considera que el contenido informativo de Facebook posee contenido visual de valor?

Escala	frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	9	19%
De acuerdo	21	44%
Ni en acuerdo o desacuerdo	10	21%
En desacuerdo	6	13%
Muy en desacuerdo	2	4%
Total	48	100%

Fuente: Encuesta realizada a la parroquia San José de Ancón  
 Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

Gráfico 6.

Contenido informativo de Facebook



Fuente: Tabla de frecuencia  
 Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

**Análisis e interpretación: los resultados de las encuestas son los siguientes:**

El 44 % de la población dan la seguridad que de Facebook es una plataforma que da conocimiento y contenido informativo visual de valor la misma, seguido del 21% con ni en acuerdo o desacuerdo; 19 % con muy de acuerdo; el 13% en desacuerdo y el 2% muy en desacuerdo.



Tabla 7.

¿Las imágenes o contenido audiovisual que consume a través de Facebook influyen en el comportamiento humano?

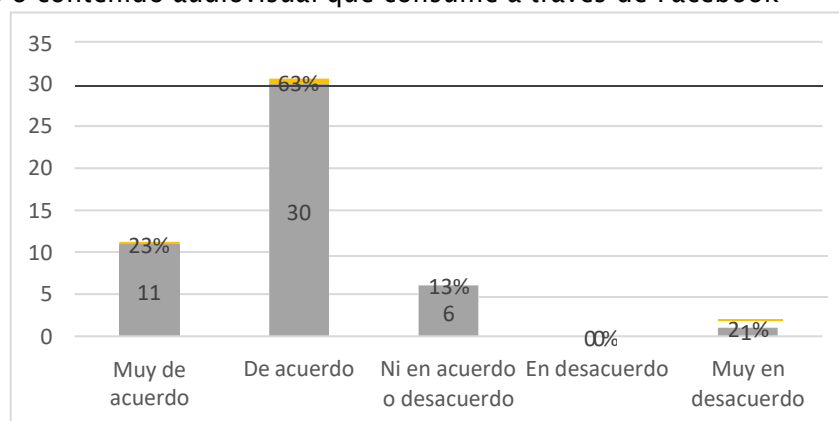
Escala	frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	11	23%
De acuerdo	30	63%
Ni en acuerdo o desacuerdo	6	13%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	1	2%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la parroquia San José de Ancón

Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

Gráfico 7.

Las imágenes o contenido audiovisual que consume a través de Facebook



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

**Análisis e interpretación: los resultados de las encuestas son los siguientes:**

Las imágenes o contenido audiovisual que se muestran y consumen a través de Facebook influyen en la sociedad con un total de 63% de acuerdo; el 23% muy de acuerdo; el 13% ni en acuerdo o desacuerdo el 0% en desacuerdo y el 2% muy en desacuerdo.

Tabla 8.

¿Considera usted que el consumo informativo de Facebook influye en la conducta y responde a las necesidades de la audiencia?

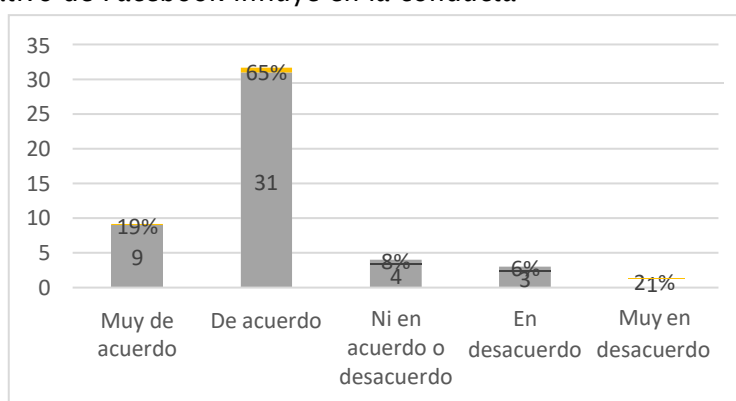
Escala	frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	9	19%
De acuerdo	31	65%
Ni en acuerdo o desacuerdo	4	8%
En desacuerdo	3	6%
Muy en desacuerdo	1	2%
Total	48	100%

Fuente: Encuesta realizada a la parroquia San José de Ancón

Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

Gráfico 8.

