



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

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
“DEEPPAKES POLÍTICOS EN TIKTOK Y SU INFLUENCIA EN
LA CONFIANZA INFORMATIVA DE LOS JÓVENES DEL
CANTÓN LA LIBERTAD DURANTE LA SEGUNDA VUELTA
PRESIDENCIAL, 2025”**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**AUTOR(A):
MATIAS TIGRERO BRYAN GASTON**

**TUTOR(A):
LCDO. MARLÓN RAMÍREZ R, MGTR.
LA LIBERTAD – ECUADOR**

2025



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

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“DEEPPAKES POLÍTICOS EN TIKTOK Y SU INFLUENCIA EN LA
CONFIANZA INFORMATIVA DE LOS JÓVENES DEL CANTÓN LA
LIBERTAD DURANTE LA SEGUNDA VUELTA PRESIDENCIAL,
2025”**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:

LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN

AUTOR(A):

MATIAS TIGRERO BRYAN GASTON

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

SUB-LÍNEA:

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

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	3
ÍNDICE DE TABLAS	4
ÍNDICE DE FIGURAS	5
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	6
DEDICATORIA	7
AGRADECIMIENTOS	8
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC	9
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	9
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	10
RESUMEN	12
INTRODUCCIÓN	14
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1. Antecedentes del problema de investigación.	18
1.2. Formulación de problema de investigación.	23
1.2.1. Preguntas de investigación.....	24
1.3. Objetivos.....	25
1.3.1. Objetivo general.	25
1.3.2. Objetivos específicos.....	25
1.4. Justificación de la investigación.	25
1.5. Hipótesis	27
1.6. Variables	28
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	30
2.1. Conocimiento actual.	30
2.2. Fundamentación teórica y conceptual.....	31
2.3. Marco legal	35
3. MARCO METODOLÓGICO.....	43
3.1. Enfoque de investigación.....	43
3.2. Tipo de investigación.....	44
3.3. Diseño de investigación.	45
3.4. Alcance de la investigación.	45
3.5. Operacionalización de las variables.....	46
3.6. Población, muestra y periodo de estudio	48
3.7 Técnicas e instrumentos de levantamiento de información	49
4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	52
5. CONCLUSIONES	67
6. RECOMENDACIONES	68
REFERENCIAS	69
Instrumento y técnicas de recopilación de datos.....	77
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de Operacionalización	46
Tabla 2 Edad de los encuestados.....	52
Tabla 3 ¿Qué tan realistas cree que son los vídeos alterados con inteligencia artificial que ha visualizado en la plataforma TikTok?.....	53
Tabla 4 ¿Cree que distinguir visualmente los deepfakes es cada vez es más complicado?	54
Tabla 5 ¿Ha visto vídeos en TikTok que busquen favorecer o perjudicar la imagen de candidatos o partidos políticos?	55
Tabla 6 ¿Considera que los deepfakes políticos afectan la opinión pública?	56
Tabla 7 ¿Los videos que circulan en la plataforma TikTok resultan confiables?	57
Tabla 8 ¿Conoce alguna técnica o estrategia para identificar información falsa o videos alterados con inteligencia artificial?.....	58
Tabla 9 ¿Con que frecuencia verifico si un video político no ha sido manipulado por inteligencia artificial antes de compartirlo?	59
Tabla 10 ¿Cree que las diversas plataformas digitales muestran transparencia en la gestión información falsa o alterada?.....	60
Tabla 11 ¿Cree que ver videos manipulados con inteligencia artificial en la plataforma TikTok puede hacer que la ciudadanía desconfíe de la información política?	61
Tabla 12 Análisis de resultados de preguntas estructuradas	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Edad de los encuestados.....	53
Figura 2 ¿Qué tan realistas cree que son los vídeos alterados con inteligencia artificial que ha visualizado en la plataforma TikTok?.....	54
Figura 3 ¿Cree que distinguir visualmente los deepfakes es cada vez es más complicado?.....	55
Figura 4 ¿Ha visto vídeos en TikTok que busquen favorecer o perjudicar la imagen de candidatos o partidos políticos?.....	56
Figura 5 ¿Considera que los deepfakes políticos afectan la opinión pública?.....	57
Figura 6 ¿Los videos que circulan en la plataforma TikTok resultan confiables?.....	58
Figura 7 ¿Conoce alguna técnica o estrategia para identificar información falsa o videos alterados con inteligencia artificial?.....	59
Figura 8 ¿Con que frecuencia verifico si un video político no ha sido manipulado por inteligencia artificial antes de compartirlo?.....	60
Figura 9 ¿Cree que las diversas plataformas digitales muestran transparencia en la gestión información falsa o alterada?.....	61
Figura 10 ¿Cree que ver videos manipulados con inteligencia artificial en la plataforma TikTok puede hacer que la ciudadanía desconfíe de la información política?.....	62

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **MATIAS TIGRERO BRYAN GASTON**, con C.I. 2450512450, estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **DEEPFAKES POLÍTICOS EN TIKTOK Y SU INFLUENCIA EN LA CONFIANZA INFORMATIVA DE LOS JÓVENES DEL CANTÓN LA LIBERTAD DURANTE LA SEGUNDA VUELTA PRESIDENCIAL, 2025** corresponde exclusiva responsabilidad de autores y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, octubre 31, 2025.

Atentamente,



Matias Tigrero Bryan Gaston
C.I. 2450512450

DEDICATORIA

"Pero los que esperan en el Señor renovarán sus fuerzas; volarán como las águilas; correrán y no se cansarán, caminarán y no se fatigarán" Isaías 40:31.

A Dios, primordial en mi vida, responsable de mis logros y lecciones aprendidas.

A mi padre, Gaston Matias Suárez, por enseñarle a no rendirme en momento difícil, a seguir sonriendo frente a una adversidad, por enseñarme a perseguir mis sueños, por ser responsable de todos mis logros, con amor y dedicación. A mi mamá, Sara Tigrero González, por preguntarme cómo seguía en mi formación universitaria, por su paciencia, cariño y confianza. Mis padres son pilares fundamentales para cumplir mis metas, son mis ejemplos de perseverancia, integridad y trabajo y mi inspiración en cada momento de mi vida.

A mi tía, Diana Matias Suárez, por su cariño, por su confianza y por apoyarme en mi proceso universitario, A mis hermanos, Jared Matias Tigrero y Javier Matias Tigrero, por ser parte de mi vida y ser un ejemplo para ellos.

A toda mi familia en general, quienes contribuyeron un granito de arena, con su tiempo, amor, empatía, comprensión y cariño para no rendirme en esta etapa de mi carrera universitaria.

A todas las personas que confiaron en mí, en los momentos difíciles, tristeza, emociones, felicidad, agradezco siempre a Dios por enviarme gente de buen corazón, gracias a las que me quieren.

A mí, por no rendirme, por ser valiente, por sonreír en momentos tristes y difíciles, no importa la adversidad, yo siempre pude, puedo y podré porque Dios está conmigo, me siento tan orgulloso por todas mis etapas emocionales que he pasado, pero siempre trato de llevar mis responsabilidades.

Matias Tigrero Bryan Gaston

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por todas las personas buenas que puso a mi alrededor para culminar con esta etapa universitaria. Cada obstáculo que pase es un aprendizaje de vida que nos otorga crecer en lo personal, espiritual y profesional, con su misericordia me sostuvo para continuar y no rendirme en esta etapa.

A mis padres, por brindarme apoyo emocional sabiendo la dificultad que tengo para sobrellevar las cosas a mi alrededor y sobre todo el amor que me brindan; a pesar de todas las adversidades, siempre estuvieron presentes y enseñándome lo difícil que es el esfuerzo para llegar a conseguir lo que más anhelamos en la vida.

A mi tutor de tesis, Lcdo. Marlon Ramírez, por enseñarme que cada esfuerzo tiene su recompensa, por confiar en mí, por enseñarme la empatía, por toda la paciencia brindada a lo largo de mi proceso. Lo considero uno de los mejores ejemplos a seguir, tanto en la vida, lo profesional y como ser humano. Le agradezco por compartir sus conocimientos y experiencias; me siento honrado y orgulloso que haya sido él quien me guíe; es un privilegio conocerlo.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por forjar conocimientos en mi proceso de formación, de aprendizaje profesional; Dios bendiga a cada docente y que sigan brindando sus mejores conocimientos y paciencia a cada estudiante.

Agradezco a mis hermanos por estar al tanto de cómo seguía con mi formación universitaria, mi familia por brindarme todo su apoyo y su cariño.

A mis amigos que siempre estuvieron pendientes, es especial a Danny Rodríguez De La Cruz, quien estuvo días y horas conmigo pendiente de cada movimiento, ha sido muy importante en este proceso para mí.

Matias Tigreiro Bryan Gaston



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

La Libertad, 5 de noviembre del 2025

Lic. Gerzon Cochea Panchana, Mgtr.
Director de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la carrera de Comunicación, informo a usted que el (la) estudiante **Matias Tigrero Bryan Gaston** con cédula de identidad No **2450512450**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“Deepfakes políticos en TikTok y su influencia en la confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad durante la segunda vuelta presidencial, 2025”**.

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

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

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

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



Lcdo. Marlon Ramírez Rodríguez, Mgtr.
DOCENTE TUTOR

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Lcdo. Gerzon Cochea Panchana, MSc.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**

Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**

Lcdo. Marlon Ramírez Rodríguez, Mgtr.
**DOCENTE TUTOR(A) DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Lcdo. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Matias Tigrero Bryan Gaston
ESTUDIANTE

“DEEPPAKES POLÍTICOS EN TIKTOK Y SU INFLUENCIA EN LA CONFIANZA INFORMATIVA DE LOS JÓVENES DEL CANTÓN LA LIBERTAD DURANTE LA SEGUNDA VUELTA PRESIDENCIAL, 2025”

Matias Tigero Bryan Gaston
Código Orcid (1)
Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de Comunicación

RESUMEN

Este trabajo académico analiza los deepfakes políticos y su influencia en la confianza informativa dentro de la plataforma de TikTok. Tiene como objetivo el estudio del caso sobre el uso de deepfakes políticos en la plataforma de TikTok por parte de los candidatos presidenciales Luisa González y Daniel Noboa en las elecciones de 2025. Se analizó cómo estos contenidos influyen en la confianza informativa de los jóvenes usuarios de 18 a 29 años del barrio Kennedy del cantón La Libertad.

Para la presente investigación se utilizó una metodología aplicada no experimental con enfoques cualitativos y alcances descriptivos. Se emplearon técnicas de recopilación de datos como el análisis de contenido, la encuesta y la entrevista. Estas técnicas proporcionaron información para examinar las estrategias de creación y difusión de deepfakes políticos, identificar los factores que influyen en la confianza informativa y determinar los riesgos y ventajas que se generan al implementar estas estrategias en la red social TikTok.

Los resultados muestran que el contenido difundido en TikTok estuvo enfocado principalmente en el impacto visual y emocional, con el objetivo de captar la atención y generar reacciones entre los jóvenes, logrando un alto nivel de interacción y viralización. Sin embargo, estos tipos de contenidos afectan a la percepción de credibilidad y confianza informática dentro de la comunidad de TikTok, debido a la dificultad de los usuarios para distinguir entre información real y manipulada digitalmente.

Palabras Clave: *Deepfakes políticos, confianza informativa, manipulación audiovisual, alfabetización mediática, TikTok*

“POLITICAL DEEPFAKES ON TIKTOK AND THEIR INFLUENCE ON TRUST IN NEW AMONG YOUNG PEOPLE IN THE LA LIBERTAD CANTON DURING THE SECOND ROUND OF THE PRESIDENTIAL ELECTION, 2025”.