Consumo informativo de Facebook influye en la conducta



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

**Análisis e interpretación: los resultados de las encuestas son los siguientes:**

La parroquia San José de Ancón está de acuerdo con un total del 65% de que el consumo informativo de Facebook influye en la conducta y responde a las necesidades de la audiencia. Le acompaña el 19% con muy de acuerdo, 8% con en acuerdo o desacuerdo; el 6% en desacuerdo y el 2% muy en desacuerdo.

Tabla 9.

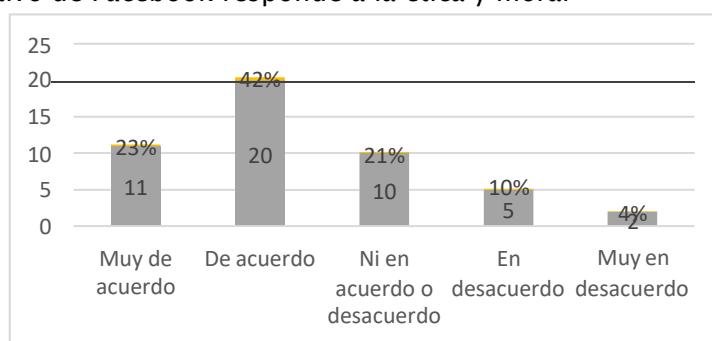
¿Considera usted que el consumo informativo de Facebook responde a la ética y moral?

Escala	frecuencia	Porcentaje
<b>Muy de acuerdo</b>	11	23%
<b>De acuerdo</b>	20	42%
<b>Ni en acuerdo o desacuerdo</b>	10	21%
<b>En desacuerdo</b>	5	10%
<b>Muy en desacuerdo</b>	2	4%
<b>Total</b>	48	100%

Fuente: Encuesta realizada a la parroquia San José de Ancón  
 Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

Gráfico 9.

Consumo informativo de Facebook responde a la ética y moral



Fuente: Tabla de frecuencia  
 Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

**Análisis e interpretación: los resultados de las encuestas son los siguientes:**

La ética y moral son la base en cada suceso o proceso de la vida y sociedad es por ello por lo que en su 42% está de acuerdo, seguido de 23% de muy de acuerdo; 21% ni en acuerdo o desacuerdo; el 10% en desacuerdo y el 2% muy en desacuerdo. Verifican que el consumo informativo responde a la ética y moral.

Tabla 10.

¿Cree que la globalización fomenta las acciones y habilidades informativas del usuario a través de Facebook?

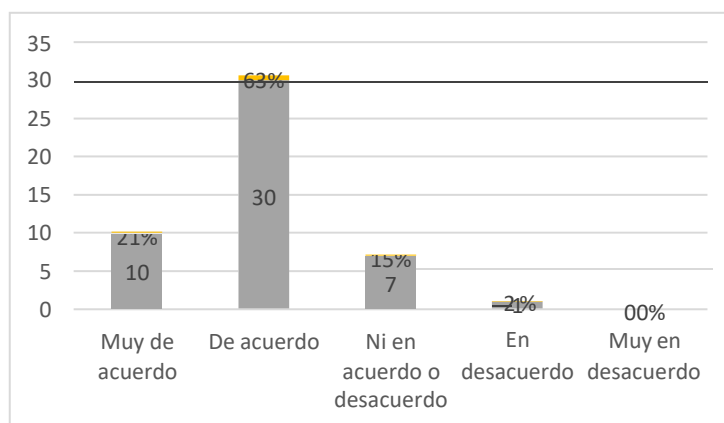
Escala	frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	10	21%
De acuerdo	30	63%
Ni en acuerdo o desacuerdo	7	15%
En desacuerdo	1	2%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	48	100%

Fuente: Encuesta realizada a la parroquia San José de Ancón

Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

Gráfico 10.

Globalización fomenta las acciones y habilidades informativas del usuario a través de Facebook



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

**Análisis e interpretación: los resultados de las encuestas son los siguientes:**

En su total del 63% de la globalización aceptan de que por si la sociedad fomenta las acciones y habilidades informativas del usuario a través de Facebook; el 21% responden muy de acuerdo; el 15% ni de acuerdo o desacuerdo; el 2% en desacuerdo y el 0% muy en desacuerdo.

#### 4.2.2. Análisis cualitativo: entrevista

Tabla 11.

Análisis de las preguntas.