ABSTRACT

Currently, deepfakes are characterized by their immediacy, which facilitates the spread of fake news and contributes to digital information overload. In this context, ensuring the veracity and credibility of information has become a constant challenge for both users and the media. Given this problem, it is essential to investigate, verify and disseminate information responsibly in order to mitigate the negative effects of disinformation on society.

The social media platform TikTok has established itself as one of the main spaces for the dissemination of digital content, among which there has been an increase in distorted information through deepfakes for political purposes. In Ecuador, this situation reached a high level of relevance during the 2025 presidential election, a period in which numerous fake videos circulated recreating fictitious statements and behaviors of the presidential candidates, Luisa González and Daniel Noboa. One of the most notorious cases was an alleged video in which both candidates appeared to be sharing a video, despite being quickly debunked, garnered millions of views in just a few hours. This incident highlighted the vulnerability of verification mechanisms and the direct impact that this type of content can have on young people, who constitute the group that consumes the most on this platform.

This research project, entitled “Political Deepfakes on TikTok and Their Influence on the Information Trust of Young People in the La Libertad Canton During the Second Round of the Presidential Election (2025)”, aims to analyze how digital content affects the credibility that young people place on political information dissemination on social media. It also seeks to examine the dynamics of the dissemination of this content, its effect on young people’s political perceptions, and the consequences for the formation of critical and responsible public opinion.

Keywords: *Political deepfakes, information trust, audiovisual manipulation, media literacy, TikTok.*

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los deepfakes se caracterizan por su inmediatez, lo que favorece la propagación de noticias falsas y contribuye a la saturación de información digital. En este contexto, garantizar la veracidad y credibilidad de la información se ha convertido en un desafío constante tanto para los usuarios como para los medios de comunicación. Ante esta problemática, se vuelve imprescindible investigar, contrastar y difundir información de manera responsable, con el propósito de mitigar los efectos negativos de la desinformación en la sociedad.

La red social TikTok se ha consolidado como uno de los principales espacios para la difusión de contenidos digitales, entre los cuales se ha observado un incremento de información distorsionada mediante los deepfakes con fines políticos. En el caso de Ecuador, esta situación alcanzó un alto nivel de relevancia durante el proceso electoral presidencial de 2025, periodo en el que circularon múltiples videos falsos que recreaban declaraciones y comportamientos ficticios de los candidatos a la presidencia, Luisa González y Daniel Noboa. Uno de los casos más notorios fue un supuesto video en el que ambos candidatos aparecían compartiendo un “beso”, pese a ser rápidamente desmentido, logró millones de visualizaciones en pocas horas. Este hecho evidenció la vulnerabilidad de los mecanismos de verificación y el impacto directo que estos contenidos pueden generar en los jóvenes.

El presente proyecto de investigación, titulado “deepfakes políticos en TikTok y su influencia en la confianza informativa en los jóvenes del cantón La Libertad durante la segunda vuelta presidencial (2025)”, tiene como objetivo principal analizar cómo los contenidos digitales inciden en la credibilidad que los jóvenes otorgan a la información política difundida en redes sociales. Asimismo, busca examinar la dinámica de difusión

de estos contenidos, su efecto en la percepción política juvenil y las consecuencias que conllevan a la formación de una opinión pública, crítica y responsable.

El presente proyecto de investigación se organiza en cuatro capítulos que abordan de manera progresiva el desarrollo teórico metodológico y analítico del estudio.

El capítulo I incluye el planteamiento del problema, expone el contexto general del fenómeno de los deepfakes políticos en la red social TikTok, la situación comunicacional en el cantón la libertad y la preocupación sobre la confianza informativa de los jóvenes durante el proceso electoral 2025.

El capítulo II marco teórico y conceptual desarrolla las bases teóricas y conceptuales que sustentan el estudio se abordan las teorías como la confianza informativa además conceptos relacionados con los deepfakes y alfabetización mediática, los impactos de la inteligencia artificial en la comunicación política.

El capítulo III marco metodológico detalla el diseño y las estrategias empleadas para llevar a cabo la investigación se aplicó un enfoque mixto cuantitativo y cualitativo con un diseño no experimental de tipo transversal y de alcance descriptivo con relacional. Para la recolección de datos se utilizaron encuestas estructuradas públicas y entrevistas semiestructuradas especialistas en comunicación política.

El capítulo IV presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos a parte de los instrumentos aplicados se incluyen los datos estadísticos de las encuestas organizadas en tablas y gráficos que permiten observar los niveles de exposición a los deepfakes, las percepciones de veracidad y la confianza informativa de los jóvenes. Este

capítulo integra la discusión de los resultados con los postulados teóricos y estudios previos interpretando las aplicaciones comunicacionales sociales y éticas del fenómeno. La investigación culmina con las conclusiones y recomendaciones orientadas a fortalecer la alfabetización mediática la verificación digital y la formación crítica frente a los contenidos manipulados mediante la inteligencia artificial.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El uso de la inteligencia artificial va desde modificar imágenes y videos, distorsionando comportamientos y discurso entre candidatos a la presidencia como lo fueron Luisa González y Daniel Noboa. Durante las elecciones de (2025), se evidenciaron acciones, atribuidas por inteligencia artificial, donde se ha generado una nueva modalidad de desinformación en los procesos de elección política, ocasionando desconfianza ciudadana, llegando a afectar el sistema democrático.

En la red social TikTok, se difunden las alteraciones rápidamente y dicha información alcanza ampliamente audiencias que varían entre edades, pero especialmente va dirigida a jóvenes que consumen información a través de esta plataforma. En este contexto, los jóvenes del cantón La Libertad presentan un elevado consumo digital y una escasa alfabetización mediática, lo cual los vuelve un grupo altamente susceptible a la manipulación informativa.

Durante el proceso electoral 2025, se evidenciaron videos generados por la inteligencia artificial. Por ello se requiere urgentemente investigar a profundidad cómo las deepfakes en la plataforma de TikTok afectan la confianza informativa y el juicio de información política entre la población juvenil, con el propósito de generar estrategias de educación digital que fortalezcan en su mayoría la transparencia y la responsabilidad comunicativa dentro del marco electoral ecuatoriano.

1.1. Antecedentes del problema de investigación.

El uso de las deepfakes es considerado una amenaza que genera dudas e incertidumbre en la sociedad, principalmente dentro del ámbito político. Esto se debe a que conlleva consecuencias negativas por el consumo y divulgación de contenido que no se sabe si en realidad ha sido o no alterado. Es ahí donde se desarrolla la desconfianza en los ciudadanos y puede agravar las situaciones y cambiar el rumbo democrático de un país.

Según Cruz (2025), en la actualidad tecnológica, las personas pueden crear y propagar evidencia de información pública mediante inteligencia artificial. Esta facilidad ha generado mayor participación ciudadana en asuntos de interés colectivo, como las políticas públicas. Por lo tanto, serán involucrados tanto el gobierno como actores no gubernamentales y ciudadanos, desde la formación de la agenda hasta la evaluación de resultados. En el ecosistema digital actual es común encontrar evidencia difundida por la ciudadanía sobre información divulgada por asuntos de baches, inundaciones, inseguridad o desastres naturales. (p. 16).

Según Orbeagozo et al. (2022), esta investigación aborda la influencia de TikTok en la comunicación política durante las elecciones municipales y autonómicas de España en el año (2023); los autores destacan la relevancia que ha tenido TikTok, convirtiéndose en un fenómeno de los canales de información emergente para el engagement político. Lo hace, además, enfocándose en cómo los medios digitales priorizan el contenido y el entretenimiento sobre las relaciones interpersonales, lo que refleja una creciente desvinculación entre los usuarios en los entornos digitales. (p. 3).

La manipulación generada por deepfakes en la actualidad está siendo una amenaza significativa, principalmente en el entorno de las elecciones presidenciales. Se

detectaron al menos quince reportajes falsos alterados mediante inteligencia artificial, en los que fueron reveladas imágenes y audios de periodistas y presentadores para difundir contenido negativo. Esa clase de falsa información compleja de diferenciar de la versión original está afectando la reputación de los medios respetados, generando una percepción distorsionada en la ciudadanía.

Según Álvarez & Aymacaña (2021), las redes sociales dentro del área de la comunicación política ganaron vigencia a lo largo de los años; se consolidaron como una plataforma eficaz para los postulantes a cargos públicos electivos. En este contexto, plataformas digitales como TikTok, Instagram y Twitter desempeñan un papel fundamental. (p. 1).

Según Vázquez (2023), en Ecuador, las elecciones de (2021) y (2023) marcaron un cambio en la forma de relacionar a candidatos y electorales; en las campañas presidenciales fueron remplazados por las redes sociales como TikTok, que se consolidaron en el medio digital. Por lo tanto, este escenario también fue propicio para la circulación de noticias falsas, provenientes tanto del ámbito digital como de los medios tradicionales y las encuestas. De ahí surge la interrogante sobre si estas dinámicas representan una amenaza para la democracia o si constituyen nuevas formas de participación política que amplían la democratización del sistema. (p. 28).

De acuerdo con Moreno (2024), en el presente estudio se busca determinar si los aspirantes a la presidencia con mayor aceptación entre el electorado ecuatoriano implementan estrategias comunicacionales en las plataformas digitales. Por ello, la ciudadanía también decidió destacar su paso en las comunidades virtuales, interviniendo

de forma activa en relación con la política, lo que hace que aparezcan nuevos términos como fenómenos como la ciberpolítica y ciberdemocracia. (p. 6749).

En Santa Elena, recientes investigaciones han verificado contenidos audiovisuales que circulan sin un control real en las plataformas digitales, mitigando directamente a la ciudadanía.

Según Bayas & Tumbaco (2023), la creciente sofisticación de la inteligencia artificial ha dado lugar a una preocupación global: los deepfakes. Este algoritmo, que permite manipular la realidad y crear contenido audiovisual falso, está generando consecuencias significativas en todo el mundo. (p. 1).

Según Valverde et al. (2022), afirman que la desinformación es un fenómeno en expansión debido a la infosaturación, es decir, a la sobrecarga de información que impide que las personas tomen decisiones racionales. También es favorecida por el auge de la banalización de la información que persigue captar el interés de la audiencia a través de contenidos intrascendentes. (p. 97-110).

Tal como explican Tusa & Duran (2019), afirman que “la desinformación busca el beneficio de la misma persona que genera la noticia falsa, ya sea para respaldarlo o agredir a alguien en específico. Por ello es necesaria la reivindicación de la alfabetización mediática. (p. 15).

Por lo tanto, Jaramillo (2025) indica que, en el contexto actual de la comunicación digital, Facebook ha pasado de ser una simple red social para convertirse en una de las principales fuentes de información para miles de usuarios. Esta plataforma permite compartir noticias, opiniones y contenidos de manera inmediata, pero también facilita la

circulación de la información manipulada, fragmentada o presentada fuera de su contexto original. (p. 15).

Los autores hacen énfasis en que la propagación de información falsa responde a los propios intereses que buscan el beneficio mediante la manipulación de contenidos, lo que limita a la ciudadanía la aptitud de discernir y tomar decisiones correctas. Además, el impacto significativo que tienen las tecnologías digitales y cómo los mensajes transmitidos en ciertas plataformas pueden llegar a ser alterados, perdiendo la credibilidad; por otra parte, la alfabetización mediática se considera una herramienta clave para desarrollar y fortalecer el pensamiento crítico en la sociedad actual.

Salaverría et al. (2024) señalan que la confianza, ya sea en los medios de comunicación en particular o en los sistemas sociales en general, depende de múltiples factores que se entrelazan y se retroalimentan. Su consecuencia se refleja en cuestiones tan diversas como el impacto de la desinformación en los patrones de consumo de noticias y en la confianza del público en los medios. (p. 15).