Entrevistado: Lcdo. Manuel Rodas, Lcdo. Gerzon Cochea y Lcda. Tatiana Díaz		
Entrevistador: Jenniffer Muñoz González		
Pregunta	Respuesta	Observación
¿Conoce usted sobre la alfabetización digital?	Corresponde a la actualización de conocimiento de herramientas de plataformas digitales. En los milenios todo era analógico, antes no había celulares, a finales de los 90 tuvo un avance en la tecnología. La tecnología ha llevado una mejoría en la información. En indispensable que todas las personas se actualicen en plataformas digitales	La comunicación el día de hoy se maneja a través del internet y si las personas no conocen la tecnología y menos el manejo de ellos va a estar limitada en un mundo sin comunicación. En la parte educacional es importante conocer mecanismos digitales. Tal como lo menciona (Carolina, 2018) quien define como alfabetización digital las nuevas formas de comunicación.
¿De qué manera la creación de estrategias de comunicación puede determinar patrones de información en una sociedad?	Es importante conocer los patrones de información en una sociedad. Ante una empresa es importante saber que mecanismo de información se requieren utilizar para causar publicidad o información a través de las redes sociales.	En la sociedad es importante que los receptores sepan cómo usar las herramientas, funciones, horarios de uso, conectividad, móvil o teléfono. Genere estrategia de comunicacional ideal para saber cómo manejar estos mecanismos para la utilización respectiva. Para (Pouplana, 2022) se verifica la implementación de estrategias comunicacionales que mejoren los mecanismos en una empresa.

<p><b>¿Cómo se puede generar cambios en la sociedad al momento de creer o no una información?</b></p>	<p>Quienes manejan la comunicación deben tener claro cuáles son las verificaciones de datos. Se debe tener claro que la información que se consume no siempre es real por la falta o ausencia de fuentes.</p>	<p>Contrastar la información a través de la observación.  1.- ver quien emite la información  2.- rectificar las fuentes  Para (Serrano de Moreno, 2008), es necesario enriquecernos de conocimiento, es un deber saber indagar en lo que se necesita saber para así consumir información de calidad.</p>
<p><b>¿Cómo se puede promover la reducción de información falsa?</b></p>	<p>Con la implementación de estrategias de verificación, por ejemplo:  1.- ir al lugar de la fuente  2.- la comunidad debe estar consciente de que no todo lo que ve es real.  3.- consultar bien los hechos</p>	<p>Más que un método es que la comunidad se comprometa a ser realista, a que no crea todo lo que ve y consulten bien la información de lo que se observa, por consiguiente, debe estar pendiente de los medios de comunicación reales. Para (Larrea, 2012) la estrategia de verificación a los soportes comunicacionales sigue siendo la indicada para evitar la desinformación.</p>

Fuente: Entrevista realizada docentes de la carrera de comunicación  
Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

### 4.2.3. Discusión de resultados

Una vez realizadas las encuestas y entrevistas se toma en consideración de que los habitantes de la parroquia San José de Ancón revisan Facebook frecuentemente y cuando quieren saber o enterarse de algún acontecimiento van directamente a esta red social en busca de información sin medir el grado de desinformación que encuentran en ella, porque efectivamente se dejan llevar por los supuestos mas no los canales oficiales.

En primera instancia se denota con un porcentaje alto en la pregunta N6. *¿Considera que el contenido informativo de Facebook posee contenido visual de valor?*, El 44% de la población está convencida que Facebook transmite información real y de calidad, por lo contrario, el 4% sabe o identifica que Facebook no es un medio de información confiable. Criterio que comparte (Guzmán, 2010) quien expresa que la valoración del conocimiento debe ser juzgada como buena o mal dependiendo de cómo esta se adecue.

De la misma manera, en la pregunta N 7. *¿Las imágenes o contenido audiovisual que consume a través de Facebook influyen en el comportamiento humano?* De los usuarios encuestados el 63% consideran que si influye en el comportamiento humano el contenido que se sube a la red social. Por otro lado, ninguno de los encuestados consideró que este contenido no influye. Datos que concuerda con (López, 2021) quien manifiesta que el comportamiento humano se ve relacionado con el ambiente, entorno al que se somete un individuo.

Por último, en la pregunta N10 *¿Cree que la globalización fomenta las acciones y habilidades informativas del usuario a través de Facebook?* El 63% creen que ya existen un buen mecanismo al querer fomentar las acciones y habilidades que pueda cambiar la sociedad y el 2% consideran que se debe implementar las herramientas de TIC para mejorar el desarrollo social en cuanto a la información se habla. Pensamiento que concuerda con (Manrique & Castro, 2016) quienes exponen que estas acciones y habilidades se reflejan como una necesidad filosófica en la que se articula en pensamientos semántica y lingüística.

Del análisis de las entrevistas la interrogante *¿Cómo se puede promover la reducción de información falsa?* Los expertos coinciden que esta problemática se puede contrarrestar con la implementación de estrategias de verificación, como verificar si el hecho ocurrió o no, buscar otras fuentes de información y tener en cuenta que tal vez no todo lo que se ve en redes ocurrió realmente. Datos que concuerdan con (Larrea, 2012) quien expone que la estrategia de verificación a los soportes comunicacionales sigue siendo la indicada para evitar la desinformación.

## CONCLUSIONES

- El presente proyecto de investigación puede considerarse como un aporte a la academia debido que estudia y analiza la alfabetización digital y el consumo informativo de una localidad.
- La influencia de la alfabetización digital en los servicios de información de Facebook en los habitantes de la parroquia San José de Ancón es reducida, no todos conocen de sobre el uso de las nuevas tecnologías y su utilización es básica por lo general para consumir contenido a través de la red social de Facebook.
- Tras el análisis de los datos recabados se concluye que, los contenidos consumidos por los usuarios de la parroquia San José de Ancón, son de carácter informativo y de entretenimiento, pues los resultados arrojan que muchos de los usuarios usan esta red social para buscar información actual.
- Al delimitar los resultados de los instrumentos aplicados, se puede determinar que la comunidad de Ancón acude a Facebook en busca de resultados o información ya que consideran que esta red tiene la información necesaria para poder instruirse, siendo así la conectividad con el problema planteado en la presente investigación.
- Por medio de esta investigación se evidenció que los usuarios de la parroquia San José de Ancón desconocen de los servicios de información que les permitirían alfabetizarse de forma digital para el uso de las redes como medio de información.



## RECOMENDACIONES

- El siguiente proyecto de investigación está dirigido a la comunidad científica, que haga uso de este material para nuevas investigaciones como aporte teórico y como caso de estudio con relación a la alfabetización digital y el consumo informativo de las redes sociales.
- Se recomienda a la comunidad académica de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, que pueda hacer uso de este recurso académico para continuar con más estudios sobre la alfabetización digital local y cómo influye consumo informativo a través de las redes sociales.
- La red social Facebook es usada por los usuarios de la parroquia de San José de Ancón como un informativo que permite conocer diferentes tipos de información aun conociendo que no es un medio oficial, se recomienda la implementación y uso de nuevas tecnologías de información, como la utilización de páginas web oficiales de medios de comunicación para la obtención de información creíble y así pueda mejorar el consumo informativo dentro de esta localidad.
- El acceso a Internet y la capacitación en computación conducen a una mayor alfabetización digital, el conocer el uso de estas nuevas herramientas o TICs permitirá a la comunidad realizar un mejor proceso de consumo informativo, para que este conocimiento digital se manifieste en la parroquia de San José de Ancón se invita a los reporteros a que estén capacitados en temas de periodismo digital. Por esto se hace un llamado a los comunicadores para que se considere remitirse a las fuentes de información antes de difundir noticias.
- En base a la investigación basada en los resultados bajo la línea de la encuesta se determina que en su defecto el 75% de las personas encuestadas marcan a la red social de Facebook como un medio de comunicación la misma que cae en el error al poseer contenido de información no verificable y a su vez distorsiona el conocimiento de lo que se transmite.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arias, G. J., & Covinos, G. M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Arequipa, Perú: ENFOQUES CONSULTING EIRL.
- Avilla, M., Valdés, M., & Quevedo, Y. (2007). Innovación, tecnología y gestión tecnológica. *Scielo*, 11.
- Bernal, T. C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN,.
- Carolina, M. (2018). Desarrollo de alfabetización digital. *Scielo*, 18.
- Guzmán, C. (2010). La evaluación de los aprendizajes vista desde los profesores efectivos que enseñan psicología. *Sinéctica*, 25.
- Lacerda, L. (23 de noviembre de 2019). *Rockcontent*. Obtenido de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/contenido-visual/>
- Larrea, K. (2012). *Soportes comunicacionales: el sms en las clases de lengua*. Salamanca, España: SE.
- López, C. (2021). Comportamiento humano y valores. *Produccioncientificaluz*, 17.
- Manrique, H., & Castro, A. (2016). Realidad, teoría y conmensurabilidad: Reflexiones en torno a las modas intelectuales en psicología. *Revista CES Psicología*, 1-24.
- Ortiz, K. (2 de Septiembre de 2019). *Hubspot*. Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/comunicacion-efectiva>
- Palacios, C. (2009). La moral: Un concepto , muchas interpretaciones. *Eumed.net*, 11.
- Peréz, A., Méndez, C., Arellano, P., & Uris, H. (2012). Los criterios de evaluación del aprendizaje en el educación superior. *Dialnet*, 60-68.
- Plataforma de Voluntariado, E. (2013). *Elaboración de un plan de comunicación*. España: Obra Social Fundación: La Caixa.
- Pouplana, T. (18 de febrero de 2022). *Cyberclick*. Obtenido de Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategias-de-comunicacion-que-son-y-ejemplos>
- Prete, A., & Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 11.
- Romero, M., Monzan, F., & Hernández, Y. (2014). Comunicación efectiva y desempeño laboral en Educación Básica. *Negotium*, 22-33.
- Rosell, M. M. (2015). Jóvenes y redes sociales. *RIULL*, 43.
- Serrano de Moreno, M. S. (2008). *El desarrollo de la comprensión en los estudiantes universitarios*. Mérida, Venezuela: Edurece.
- Susana, Á. G. (2017). Alfabetización digital . *Redalyc*, 17.
- Torres, A. (2 de febrero de 2017). *Psicología y Mente*. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/psicologia/conductismo>