Por lo tanto, Olivera & Marrero (2025) dicen que la pérdida de la confianza en los medios de comunicación a nivel global desafía la misión del periodismo como garante de la cohesión social y la deliberación pública. (p. 17).

Virgili et al. (2021) en el ámbito académico y profesional, está arraigada la idea de que la labor periodística es de máxima importancia para el buen funcionamiento de la sociedad. Sin embargo, los profundos cambios que ha traído la digitalización de la esfera pública llevan a cuestionar si esta relevancia sigue también presente en la vida cotidiana de los ciudadanos. (p. 24).

Haciendo énfasis, los autores nos dicen que la confianza en los medios de comunicación depende de factores interrelacionados, como la calidad de la información, la relación sostenida entre públicos y medios y, sobre todo, el rol periodístico. La desinformación debilita la credibilidad y modifica los hábitos de consumo noticioso, mientras que la confianza se construye bajo la expectativa de fiabilidad y ausencia de interés propio. Además, los roles periodísticos, especialmente el crítico y el difusor, tienen un peso decisivo en la percepción ciudadana.

Briones (2023) señala que los medios digitales influyen en los jóvenes de Machala en Puerto Bolívar al exponerlos a contenidos violentos, lo que genera una normalización de la violencia y podría llevar a la producción de conductas negativas. (p. 15).

En la actualidad, Ortiz (2017) esta investigación hemos querido ahondar en uno de los temas más importantes del periodismo actual, el sensacionalismo; aunque más concretamente en la repercusión que tiene esta tendencia sobre las emociones, y los efectos que produce la credibilidad y la seriedad percibida por los receptores. (p. 4).

Según Anchundia (2020), destaca que los medios masivos, incluyendo prensa, televisión, radio e internet, juegan un papel central en la vida política y pública de Ecuador. Señala la importancia de la credibilidad del comportamiento ético en los medios digitales, así como las preferencias de los consumidores, cada vez que optan más por información digital frente a la tradicional. (p. 2).

Por lo tanto, los medios digitales en Ecuador influyen en la confianza informativa en la sociedad, especialmente en los jóvenes, al exponerlos a contenidos que pueden normalizar la violencia y afectar la percepción de la veracidad de la información. Además,

los medios sensacionalistas, al priorizar ingresos sobre la ética periodística, pueden disminuir la credibilidad percibida por el público; por ello, la transparencia, el comportamiento ético y la calidad de la información son fundamentales para fortalecer la información a los consumidores, que cada vez optan por más información digital frente a la tradicional.

Según García (2023), cuando la desinformación se propaga sin control, se debilita la confianza en las instituciones y se altera la formación de una opinión pública bien informada, lo que puede llevar a procesos electorales manipulados y a una creciente inestabilidad política.

Según Álvarez et al. (2025), sostiene que la manipulación informativa, especialmente en entornos digitales, distorsiona la formación de opinión pública, debilitando la confianza en instituciones democráticas. (p. 225).

Según Suarez et al. (2025), señala el impacto de los medios digitales en la construcción de la opinión pública en Ecuador; específicamente, como casos de estudio se escogió la provincia de Santa Elena, considerando su influencia en la percepción ciudadana sobre temas políticos, sociales y económicos. (p. 1).

1.2. Formulación de problema de investigación.

Los contenidos audiovisuales difundidos en TikTok representan una problemática reciente que pone en riesgo la autenticidad y la complejidad informática en Ecuador, dentro de un contexto caracterizado por la sobrecarga de información, difusión de contenido falso y el acelerado desarrollo tecnológico. Este fenómeno afecta sobre todo la confianza informativa de un grupo de cien jóvenes del cantón La Libertad, en la provincia de Santa Elena, durante la segunda vuelta presidencial (2025).

La rápida propagación de contenidos alterados y la competitividad que existe entre los canales digitales pueden comprometer la precisión y sobre todo la credibilidad de la información que reciben los usuarios. Por lo tanto, es fundamental analizar cómo los deepfakes de carácter político influyen en la percepción de veracidad y confianza en los jóvenes, así como detectar estrategias que permitan mejorar la verificación de datos, la diversidad de fuentes y garanticen la imparcialidad de la información.

Esta investigación busca generar un aporte al periodismo digital, evaluando cómo la manipulación audiovisual en redes sociales influye en la confianza informativa, proponiendo recomendaciones para fortalecer la transparencia y credibilidad de los medios en un entorno digital cada vez más competitivo y tecnológico.

¿Cómo influyen los deepfakes políticos difundidos en TikTok en la confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad durante la segunda vuelta presidencial de 2025?

1.2.1. Preguntas de investigación

- ¿Qué tipo de deepfake político se difundió en TikTok durante la segunda vuelta presidencial 2025?
- ¿Cuál es el grado de confianza informativa que los jóvenes del cantón La Libertad le otorgan al contenido político difundido en TikTok durante la segunda vuelta presidencial 2025?
- ¿Cuál es el efecto de los deepfakes políticos en la percepción de veracidad y en la confianza informativa de los jóvenes durante la segunda vuelta presidencial 2025?

1.3.Objetivos.

1.3.1. Objetivo general.

Estudiar la influencia de los deepfakes difundidos en TikTok sobre la confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad durante la segunda vuelta presidencial de 2025.

1.3.2. Objetivos específicos.

- ✓ Identificar los tipos de deepfakes políticos presentes en TikTok durante el proceso electoral de la segunda vuelta presidencial del 2025.
- ✓ Examinar el grado de confianza informativa que los jóvenes del cantón La Libertad otorgan al contenido político durante la segunda vuelta presidencial 2025.
- ✓ Evaluar los efectos de los deepfakes políticos en la percepción de veracidad y la confianza informativa de los jóvenes durante la segunda vuelta presidencial de 2025.

1.4.Justificación de la investigación.

Al transcurrir los años, la interacción que se ha tenido con las redes sociales ha sido una de las principales redes de información para los jóvenes, especialmente en los procesos electorales. Sin embargo, el uso de la inteligencia artificial ha traído consigo el origen de los deepfakes, impulsando la creación de contenidos manipulados, alterando y difundiendo principalmente información falsa que aparenta ser verdadera. Durante el proceso electoral de la segunda vuelta presidencial de (2025) en el Ecuador, TikTok fue una de las plataformas virtuales con más impacto político social, donde circuló contenido audiovisual manipulado, generando controversia y confusión en la ciudadanía. Esta investigación requiere analizar detenidamente cómo los deepfakes llegan a afectar a la

confianza informativa en los jóvenes del cantón La Libertad, dado que la medida de acceso a contenido digital influye de manera directa en la participación y en la toma de decisiones.

Los jóvenes del cantón La Libertad son los principales beneficiarios de este proyecto investigativo, ya que son los partícipes que desarrollarán criterios más sólidos para evaluar la veracidad de la información política que consumen dentro de la red social TikTok. No obstante, formadores, especialistas y especialmente comunicadores también se verán favorecidos al disponer con resultados y enfoques que faciliten la creación e implementación de ciertos mecanismos educativos y de verificación de contenidos. Este análisis contribuye a la reducción de propagación de información alterada, promoviendo una ciudadanía mejor informada, con criterio propio de reflexión, capaz de actuar de manera correcta en los procesos electorales.

La relevancia social de esta presente investigación radica desde el impulso del breve impacto de la desinformación digital en los procesos electorales, los actores principales son los jóvenes, este estudio se enfoca en fortalecer las capacidades de poder diferenciar entre contenido de información verdadera de la falsa, para reducir la desinformación que se obtienen en el transcurso de las campañas electorales, desde el punto de vista teórico, es una amplia investigación donde se busca analizar como los deepfakes afectan de manera directa la credibilidad de información verdadera, y la percepción en la plataforma de TikTok información que puede servir a futuros investigadores interesados del tema en poder comprender acerca de la desinformación de contenidos, tecnología y sobre todo la participación ciudadana en general.

Los resultados permitirán generalmente diseñar diversas estrategias que impulsen a fortalecer la educación digital y la alfabetización mediática en el cantón La Libertad. Entre sus programas de prácticas incluye talleres educativos para los jóvenes, que puedan identificar qué es un deepfake, los protocolos de verificación de información en redes sociales y materiales de sensibilización para colegios y comunidades comunitarias. Así mismo, se podrán orientar docentes, comunicadores y autoridades locales en la implementación de acciones que promuevan un consumo responsable de información política, sobre todo en la plataforma de TikTok. De esta manera, esta investigación contribuye directamente al desarrollo y habilidades personales, siendo clave para la participación ciudadana en el ámbito local.

La viabilidad de esta investigación se sustenta en la accesibilidad de la población con el objetivo puesto en los jóvenes del cantón La Libertad. Así mismo, existen fuentes académicas, estudios previos y marcos teóricos sobre la comunicación política; el estudio radica en su contribución a la comprensión de un fenómeno actual como los deepfakes y el gran impacto social. Desde el enfoque técnico, se emplearán herramientas digitales para el correcto análisis de contenido, así como encuestas con bases estructuradas y en conjunto con protocolos de verificación que permitan identificar la propagación de desinformación y evaluar el verdadero impacto real de los deepfakes en la toma de decisiones políticas. Asimismo, se dispone de personal capacitado, respaldo necesario por parte de las instituciones para garantizar la ejecución del proyecto con rigurosidad y eficiencia.

1.5.Hipótesis

Si durante la segunda vuelta presidencial de 2025, aumenta la difusión de deepfakes políticos en TikTok, especialmente entre los jóvenes radicados en el cantón La

Libertad, podría evidenciarse una notable disminución significativa en la confianza informativa, generando sobre todo confusión, desinterés político y desconfianza hacia los contenidos que se difunden a través de las redes sociales en particular.

Sin embargo, al presentar información manipulada mediante videos, imágenes y voces falsas, inducen a los jóvenes a dudar de la veracidad de todo tipo de información política, incluso la legítima. Por ende, se debilitaría la credibilidad en los medios digitales y en las instituciones democráticas.

Por otra parte, si se implementaran estrategias efectivas de verificación digital, programas de educación mediática y campañas de alfabetización tecnológica, sería posible reducir el impacto de la desinformación. Estos actos permitirían a los jóvenes identificar contenidos falsos, fortalecer su pensamiento crítico y restaurar la confianza informativa en los medios digitales.

1.6. Variables

Según Moncada (2024), hacen referencia a los deepfakes políticos, entendidos como productos audiovisuales creados mediante inteligencia artificial que manipulan registros, voces o gestos para simular una realidad falsa. Su principal característica es la capacidad de generar contenidos realistas que, al circular en plataformas digitales como TikTok, es más fácil la propagación; pueden influir en la percepción ciudadana, especialmente en los jóvenes. (p. 1).

Esta tecnología plantea un desafío para la democracia y la comunicación política, ya que facilita la creación de noticias falsas y la manipulación de la opinión pública durante procesos electorales.

Serrano et al. (2023) nos habla de que la transformación del entorno comunicativo en las últimas décadas ha planteado un reto para los medios, ya que la confianza de la

audiencia es un activo vulnerable a los cambios sociales, económicos, culturales y tecnológicos. Diversos estudios señalan que la desinformación y la polarización política son factores clave en la pérdida de confianza en los medios.

En la era digital, la confianza informativa enfrenta desafíos por la saturación y rapidez de la información en redes sociales. La verificación de datos, la diversidad de fuentes y la imparcialidad son esenciales para garantizar contenidos confiables y formar opiniones fundamentales.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual.

Deepfakes políticos en TikTok

Ferrera & Rodríguez (2025) menciona que la desinformación es un fenómeno cada vez más sofisticado y normalizado en el ecosistema digital, por lo que urge implementar soluciones que refuercen la resiliencia de los públicos.

Mina (2024) indica que los deepfakes representan el tipo más reciente de la desinformación; muestran representaciones engañosas de eventos para llevar al público a creer en realidades alteradas. Define la necesidad de un enfoque riguroso, el cual debe seguir algunas etapas: obtención de datos, verificación de la información y visualización; por tal motivo, se debe realizar un correspondiente análisis por un profesional.

Según Farenc & Gosztonyi (2024), los deepfakes y la desinformación se estructuran en tres partes principales; en primer lugar, se analiza la base teórica con argumentos válidos; por lo siguiente, se examina la relación entre contenidos manipulados e información falsa; finalmente, se presenta una visión general sobre el contenido o material relacionado con la desinformación. Por lo tanto, es crucial clasificar y verificar con precaución el contenido para garantizar que la información se difunda de manera precisa y directa sin ningún problema, contribuyendo a que la ciudadanía comprenda hechos y desarrolle un mejor enfoque crítico frente a noticias falsas que circulan.

Confianza informativa

Desde el punto de vista de Kleis & Fletcher (2024), menciona que “la confianza del público no es lo mismo que la confiabilidad. A veces, la gente confía en personas e instituciones que, de hecho, no son dignas de confianza”. Al contribuir con procesos confiables y éticos, priorizando la calidad por encima de la velocidad.

Con referencia a Melo (2024), “no es de extrañar que los consumidores de noticias se sientan cada vez más abrumados y confusos, y que muchos se alejen temporal o permanentemente”. Esto quiere decir que herramientas de inteligencia artificial son beneficiosas para divulgar contenido informativo después de una exhaustiva recopilación y análisis de datos que toma el periodista en dar la noticia.

2.2. Fundamentación teórica y conceptual.

Según Pawelec (2022), “los deepfakes representan un desafío para las democracias modernas, ya que amenazan funciones esenciales como la integridad del discurso político y la confianza en las instituciones”. Destacan que el contenido manipulado puede alterar la percepción de los ciudadanos y, en consecuencia, influir en el proceso de toma de decisiones políticas.

López et al. (2023) retoman que la teoría de la agenda setting “para explicar que esta se refiere a la capacidad de las medidas de seleccionar y destacar ciertos temas sobre otros, y con ello causar que los asuntos destacados sean percibidos como importantes por el público”. De este modo, se reafirma que los medios de comunicación en la actualidad, como plataformas de TikTok, actúan como filtro de la información que es relevante, haciendo que las personas piensen en la noticia que los medios quieren informar.

DIMENSIONES DE DEEPFAKES POLÍTICOS EN TIKTOK

Naturaleza del contenido deepfakes

Los principales hallazgos para Serrano et al. (2025) son coincidencias con investigaciones que proponen modelos divertidos para la detección de deepfakes, así como una preocupación constante por la desconfianza social frente a la legitimidad de la información. Sin embargo, varios artículos internacionales permitieron identificar enfoques técnicos, sociales y éticos que convergen en la necesidad de abordar esta problemática desde una perspectiva multidisciplinaria.

Intención política

Ramos (2024) recomienda que el uso de esta tecnología en plataformas digitales genera una interacción compleja entre ética, regulación y poder político, lo que exige respuestas proactivas por parte de los responsables políticos. No solo se reconoce el impacto destabilizador de los deepfakes en el terreno político, sino que destaca la necesidad de contar con marcos legales flexibles y fomentar la cooperación internacional para contrarrestar sus consecuencias.

Capacidad de detección

García (2015) señala que la capacidad de identificación depende no solo de las herramientas tecnológicas, sino también del pensamiento crítico y la alfabetización digital de los ciudadanos. Este trabajo analiza cómo TikTok puede convertirse en una plataforma útil para el periodismo de datos, al permitir la investigación e interpretación de información en formatos breves y audiovisuales.

Dimensión política comunicacional

Según Liu y Wang (2024), los deepfakes en TikTok se insertan en una dinámica de comunicación política que combina desinformación, humor y viralidad. La arquitectura algorítmica de la plataforma amplifica estos contenidos, lo que favorece la propagación de discursos falsos sobre figuras políticas y debilita la confianza pública.

DIMENSIONES DE CONTENIDO DE CONFIANZA INFORMATIVA

Percepción de veracidad

Según Alzaga (2025), en la era digital actual, la información fluye a una velocidad sin precedentes, transformando la manera en que se consume y se comparte contenido. Sin embargo, esta revolución tecnológica también ha generado nuevos desafíos, entre los cuales está la desinformación a través de los deepfakes, cuyo concepto, características y proceso de

creación serán expuestos con profundidad en este artículo. El análisis se centrará en cómo estas tecnologías permiten la creación expedita y sencilla de contenido falso con apariencia real, lo cual podría llegar a erosionar la confianza de la opinión pública. Este artículo analizará esta transformación radical de la información y, a continuación, se estudiará el impacto social y ético de los deepfakes, centrándose en la amenaza que pueden representar para la privacidad y la seguridad, especialmente en lo relacionado con la autenticación biométrica. (p. 47).

Alfabetización mediática

Salcedo (2020) “Cómo la alfabetización mediática contribuye a combatir la desinformación y verificar noticias virales”. Destaca su papel esencial para evaluar fuentes, detectar sesgos y fomentar un ecosistema informativo saludable. Los hallazgos subrayan la eficacia de intervenciones educativas, especialmente las que integran métodos mixtos, para mejorar el pensamiento crítico. Factores emocionales y sociodemográficos influyen en la propagación de noticias falsas y en la efectividad de las estrategias educativas.

Confianza institucional

Según Beramendi et al. (2016), las instituciones son las encargadas de promover, regular y garantizar la acción social coordinada entre los ciudadanos. Desde hace varias décadas, la confianza institucional ha ido descendiendo. Esto genera un problema crucial, ya que la confianza institucional es necesaria para la formación de instituciones.

El objetivo de este trabajo es analizar la relación entre la confianza institucional y la confianza social en el contexto argentino, los niveles de confianza y la relación entre la confianza y la eficacia institucional.

Noriega (2020), por lo tanto, nos analiza la dinámica de la confianza institucional en América Latina. Todos entendemos qué es la confianza en un sentido vulgar; empleamos este término en nuestro día a día y sabemos qué queremos decir cuando señalamos, por ejemplo, que

“tenemos confianza” en tal o cual persona, o que “desconfiamos” de esta o aquella institución. Sin embargo, desde un punto de vista técnico y teórico, la confianza es un concepto mucho más elusivo y complejo.

Rodríguez (2011) convergen en que la imparcialidad requiere descentrarse del yo, o sea, mantener las reglas abstractas o mediante empatía racional. Por otra parte, el equilibrio, entonces, no es neutralidad pasiva, sino una tensión activa entre justicia, empatía y responsabilidad.

Ética y responsabilidad editorial

Según Aguiar & Medranda (2018), el origen de la prensa está en la satisfacción de la necesidad de información de los ciudadanos. Los intereses extra informativos no deben primar sobre ese derecho.”

Los medios de comunicación y los profesionales de la información están cada vez más desprestigiados, aun cuando no es fácil vivir en sociedad sin acceso a la información. La libertad de prensa no asegura la libertad de expresión y esta tampoco garantiza que se satisfaga el derecho a la información. Los medios de comunicación deben cumplir con su función social o pueden correr el riesgo de desaparecer como tales. En efecto, de no recuperar su función fundamental, podrían terminar siendo solo una fuente de entretenimiento más. Reivindicar esa legitimidad aparentemente perdida, o al menos desfigurada, es el primer paso para reconducir el trabajo de los medios con el fin de que cumplan su función democratizadora, pues la vida, en las sociedades actuales, determinadas por la globalización, la multiculturalidad y el tiempo impuesto por las tecnologías, exige, tal vez más que nunca, ciudadanos informados y capaces de tomar decisiones.

Polo (2019) analiza la responsabilidad en sus distintos aspectos. Tiene muchas facetas, que resulta no ser una realidad simple, sino compleja. Aunque el camino ha sido básicamente

filosófico, es decir, antropológico y ético, sin embargo, no he querido encerrar la responsabilidad en una teoría, sino dejar que ella vaya mostrando su ser. Ese despliegue ha hecho aparecer temas como los siguientes: la acción, la red de relaciones vitales, las creencias y los compromisos, la libertad y el futuro, el poder y la política, la ética mundial y la educación del sentimiento, las instituciones.

2.3. Marco legal

Aspecto internacional

PACTO INTERNACIONAL DE DERECHOS CIVILES Y POLÍTICOS

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (ONU, 1966)

Art. 19

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.
2. El ejercicio del derecho previsto en el párrafo 2 de este artículo entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a ciertas restricciones, que deberán, sin embargo, estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para:
 - a) asegurar el respeto a los derechos o a la reputación de los demás;
 - b) la protección de la seguridad nacional el orden público o la salud moral públicas.

De acuerdo con el artículo 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 1966), menciona que toda persona tiene el derecho, tanto a adquirir y difundir ideas o información por cualquier medio de comunicación, incluidas las redes sociales. No obstante, el artículo da realce a la importancia de la libertad de expresión una de las bases fundamentales para construir una sociedad democrática, sin dejar de lado el deber ético y la responsabilidad comunicativa.

DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (ONU, 1984)

Art. 19. Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

Según la Organización de las Naciones Unidas (1984), en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, dispone que toda persona tiene el derecho de expresar libremente lo que piensa, siente u observe sin objetivo de censura o persecución por lo que llegue a manifestar.

CARTA DE LOS DERECHOS HUMANOS DE LA UNIÓN EUROPEA (2000)

Art. 11

Libertad de expresión y de información

Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras.

Se respeta la libertad de los medios de comunicación y su pluralismo.

Según la Unión Europea (2000), en el artículo 11 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, reconoce el derecho a la libertad de expresión sin restricciones, al igual que destaca la importancia de los medios de comunicación para garantizar diversidad informativa y sobre todo el fortalecimiento de la democracia en la sociedad.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2008

Art. 16. Todas las personas, en forma individual, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17. El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Concordancias:

Ley Orgánica De Comunicación, Arts. 12, 33, 34, 35, 92

Constitución De La República Del Ecuador, Arts. 334, 347

Código De La Niñez Y Adolescencia, Arts. 47

Reglamento General A La Ley Orgánica De Comunicación, Arts. 54

Código Orgánico General De Procesos, COGEP, Arts. 38

Art. 19. La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional de independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la tolerancia religiosa o la política y toda aquella que atente contra los derechos.

Según el artículo 16, 17,19 de la Constitución De La Republica Del Ecuador (2008) expide lo siguiente, se protege la libertad de expresión comunicativa garantizando que todo contenido expuesto por los medios de comunicación debe ser con fines educativos y culturales, prohibiendo aquellos que fomenten la violencia o cualquier acto de discriminación que vulnere los derechos humanos.