- Torres, C., & Cobo, J. (2017). Tecnología educativa y su papel en el logro de los fines de la educación. *Redalyc*, 11.
- Martí, M. C., D'Agostino, M. J., Veiga de Cabo, J., & Sanz-Valero, J. (2008). Alfabetización Digital: un peldaño hacia la sociedad de la información. *Medicina y seguridad del trabajo*, 54(210), 11–15.
- (Dialnet Métricas - Documento La producción y consumo de contenidos de redes sociales por las audiencias de medios digitales, s/f).
- Tirado, A. U., & John, T. (2005). diseño, implementación y evaluación de una propuesta formativa en alfabetización informacional mediante un ambiente virtual de aprendizaje a nivel universitario. caso escuela interamericana de bibliotecología universidad de antioquia. rclis.org.
- Vargas, J. (2016). Alfabetización Digital - herramienta para informar y gestionar soluciones a problemas en la comunidad. *Herramientas Digitales en la Nueva Era*, 15-16. Villavicencio, Colombia: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Sandoval, N., Loeza , M., Gómez , F., y Jiménez, S. (2011). Creatividad y ambientes virtuales en el proceso de enseñanza aprendizaje. *CPU-e, Revista de Investigación Educativa* (12), 2-3.
- Peñafiel, E. (2017). La importancia del Alfabetismo Digital. Obtenido de Eje central:  
<http://www.ejecentral.com.mx/centralv-la-importancia-del-alfabetismo-digital/>
- Pérez, F. (2010). Alfabetización digital del profesorado: herramientas educativas interactivas. *Herramientas de alfabetización digital de tipo interactivo para el profesorado*. Barcelona, España: Universidad de Barcelona.