CONSEJO DE COMUNICACIÓN

Art.49. funciones. (sustituido por el art. 38 de la ley s/n, R.O.432-S, 20- II-2019; Sustituido por el art. 17 de la ley s/n, R.O.188-2s, 14-XI-2022). - El consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación tendrá las siguientes funciones:

- a) Garantizar la promoción y el ejercicio pleno de las libertades de prensa de opinión de expresión, en todas sus dimensiones, y los derechos de información y

comunicación reconocidos en la constitución de la república del Ecuador y los instrumentos internacionales de derechos humanos

- b) Formular planes, proyectos y programas para la protección de periodistas y de los trabajadores de la comunicación.
- c) Evaluar las alertas tempranas de agresión contra la libertad de expresión generadas por cualquier sistema de monitoreo; y, coordinar y controlar las acciones concernientes a la protección de los periodistas y los trabajadores de la comunicación.
- d) Elaborar, coordinar y ejecutar, en articulación con la autoridad de educación superior, proyectos de capacitación y asistencia técnica a los integrantes del sistema de comunicación social;
- e) Regular las franjas horarias de protección a niños, niñas y adolescentes para la difusión de contenidos de la televisión, radio y publicación de prensa escrita que contengan mensajes de violencia explícitamente sexuales o discriminatorios y establecer un sistema de calificaciones de contenidos técnicos y preciso.
- f) Vigilar los procesos de participación ciudadana en los medios públicos del país y el cumplimiento de los principios de autonomía, independencia editorial, pluralidad, participación y transparencia y rendición de cuentas;
- g) Desarrollar investigaciones y estudios sobre las libertades de prensa, de opinión, de expresión y, los derechos de información y comunicación de manera articulada y preferente con las instituciones de educación superior del país;

- h) Implementar y desarrollar indicadores para medir la correcta aplicación de esta Ley;

En particular, implementará y desarrollará anualmente, al menos, los siguientes indicadores: número de casos verificados de asesinato, secuestro, desaparición forzada, detención arbitraria y tortura de periodistas, miembros asociados de los medios de comunicación, sindicalistas y defensores de los derechos humanos; y, número de garantías jurisdiccionales o legales activadas para el acceso público a la información previstas en el ordenamiento jurídico interno;

- a) Monitorear la difusión de contenido de producción nacional independiente;
- b) Elaborar informes semestrales respecto al cumplimiento de las obligaciones de los medios de comunicación determinadas en la presente Ley, los mismos que deben ponerse en conocimiento de la ciudadanía a través de sus diferentes plataformas digitales o en un instrumento a disposición del público en general;
- c) Estudiar y divulgar públicamente la discusión y el juicio de las actuaciones éticas conflictivas que se dan en los medios de comunicación;
- d) Promover y fortalecer las iniciativas ciudadanas y académicas para la constitución de observatorios de medios de comunicación y fomentar los procesos de alfabetización mediática para la formación de audiencias críticas que puedan afrontar de forma positiva en la producción de contenidos comunicacionales de calidad; y,
- e) Las demás determinadas en la Ley.

Según el consejo de comunicación (2019), en el artículo 48 garantiza el ejercicio de comunicación libre de expresión sobre todo con responsabilidad basada en los derechos humanos

promoviendo la protección de periodistas y trabajadores de la comunicación, asegurando el desarrollo ético y profesional de su labor.

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, 2013 REFORMADA EN 2019

Art. 7. información de relación pública o de interés general. - es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general. La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas y otros derechos constitucionalmente establecidos.

Concordancias:

Constitución de la República del Ecuador, art. 66

Código de la Niñez y Adolescencia, art. 51

Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación, art. 7

Art. 22. Derecho a recibir información de calidad. –

Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada.

La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido.

La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística.

La precisión implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los

nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones.

La contextualización implica poner en conocimiento de la audiencia los antecedentes sobre los hechos y las personas que forman parte de la narración periodística.

Si las personas que son citadas como fuentes de información u opinión tienen un interés específico o vinculación de orden electoral, política, económica o de parentesco en relación con las personas o a los hechos que forman parte de la narración periodística, esto deberá mencionarse como dato de identificación de la fuente.

Nota: Título de artículo reformado por artículo 15 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 432 de 20 de febrero del 2019.

Concordancias:

Constitución de la República Del Ecuador, arts. 18

Código de la Niñez Y Adolescencia, arts. 45

Ley Orgánica De Transparencia Y Acceso A La Información Pública,

Art. 5

Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación, Arts. 22

Según la (Ley Orgánica de Comunicación 2013, reformada en 2019), los medios de comunicación tienen el compromiso ético y legal de informar a la ciudadanía con veracidad y responsabilidad y transparencia, difundiendo contenido que contribuya al bien social, democrático y sobre todo al respeto de la dignidad ciudadana. (arts. 7 y 22, págs. 5, 9).

El marco legal que rige el periodismo de datos en Ecuador cumple un papel fundamental para garantizar la veracidad, profundidad y transparencia del contenido informativo,

especialmente frente a fenómenos recientes como lo son los deepfakes políticos que circulan en TikTok. Este tipo de manipulación audiovisual representa un reto cada vez mayor dentro del ámbito comunicacional. La Constitución de la República del Ecuador, junto a la Ley Orgánica de Comunicación establece principios esenciales vinculados con la libertad de expresión, el derecho a la información y el deber continuo de los medios de comunicación digital de difundir contenido adecuado, lo cual adquiere relevancia ante la circulación de desinformación digital en plataformas virales.

La constante lucha contra la desinformación y la promoción de contenidos de calidad resultan fundamentales, debido al alto impacto que conlleva sobre la confianza informativa. La verificación y contraste de datos informativos en tiempo real fortalecen la credibilidad de los contenidos difundidos en medios digitales, aspecto clave en un entorno saturado de información manipulada. El marco normativo legal vigente en Ecuador es indispensable para consolidar una comunicación ética y responsable, orientada no solamente a informar, sino también a educar y capacitar a la ciudadanía, especialmente a los jóvenes, frente al verdadero impacto de contenidos falsos y manipulados que circulan en plataformas digitales como TikTok.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación.

Para abordar esta investigación, se llevó a cabo un estudio con el enfoque mixto, donde buscamos profundizar en el conocimiento y comprender nuestros objetivos.

Según Creswell (2022), la investigación basada en método mixto implica la recopilación e integración de los datos cuantitativos y cualitativos en un solo estudio, con el propósito de lograr una mayor comprensión del fenómeno de interés, de lo que podríamos conseguir en una investigación monométodo, cuantitativo o cualitativo de manera independiente, lo que me permitió entender de la mejor forma cada método de investigación, la recopilación de datos por

parte del método cualitativo y la impresión de lo expuesto por medio de la palabra, que provino de los entrevistados.

Para Hernández Sampieri et al. (2019), “Es importante resaltar que, si una vez hecha la indagación, selección y revisión de la literatura y el investigador ha tomado la decisión, es factible realizarla; el siguiente paso consiste en visualizar cuál será el alcance que tendrá la estrategia del plan de investigación”. El enfoque cuantitativo permite que la recolección de datos sea más eficiente y así explicar los resultados obtenidos en la fase de obtención de datos.

Según García et al. (2020), “la investigación cualitativa depende del compromiso del investigador con los datos que recopila y analiza. Para establecer o aclarar definiciones comunes de la investigación cualitativa, pueden entrar en conflicto con la disrupción efectiva de las categorías y definiciones existentes causada por el enfoque basado en datos”. En otras palabras, al momento de realizar las entrevistas le dimos contexto, forma e interpretamos para que lo mencionado sea comprendido con facilidad.

3.2. Tipo de investigación.

Implemente una investigación de estudio descriptiva, ya que se especificarán las características y demás elementos importantes relacionados con los valores, con el fin de desarrollar un análisis absoluto sobre los deepfakes políticos en TikTok.

Según Arias (2012), la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican a un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (p. 24).

El diseño de investigación que utilicé en este estudio es el diseño no experimental con un corte transversal, basándome en

Kerlinger (1979) define la investigación no experimental como aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar

intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos (p. 116).

3.3. Diseño de investigación.

El diseño no experimental transversal, según Sampieri (2006), es aquel en el cual se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único; su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interacción en un momento dado. (p. 208).

La investigación no experimental posibilita el análisis de los elementos obtenidos mediante una observación minuciosa, permitiendo construir una descripción precisa de las experiencias registradas durante la fase de recopilación de datos.

3.4. Alcance de la investigación.

El objetivo de esta investigación es identificar, analizar y determinar el impacto de los deepfakes políticos en la plataforma de TikTok, así como su influencia en la confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

La presente investigación se centra en el cantón La Libertad, que tiene como objetivo de población a jóvenes entre dieciocho y veintinueve años que tengan conocimiento de las deepfakes políticas en TikTok. El estudio analiza cómo las personas perciben y reaccionan a las amenazas de videos no realistas difundidos en las plataformas digitales durante el mes previo a la segunda vuelta presidencial de 2025.

El alcance de esta investigación es de carácter descriptivo, ya que busca identificar las características, propósitos y efectos de los contenidos manipulados mediante deepfakes políticos en TikTok, así como su influencia en la confianza informativa de los usuarios. Para ello, se emplearán encuestas con escala de Likert, además de guías de preguntas y fichas de observación, con el principal propósito de comprender el impacto de los deepfakes en la credibilidad y percepción de la información política en los entornos digitales.

3.5. Operacionalización de las variables

Tabla 1 Matriz de Operacionalización

Variable(s)	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica de levantamiento de información	Instrumentos
Variable 1: deepfakes políticos en TikTok	“Los deepfakes representan una amenaza directa a la percepción de la verdad en los entornos digitales. Como los avances de la inteligencia artificial, permitiendo crear contenidos audiovisuales con un nivel de realismo que desdibuja los límites entre lo verdadero y lo falso”. Alzaga (2025)	D1. Naturaleza de contenidos de deepfakes. D2. Intensión política. D3. Capacidad de detección. D4. Dimensión política comunicacional.	I1. Nivel de realismo percibido. I2. Orientación ideológica del contenido manipulado. I3. Tiempo promedio de respuesta de la plataforma. I4. Fuentes de datos.	¿Cree usted que es necesario adaptarse a la nueva era digital en los procesos electorales? ¿Cómo influyen las deepfakes en la opinión de los ciudadanos durante las elecciones presidenciales? ¿Considera usted que el contenido político publicado en TikTok puede influir en la intención de voto de los ciudadanos?	¿Qué tan realistas cree que son los vídeos alterados con inteligencia artificial que ha visualizado en la plataforma TikTok? ¿Cree que distinguir visualmente los deepfakes es cada vez más complicado? ¿Ha visto vídeos en TikTok que busquen favorecer o perjudicar la imagen de candidatos o partidos políticos? ¿Considera que los deepfakes políticos afectan la opinión pública?	Escala de Likert

<p>Variable 2: Confianza informativa</p>	<p>“La confianza informativa depende de varios factores: la fiabilidad de las instituciones que manejan la información, la transparencia y de que los documentos digitales sean auténticos y verificables”. Voutssás (1973)</p>	<p>D1. Percepción de veracidad. D2. Alfabetización mediática. D3. Confianza institucional. D4. Ética y responsabilidad editorial.</p>	<p>I1. Nivel de credibilidad asignado a videos políticos. I2. Uso de herramienta o estrategias de detención. I3. Confianza en medios y plataformas. I4. Presencia de políticas y etiquetas de IA.</p>		<p>¿Los videos que circulan en la plataforma TikTok resultan confiables? ¿Conoce alguna técnica o estrategia para identificar información falsa o videos alterados con inteligencia artificial? ¿Con qué frecuencia visualizo si un video político no ha sido manipulado por inteligencia artificial antes de compartirlo? ¿Cree que las diversas plataformas digitales muestran transparencia en la gestión de información falsa o alterada?</p>	<p>Guía de preguntas Ficha de observación</p>
---	---	--	--	--	--	---

3.6 Población, muestra y periodo de estudio

Población

La población estuvo conformada por habitantes y transeúntes del barrio Kennedy, perteneciente al cantón La Libertad, quienes utilizan redes sociales, especialmente TikTok, para informarse o interactuar con contenidos políticos.

De acuerdo con Arias et al. (2016), una selección apropiada no solo garantiza la obtención de resultados confiables, sino que también posibilita la extrapolación de dichos hallazgos a poblaciones con características similares. Esta rigurosidad metodológica garantiza que los resultados reflejen de manera exacta las dinámicas reales de la población estudiada, contribuyendo así a la validez interna y externa del estudio (p. 202).

La recolección de datos se llevó a cabo mediante la técnica de observación directa en diferentes sectores como el barrio Kennedy del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, donde se identificó a jóvenes conocedores de la plataforma TikTok expuestos a contenidos políticos manipulados mediante deepfakes.

Según Rendon & Villacis (2017), el tamaño de la muestra se refiere al número de participantes que se incluirá en un estudio de investigación. Si se realiza adecuadamente el cálculo, no solamente se establecerán conclusiones con sustento estadístico y se limitarán los riesgos potenciales a los sujetos incluidos en la investigación, sino que además el estudio podrá planearse adecuadamente para optimizar costos económicos y tiempo. (p. 221).

El tipo de muestreo fue no probabilístico por conveniencia, ya que se seleccionaron participantes disponibles y dispuestos a aportar información relevante sobre su percepción de los deepfakes políticos en TikTok.

Como señalan Hernández & Carpio (2019), el muestreo se clasifica en dos grandes grupos. Unos son los probabilísticos, basados en el fundamento de equiprobabilidad. Utilizan

métodos que buscan que todos los sujetos de una población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados para representarla y formar parte de la muestra; generalmente son los más utilizados porque buscan mayor representatividad. (p. 75-79).

El periodo de estudio considerado en esta investigación corresponde durante el periodo 23 de marzo al 10 de abril del 2025, lapso durante el cual se difundieron diversos contenidos políticos manipulados en TikTok. Esto permitió analizar de manera reciente la percepción y reacción de los jóvenes del cantón La Libertad ante los deepfakes, evitando recurrir a situaciones pasadas que no reflejan la realidad actual del entorno digital.

3.7 Técnicas e instrumentos de levantamiento de información

Esta investigación se realizó mediante la técnica de observación directa en diferentes puntos del barrio Kennedy del cantón La Libertad, donde se evidenciaba una mayor interacción de los habitantes con contenidos digitales y uso de redes sociales.

La encuesta se aplicó a los jóvenes del cantón La Libertad, activos en TikTok, lo que permitió obtener información de manera estructurada sobre sus percepciones, actitudes y niveles de acuerdo respecto a los contenidos políticos manipulados mediante deepfakes.

De acuerdo con Casas et al. (2003), la técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo ágil y eficaz. (p. 527).

Según Vizcaíno et al. (2023), se centra en proporcionar una orientación valiosa para investigadores de todos los niveles de experiencia en la planificación y ejecución de proyectos de investigadores de todos los niveles de experiencia para la elaboración y ejecución de proyectos de investigación de prestigiosa calidad.

La escala de Likert facilitó el grado de medir la conformidad del participante frente a diversos enunciados, empleando una escala ordinal de cinco niveles: totalmente de acuerdo, de acuerdo, neutral, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Esta técnica facilita medir las

percepciones de los participantes y examinar patrones de manera sistemática, asegurando una interpretación fiable y consistente de los datos obtenidos.

De acuerdo con Gonzales et al. (2022), la entrevista cualitativa permite la interpretación de la realidad social, los valores, las costumbres, las ideologías y las cosmovisiones que se construyen a partir de un discurso subjetivo donde el investigador asigna un sentido y un significado particular a la experiencia. (p. 1).

Se realizó la entrevista a partir de una guía de preguntas dirigidas a profesionales del área de la comunicación, el periodismo y la tecnología digital.

El instrumento empleado fue una guía de preguntas Bravo et al. (2013) La confesión ha evolucionado desde el deber “decir todo” a la codificación clínica del “hacer hablar”, hasta investigar la autenticidad, el análisis y la interpretación por diversos medios: entrevistas, asociaciones libres, instrumento de recolección de datos y lo que hoy en día identificamos como entrevista en el ámbito científico. (p. 163).

En este guion se incorporan los componentes esenciales de nuestra investigación, que proporcionan el contexto para la entrevista. Esta herramienta permitió la recopilación de información de manera descriptiva, validando testimonios y análisis de interpretación con estrategias implementadas, conocimientos y desafíos previamente adquiridos, desde una perspectiva completa, obteniendo resultados en fase cuantitativa.

La recolección de datos se llevó a cabo a través de la observación directa en diversos puntos del barrio Kennedy, del cantón La Libertad, donde se identificó con una alta interacción de los habitantes con contenidos digitales y uso continuo de redes sociales, entre el 5 y el 11 de octubre del año (2025). A través de fichas de registro en las cuales se documentaron los comportamientos observados y la frecuencia de exposición y consumo de videos políticos en TikTok.

Este procedimiento permitió recopilar evidencias empíricas acerca de la presencia y el verdadero impacto de los deepfakes políticos en el entorno digital local; además, sirvió como base estructurada para contrastar los resultados obtenidos a través de la implementación de encuestas y entrevistas, fortaleciendo la validez del estudio mediante la triangulación de la información recolectada.

La implementación del segundo instrumento corresponde a las encuestas, este cuestionario fue destinado a 100 residentes y transeúntes del barrio Kennedy, seleccionados a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia. Para su aplicación se implementó la escala de Likert con preguntas cerradas relacionadas con la percepción, credibilidad y confianza frente a los diversos contenidos políticos difundidos en TikTok.

Las encuestas se gestionaron de manera presencial. Los datos recopilados fueron procesados mediante estadística descriptiva, organizándolos en cuadros y gráficos que facilitaron la interpretación de los porcentajes y tendencias observadas respecto al impacto de los deepfakes políticos en la percepción informativa de los participantes.

Finalmente, la entrevista se realizó a partir de una guía de preguntas dirigidas a profesionales del área de comunicación, el periodismo y tecnología digital. El objetivo principal fue recopilar testimonios para saber cómo los deepfakes políticos difundidos en TikTok influyen en la credibilidad de la información y el nivel de confianza de la ciudadanía hacia los contenidos políticos circulados en redes sociales.

Las entrevistas se llevaron a cabo de manera virtual, y las respuestas fueron estudiadas para identificar principalmente similitudes, desacuerdos y tendencias comunes en la percepción de los especialistas. La información recabada fue procesada de manera sistemática en áreas de especialización de cada uno de los participantes, lo que permitió estructurar y comparar sus aportes de manera clara, precisa y coherente.

4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Procesamiento de la información

Una vez aprobados los instrumentos (encuesta), se procedió a la aplicación de las mismas. Las preguntas colocadas en un formulario en línea, a través de la aplicación Google Forms, para posteriormente ser enviado mediante la herramienta instantánea de “WhatsApp”. Una vez culminada la encuesta a los 100 moradores del barrio Kennedy del cantón La Libertad, los resultados fueron registrados en la herramienta de trabajo “Excel”; se utilizó el diseño de gráficos de pasteles para la presentación porcentual de los datos.

Análisis e interpretación de los resultados

En la siguiente sección se muestran los resultados de la encuesta realizada a los miembros y moradores del barrio Kennedy del cantón La Libertad, bajo la escala de respuesta, escala de Likert.

Tabla 1 Edad de los encuestados

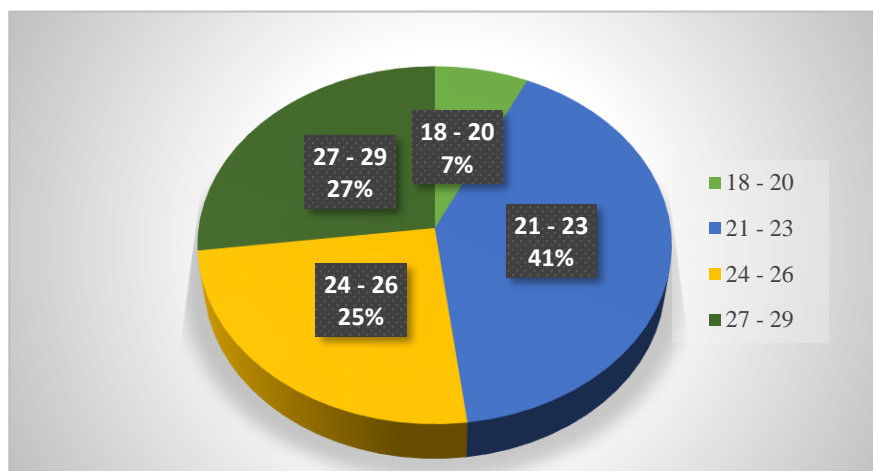
Escala	Frecuencia	Porcentaje
18 – 20	7	7%
21 – 23	41	41%
24 – 26	25	25%
27 – 29	27	27%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes usuarios de TikTok de 18 a 29 años del barrio Kennedy del cantón La Libertad.

Elaborado por: Bryan Gaston Matias Tigrero

Fecha: 2025

Figura 1 Edad de los encuestados.



Análisis:

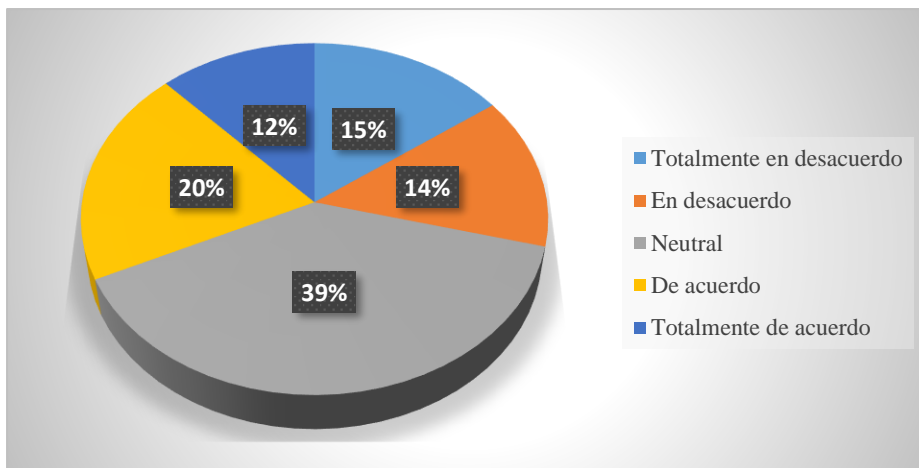
Dentro de los resultados obtenidos, la mayoría de encuestados están entre la edad de 21 y 24 años (41%), luego de un grupo de 27 a 29 años correspondiente al 27%, 24 a 26 años 25% y el 7% corresponde a jóvenes que tienen la edad entre 18 y 20 años.

Tabla 2 ¿Qué tan realistas cree que son los vídeos alterados con inteligencia artificial que ha visualizado en la plataforma TikTok?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	15	15%
En desacuerdo	14	14%
Neutral	39	39%
De acuerdo	20	20%
Totalmente de acuerdo	12	12%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes usuarios de TikTok de 18 a 29 años del barrio Kennedy del cantón La Libertad.
 Elaborado por: Bryan Gaston Matias Tigreiro
 Fecha: 2025

Figura 2 ¿Qué tan realistas cree que son los vídeos alterados con inteligencia artificial que ha visualizado en la plataforma TikTok?