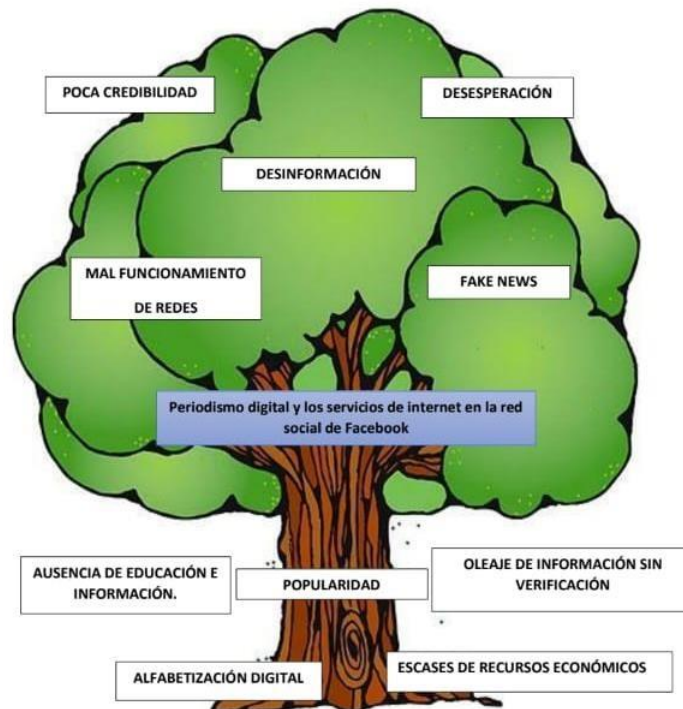
## Anexos

### Anexo 1.

#### Árbol de problema

---

Árbol de problema.



*Árbol de Problemas- Creador por Jenniffer Muñoz González*

Anexo 2:

Matriz de Operacionalización

Tema /Título	Variables de Estudio	Definición	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de Medición
alfabetización digital y consumo informativo mediante la red social facebook en los habitantes de la parroquia san José de Ancón	<b>variable independiente</b>  alfabetización digital	el conocimiento que uno recibe primero está directamente relacionado en los medios dominantes de la época. si esa es la razón se cree que la alfabetización informacional es lo primero que aprenden los niños. el nivel académico, por lo que los adultos deben absorber la cultura digital para adquirir nuevos conocimientos y habilidades relacionados con nuevas formas de crear, administrar y administrar, comunicar, presentar y comprender el entorno digital. (alfabetización digital educación 2011, p.13).	Se utiliza el concepto de literacidad para referirse a los conocimientos y actitudes necesarias para el uso eficaz de los géneros escritos, e identifica la literacidad electrónica como una nueva forma de producir y consumir textos escritos en plataformas digitales. (Cassany, 2005)	El uso de tecnología	Red social	entrevista
					Comunicación eficaz	
				Proceso de transformación de información a conocimiento	Estrategias comunicacionales	
					Plan de comunicación	
				La comprensión crítica	Soportes comunicacionales	
	Valoración de contenido			Contenidos visuales		
				Comportamiento humano		
	Respuesta a una necesidad.			Conducta		
				Moral		
	Acciones y habilidades informativas del usuario			Plan de comunicación Globalización		
<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>  Consumo Informativo						

Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

### Anexo 3.

#### Matriz de consistencia

Formulación de problema	Objetivos	Hipótesis cualitativa	Variables categóricas	Definición conceptual	Dimisión	Indicadores	Técnicas	Instrumento		
¿Cómo influye la alfabetización digital y el consumo informativo en la red social Facebook de los habitantes de la parroquia San José de Ancón?	General	Con la implementación de nuevas herramientas TIC en los medios digitales se pueda alcanzar el buen consumo informativo en Facebook de los habitantes de la parroquia San José de Ancón	Variable independiente : Alfabetización digital	La Alfabetización digital definida como el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes para resolver eficazmente problemas con herramientas digitales en contextos digitales, es un requisito indispensable para garantizar la autonomía personal de las nuevas generaciones, su desarrollo integral y su inclusión en sociedades. (Ferrés, 2013)	El uso de tecnología	Red social	Observación	entrevista		
	Analizar la alfabetización digital y el consumo informativo que acogen a través de la red social de Facebook los habitantes de la parroquia San José de Ancón					Comunicación eficaz				
	Específicos Analizar la influencia de alfabetización digital en los servicios de información en Facebook. Identificar el tipo de consumo informativo en los habitantes de la parroquia San José de Ancón. Determinar el uso de los medios y su respectivo consumo dentro de la red social de Facebook.					(Amoedo, 2021). De hecho, el modo de consumo de información está experimentando un cambio fundamental. Por supuesto, es más grave de lo que imaginaban los ejecutivos de periódicos a principios del siglo XXI.	Proceso de transformación de información a conocimiento	Estrategias comunicacionales	Cuestionario	Escala de likert
								Plan de comunicación		
							La comprensión Crítica	Soportes comunicacionales		
								Valoración de contenidos		
Respuesta a una necesidad.	Conducta									
	Acciones y habilidades informativas del usuario	moral								
	Globalización									