Análisis:

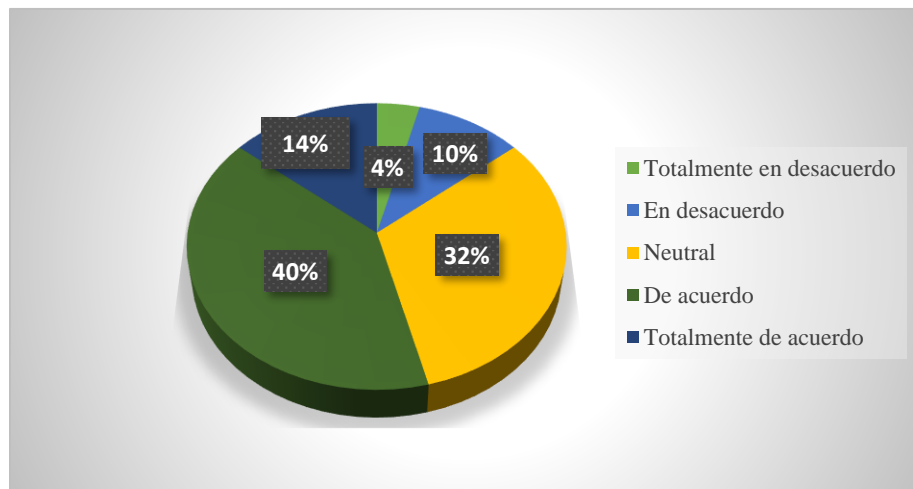
El 39% de los encuestados se mantuvo en la posición neutral, mientras que el 20% estuvo de acuerdo y el 15 % totalmente en desacuerdo, 14% en desacuerdo y un 12% totalmente de acuerdo. Deduciendo que los jóvenes no identifican con facilidad los videos manipulados por la inteligencia artificial, que circulan en la plataforma digital.

Tabla 3 ¿Cree que distinguir visualmente los deepfakes es cada vez es más complicado?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	4%
En desacuerdo	10	10%
Neutral	32	32%
De acuerdo	40	40%
Totalmente de acuerdo	14	14%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes usuarios de TikTok de 18 a 29 años del barrio Kennedy del cantón La Libertad.
 Elaborado por: Bryan Gaston Matias Tigero
 Fecha: 2025

Figura 3 ¿Cree que distinguir visualmente los deepfakes es cada vez más complicado?



Análisis:

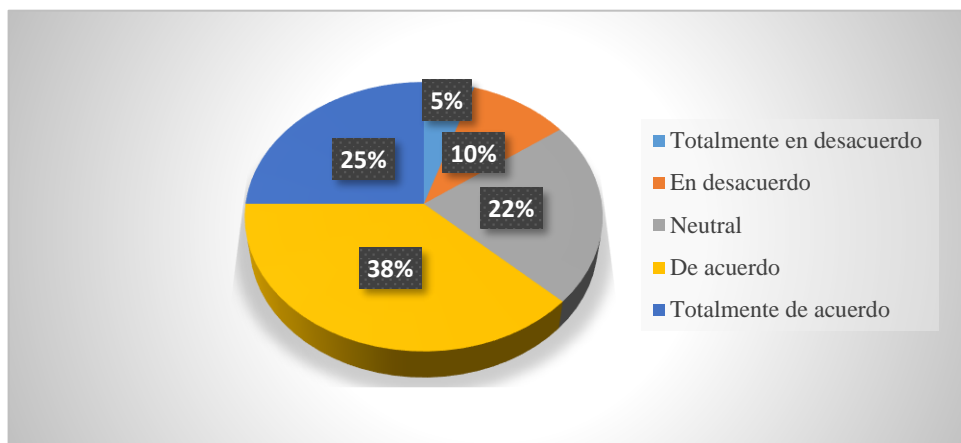
Dentro de estos resultados, podemos evidenciar que la mayoría de los encuestados están tanto 40% de acuerdo y 14% totalmente de acuerdo, por otro lado, el 32% se mantiene en una posición neutral no teniendo una posición clara frente a la problemática, finalmente un 4% totalmente en desacuerdo y un 10% en desacuerdo, considerando que no es difícil de distinguirlo.

Tabla 4 ¿Ha visto videos en TikTok que busquen favorecer o perjudicar la imagen de candidatos o partidos políticos?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	5%
En desacuerdo	10	10%
Neutral	22	22%
De acuerdo	38	38%
Totalmente de acuerdo	25	25%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes usuarios de TikTok de 18 a 29 años del barrio Kennedy del cantón La Libertad.
 Elaborado por: Bryan Gaston Matias Tigero
 Fecha: 2025

Figura 4 ¿Ha visto vídeos en TikTok que busquen favorecer o perjudicar la imagen de candidatos o partidos políticos?



Análisis:

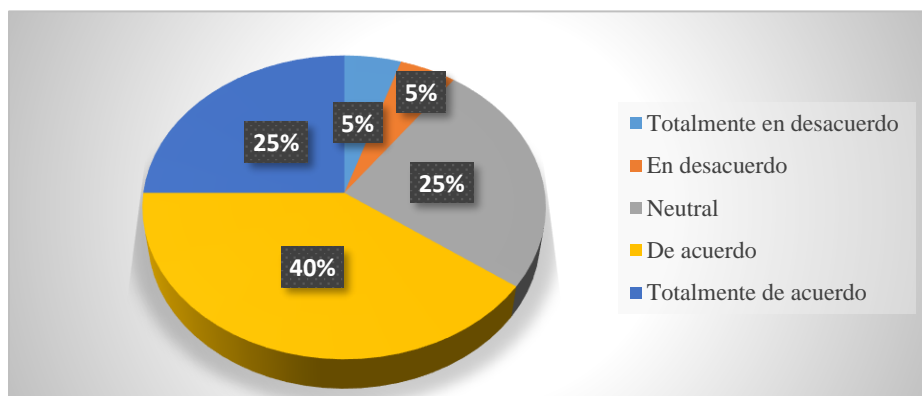
Los resultados demuestran que un 63% de las personas que fueron encuestadas pertenecientes al 38% de acuerdo y 25% totalmente de acuerdo, ha evidenciado en la plataforma TikTok videos que influyen en la opinión pública, un 22% muestra una posición neutral y un 15% indicó tanto 5% totalmente en desacuerdo y un 10% en desacuerdo.

Tabla 5 ¿Considera que los deepfakes políticos afectan la opinión pública?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	5%
En desacuerdo	5	5%
Neutral	25	25%
De acuerdo	40	40%
Totalmente de acuerdo	25	25%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes usuarios de TikTok de 18 a 29 años del barrio Kennedy del cantón La Libertad.
 Elaborado por: Bryan Gaston Matias Tigrero
 Fecha: 2025

Figura 5 ¿Considera que los deepfakes políticos afectan la opinión pública?



Análisis:

Los resultados demuestran que un 40% de acuerdo y un 25% totalmente de acuerdo considera que los deepfakes afecta la opinión pública, un 25% toma una posición neutral, en un contraste solo un 10% perteneciente al 5% en desacuerdo y 5% totalmente en desacuerdo llegando a la interpretación que para ellos no influye en la opinión de la ciudadanía.

Tabla 6 ¿Los videos que circulan en la plataforma TikTok resultan confiables?

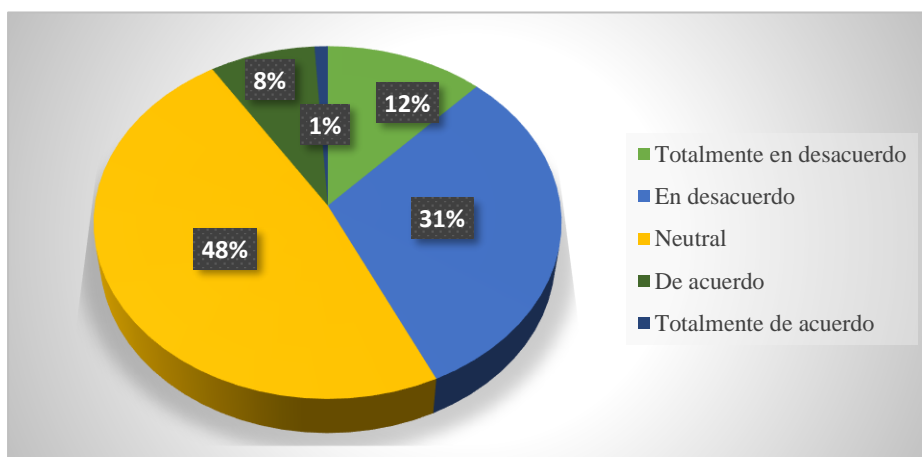
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	12	12%
En desacuerdo	31	31%
Neutral	48	48%
De acuerdo	8	8%
Totalmente de acuerdo	1	1%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes usuarios de TikTok de 18 a 29 años del barrio Kennedy del cantón La Libertad.

Elaborado por: Bryan Gaston Matias Tigrero

Fecha: 2025

Figura 6 ¿Los videos que circulan en la plataforma TikTok resultan confiables?



Análisis:

Con un 43% (12% totalmente en desacuerdo y 31% en desacuerdo) considera que el contenido que es expuesto en la plataforma TikTok no es confiable, un 48% adopta una posición neutral, pues básicamente evidencia dudas sobre la veracidad de la información con 8% de acuerdo y el 1% totalmente desacuerdo, manifestó que los videos publicados en la plataforma son de confiar.

Tabla 7 ¿Conoce alguna técnica o estrategia para identificar información falsa o videos alterados con inteligencia artificial?

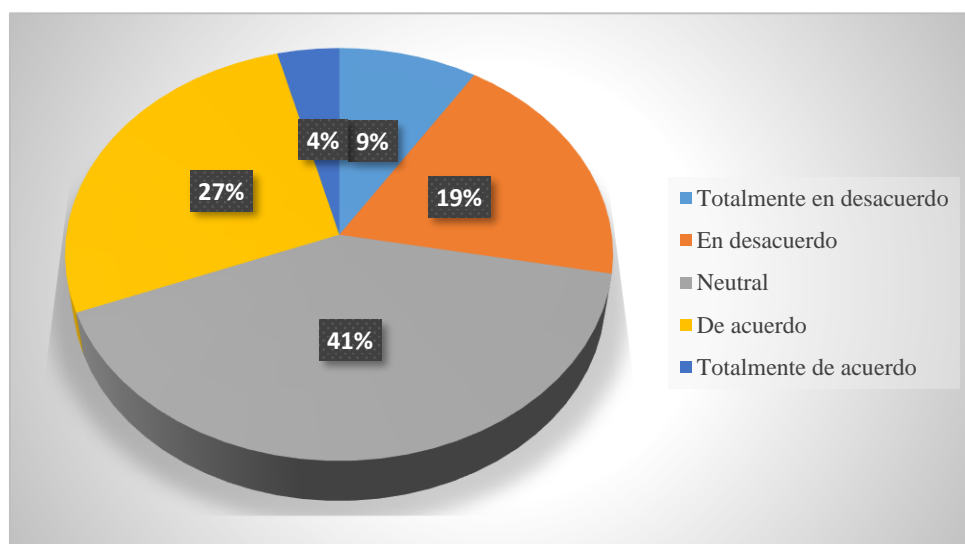
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	9%
En desacuerdo	19	19%
Neutral	41	41%
De acuerdo	27	27%
Totalmente de acuerdo	4	4%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes usuarios de TikTok de 18 a 29 años del barrio Kennedy del cantón La Libertad.

Elaborado por: Bryan Gaston Matias Tigrero

Fecha: 2025

Figura 7 ¿Conoce alguna técnica o estrategia para identificar información falsa o videos alterados con inteligencia artificial?