Elaborado por: Jenniffer Muñoz González

Anexo 4.  
Instrumentos de validación  
**Técnica: Entrevista**



Universidad Estatal Península de Santa Elena  
Facultad de ciencias sociales y de la salud  
Carrera de comunicación

**Tema: alfabetización digital y consumo informativo mediante la red social Facebook en los habitantes de la parroquia san José de ancón**

**Objetivo: determinar si los docentes poseen conocimiento sobre alfabetización digital a través de la realización de entrevistas**

Fecha: \_\_\_\_\_

**Entrevista para docentes**

**1.- ¿Conoce usted sobre la alfabetización digital?**

---

---

---

---

**2.- ¿De qué manera la creación de estrategias de comunicación puede determinar patrones de información en una sociedad?**

---

---

---

---

**3.- ¿Cómo se puede generar cambios en la sociedad al momento de creer o no una información?**

---

---

---

---

**4.- ¿Cómo se puede promover la reducción de información falsa?**

---

---

---

---

Lcda. María Isabel Posligua, PhD.  
**Juez Experto C.I: 240011585**

Anexo 12.

Instrumento de Validación

**Universidad Estatal Península de Santa Elena**

**Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud**

**Carrera de Comunicación**



**Técnica:** Encuesta

**Instrumento:** Escala de Likert – Alfabetización digital

**Tema:** Alfabetización digital y consumo informativo mediante la red social de Facebook en la parroquia San José de Ancón.

**Objetivo:** El siguiente instrumento de recolección de información tiene como objetivo establecer el nivel de conocimiento de la población y muestra del estudio relacionado con la Alfabetización digital y consumo informativo mediante la red social de Facebook en la parroquia San José de Ancón.

**Selección de Escala:**

(1) Totalmente de acuerdo (2) De acuerdo (3) Neutral

(4) En desacuerdo (5) Totalmente en desacuerdo

Variable Independiente- alfabetización digital	1	2	3	4	5
1.- Considera usted que la utilización de la red social Facebook ha contribuido al conocimiento del uso de la tecnología y alfabetización digital?					
2.- Al momento de usar la red social de Facebook ¿Considera que esta plataforma le permite obtener una comunicación eficaz?					
3.- ¿Considera que se aplican estrategias comunicacionales en Facebook para el proceso de transformación de información y conocimiento de la alfabetización digital?					



4.- Existe algún plan de comunicación en los medios digitales de Facebook que aporte en el proceso de la transformación de información y conocimiento de la alfabetización digital?					
5.- ¿Considera que los soportes comunicacionales contribuyen a la alfabetización y comprensión crítica de los usuarios de Facebook?					
Variable dependiente- Consumo informativo					
1.- ¿Considera que el contenido informativo de Facebook posee contenido visual de valor?					
2.- ¿Las imágenes o contenido audiovisual que consume a través de Facebook influyen en el comportamiento humano?					
3.- ¿Considera usted que el consumo informativo de Facebook influye en la conducta y responde a las necesidades de la audiencia?					
4.- ¿Considera usted que el consumo informativo de Facebook responde a la ética y moral?					
5.- ¿Cree que la globalización fomenta las acciones y habilidades informativas del usuario a través de Facebook?					



Lcda. María Isabel Posligua, PhD.  
**Juez Experto**  
**C.I:2400115875**

Anexo 13.

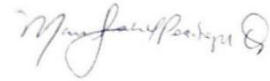
Instrumento de Validación

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS**

<b>TÍTULO:</b>		Alfabetización digital y consumo informativo mediante la red social Facebook en los habitantes de la parroquia San José de Ancón															
<b>AUTOR:</b>		Muñoz González Jenniffer Estefanía															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN Relación entre:				OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN				
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o	En desacuerdo	Muy en	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR			INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA	
									SI	NO	SI	NO		SI	NO	SI	NO
Variable Independiente: Alfabetización digital	El uso de tecnología	Red social	1.- Considera usted que la utilización de la red social Facebook ha contribuido al conocimiento del uso de la tecnología y alfabetización digital?						x		x		x		x		
		Comunicación eficaz	2.- Al momento de usar la red social de Facebook ¿Considera que esta plataforma le permite obtener una comunicación eficaz?							x	x		x		x		
		Proceso de transformación de información a conocimiento	Estrategias comunicacionales	3.- ¿Considera que se aplican estrategias comunicacionales en Facebook para el proceso de transformación de información y conocimiento de la alfabetización digital?						x		x		x		x	

		Plan de comunicación	4.- Existe algún plan de comunicación en los medios digitales de Facebook que aporte en el proceso de la transformación de información y conocimiento de la alfabetización digital?							X		X		X		X			
	La comprensión crítica	Soportes comunicacionales	5.- ¿Considera que los soportes comunicacionales contribuyen a la alfabetización y comprensión crítica de los usuarios de Facebook?							X		X		X		X		X	
Variable Dependiente: Consumo informativo	Valoración de contenidos	Contenidos visuales	1.- ¿Considera que el contenido informativo de Facebook posee contenido visual de valor?							X		X		X		X		X	
		Comportamiento Humano	2.- ¿Las imágenes o contenido audiovisual que consume a través de Facebook influyen en el comportamiento humano?							X		X		X		X		X	
	Respuesta a una necesidad.	Conducta	3.- ¿Considera usted que el consumo informativo de Facebook influye en la conducta y responde a las necesidades de la audiencia?								X		X		X		X		X
		moral	4.- ¿Considera usted que el consumo informativo de Facebook responde a la ética y moral?								X		X		X		X		X
	Acciones y habilidades informativas del usuario	Globalización	5.- ¿Cree que la globalización fomenta las acciones y habilidades informativas del usuario a través de Facebook?								X		X		X		X		X

Fecha, Santa Elena 27 de enero del 2023



Lcdo. María Isabel Posligua, PhD.  
**Juez Experto**  
**C.I:**

Anexo 14.

Ficha de Evaluación del Instrumento

### FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Escalade Likert

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACIÓN</b>		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																				100	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																			95		
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																				100	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																			95		
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				100	
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																				100	
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:** 875/9 = 97

Santa Elena, 20 de enero del 2023

Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.

CI: 240115875


Teléfono: 0982525570

E-mail: [mposligua@upse.edu.ec](mailto:mposligua@upse.edu.ec)

## Anexo 15.

### Validez de contenido del Instrumento

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Muñoz González Jenniffer	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Alfabetización digital y consumo informativo mediante la red social Facebook en los habitantes de la parroquia San José de Ancón		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Escala de likert	
Objetivo:		
Dirigido a:	Parroquia San José de Ancón	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	María Isabel Posligua Quinde	
Documento de Identidad:	240115875	
Grado Académico:	Máster en Comunicación e Identidad Corporativa	
Especialidad:	Relaciones Públicas y RSC	
Experiencia Profesional (años):	6	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia: Aplicar encuesta		



Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc  
**Juez Experto**  
**C.I: 240115875**

Anexo 16.

Validación de Contenido del Instrumento - Encuesta

### VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y Nombres:	Muñoz González Jenniffer Estefanía	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Alfabetización digital y consumo informativo mediante la red social Facebook en los habitantes de la parroquia San José de Ancón		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Levantar información sobre el consumo informativo en la parroquia San José de ancón.	
Dirigido a:	Docentes	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	María Isabel Posligua	
Documento de Identidad:	240115875	
Grado Académico:	Máster en Comunicación e Identidad Corporativa	
Especialidad:	Relaciones Públicas y Responsabilidad Social	
Experiencia Profesional (años):	6	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
	x	
Sugerencia: Aplicar entrevista		



Fecha: Santa Elena, 27 de enero del 2023

Lcdo. María Isabel Posligua, PhD.  
**Juez Experto**  
**C.I:2400115875**

Anexo 17.  
Encuesta

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE SALUD  
UPSE

*Alfabetización Digital y consumo informativo mediante la red social Facebook en los habitantes de la parroquia San José de Ancón.*

contrastadosec@gmail.com (no se comparten)  
Cambiar cuenta

\*Obligatorio

¿CÓNVITEA USTED QUE LA UTILIZACIÓN DE LA RED SOCIAL FACEBOOK HA CONTRIBUIDO AL CONOCIMIENTO DEL USO DE LA TECNOLOGÍA Y ALFABETIZACIÓN DIGITAL? \*

May de acuerdo

De acuerdo

28°C Mayom. nubla... 1:41 6/2/2023