Análisis:

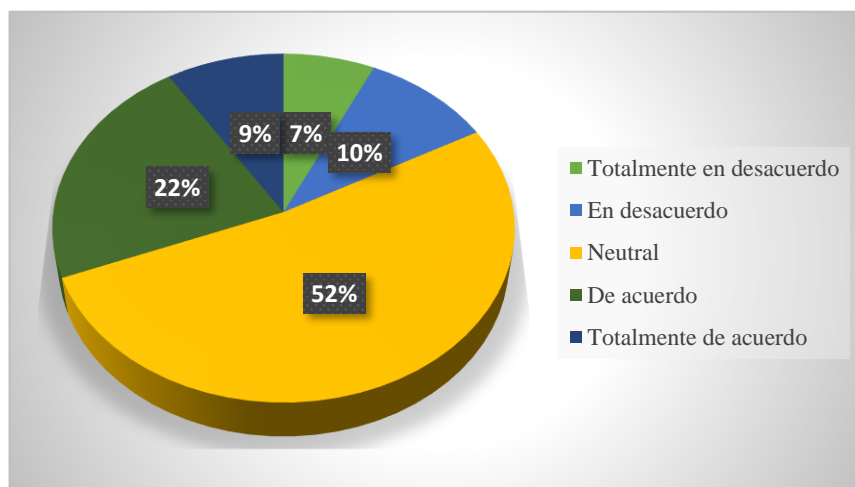
El 41% opto por la opción neutral, lo que indica que los jóvenes no tienen con claridad sobre las estrategias o técnicas para poder identificar sobre la información o videos falsos con inteligencia artificial, así mismo el 28% de los participantes (9% totalmente en desacuerdo y el 19% en desacuerdo) reconoce desconocer del tema, finalmente un 31% (27% de acuerdo y un 4% totalmente de acuerdo) afirmo ser conocedores de algún método para detectar contenido manipulado

Tabla 8 ¿Con que frecuencia verifico si un video político no ha sido manipulado por inteligencia artificial antes de compartirlo?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	7	7%
En desacuerdo	10	10%
Neutral	52	52%
De acuerdo	22	22%
Totalmente de acuerdo	9	9%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes usuarios de TikTok de 18 a 29 años del barrio Kennedy del cantón La Libertad.
 Elaborado por: Bryan Gaston Matias Tigero
 Fecha: 2025

Figura 8 ¿Con que frecuencia verifico si un video político no ha sido manipulado por inteligencia artificial antes de compartirlo?



Análisis:

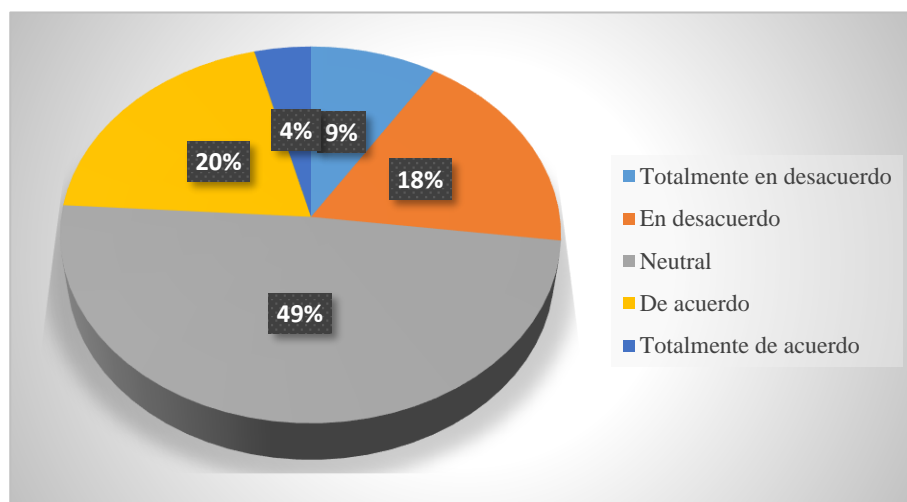
Los resultados de los encuestado muestran que un 52% tiene una posición neutral, frente a la verificación del contenido político antes de difundirlo, por otro lado 19%(7% totalmente en desacuerdo y 10% en desacuerdo) admitió no tomar en cuenta lo tan verídico que es el contenido, en contraste, solo el 31% (22% de acuerdo y 9% totalmente de acuerdo) manifestó revisar los videos detenidamente antes de compartirlo.

Tabla 9 ¿Cree que las diversas plataformas digitales muestran transparencia en la gestión información falsa o alterada?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	9%
En desacuerdo	18	18%
Neutral	49	49%
De acuerdo	20	20%
Totalmente de acuerdo	4	4%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes usuarios de TikTok de 18 a 29 años del barrio Kennedy del cantón La Libertad.
 Elaborado por: Bryan Gaston Matias Tigrero
 Fecha: 2025

Figura 9 ¿Cree que las diversas plataformas digitales muestran transparencia en la gestión información falsa o alterada?



Análisis:

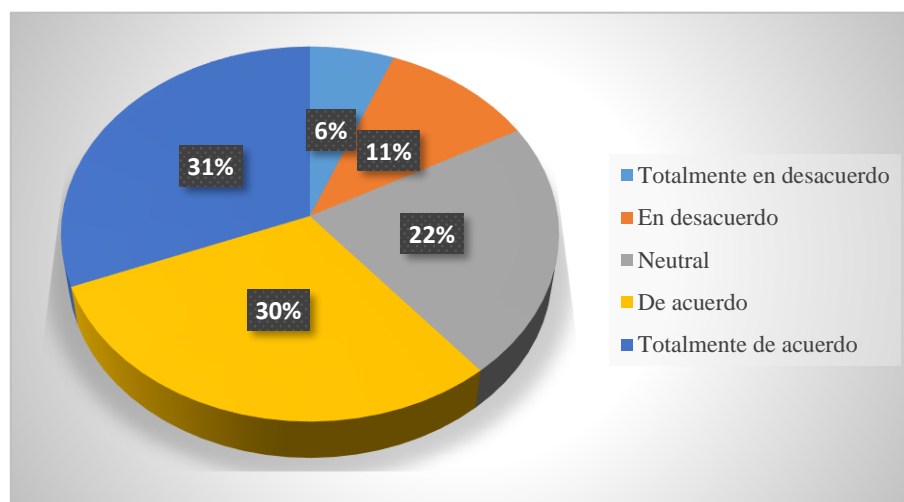
Casi la mitad de los encuestado 49% mantiene una posición neutral respecto a la verdadera transparencia de las plataformas digitales, el 27%(9% totalmente en desacuerdo y 18% en desacuerdo) indican que las plataformas no son transparentes con la información que proporcional y el 24%(20% de acuerdo y 4% totalmente de acuerdo) opina que si existe transparencia.

Tabla 10 ¿Cree que ver videos manipulados con inteligencia artificial en la plataforma TikTok puede hacer que la ciudadanía desconfíe de la información política?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	6%
En desacuerdo	11	11%
Neutral	22	22%
De acuerdo	30	30%
Totalmente de acuerdo	31	31%
Total	100	100%

Fuente: Jóvenes usuarios de TikTok de 18 a 29 años del barrio Kennedy del cantón La Libertad.
 Elaborado por: Bryan Gaston Matias Tigero
 Fecha: 2025

Figura 10 ¿Cree que ver videos manipulados con inteligencia artificial en la plataforma TikTok puede hacer que la ciudadanía desconfíe de la información política?



Análisis:

El 61% de los encuestados (30% de acuerdo y el 31% totalmente de acuerdo) nos indica que los videos si provocan desconfianza, el 17% (6% totalmente en desacuerdo y 11% en desacuerdo) se deduce que no afecta en la confianza ciudadana y finalmente un 22% mantienen una postura neutral con respecto al caso.

Análisis cualitativo: La entrevista

Como segundo instrumento aplicado se utilizó la guía de preguntas dirigidas a especialistas en la comunicación política y redes sociales, de esta forma se puede contrarrestar la información obtenida mediante la técnica de entrevista. Los resultados se presentan a continuación.

Tabla 2 Análisis de resultados de preguntas estructuradas

Entrevistador: Bryan Gaston Matias Tigero

Entrevistados: MSc. Rebeca Morla – Politóloga y catedrática de ciencias políticas, Universidad Espíritu Santo.

Lcdo. Abraham Paladines – profesional en comunicación con experiencia en relaciones públicas, comunicación interna y gestión de contenidos digitales.

Preguntas	Análisis	Observación
¿Cree usted que es necesario adaptarse a la nueva era digital en los procesos electorales?	Paladines y Morla coinciden en que las campañas políticas se sustentan en la capacidad de los candidatos para generar cercanía con la ciudadanía. Se considera que la comunicación contemporánea, particularmente entre las nuevas generaciones, se desarrolla principalmente a través de las redes sociales; resulta indispensable que la actividad política se incorpore de manera estratégica en estos entornos digitales.	Según Gomezcoello et al. (2021), el uso de TikTok como una herramienta relevante dentro de la política, para obtener un mayor alcance en los jóvenes, tomando como ejes cruciales a las elecciones presidenciales del Ecuador.
¿Cómo influyen las deepfakes en la opinión de los ciudadanos durante las elecciones presidenciales?	Morla enfatiza que las redes desempeñan un papel fundamental en la construcción de percepciones dentro del electorado. No obstante, destaca que la decisión de voto no se determina únicamente por la apreciación de un contenido en plataformas como TikTok, sino que dichos materiales constituyen uno de los múltiples elementos que contribuyen al conocimiento general que la ciudadanía desarrolla sobre el candidato y sus propuestas.	Según Muñoz (2021), comenta que a través de los perfiles y su contenido influye en otros aspectos más superficiales como la empatía, una estrategia que busca encantar al electorado con el sistema político de partidos y tomar postura.
¿Qué factores cree usted que determinan el criterio de un joven para votar en elecciones políticas?	Los especialistas mencionan que, en la actualidad, las generaciones más jóvenes manifiestan una marcada apatía hacia la política y hacia los candidatos. En consecuencia, la participación electoral en este grupo etario responde, en mayor medida, a la obligación de votos establecida en Ecuador. Si la calidad de nuestro político no mejora, si la ciudadanía no se siente representada por los actores políticos, difícilmente lograremos que un joven se interese en formar un criterio sobre la política y su poder ciudadano a elegir.	Según Ayala (2011), nos habla sobre las realidades que vive el Ecuador; no refleja ese constructor de ideal social, sino más bien, una realidad para los jóvenes que poseen pocas oportunidades sociales.

Análisis:

Durante el periodo de campañas electorales para la presidencia de Ecuador, los candidatos Luisa González y Daniel Noboa fueron el blanco directo de deepfakes que de cualquier manera buscaban afectar su imagen y sobre todo generar desconfianza en la ciudadanía. Por la parte de González, se difundieron videos donde se atribuían promesas de subsidios y expresiones que involucraban a su binomio presidencial, lo que de tal manera se buscaba mal interpretar la percepción pública, por otro lado, Noboa enfrente diversos videos y audios que principalmente lo vinculaban con supuestos escándalos de corrupción y violencia, que fueron un contexto mediático por la inseguridad en el país, contenido que fue difundido

principalmente a través de redes sociales como X, Facebook, TikTok, alcanzando gran visibilidad y aumento el riesgo de desinformación, debido a la implementación de la inteligencia artificial permitió crear material difícil identificar de la realidad, afectando la verificación por parte de la ciudadanía.

Discusión de resultados

A partir de los resultados obtenidos en la encuesta, se establece que la comunicación política difundida a través de la red social TikTok, observada por los jóvenes de entre 18 a 29 años del barrio Kennedy del cantón La Libertad, carece de una estructura comunicacional sólida que permita inducir de manera significativa en la construcción de la confianza informativa en la opinión pública o en la intención de voto durante las elecciones presidenciales del año 2025. Estos hallazgos evidencian que, si bien los jóvenes consumen contenidos políticos en esta plataforma, dicho material no posee las características necesarias para influir de forma determinante en sus decisiones electorales, lo que sugiere una relación limitada entre la exposición a contenidos políticos en TikTok y la conducta electoral juvenil.

A continuación, se detalla la validez de los resultados obtenidos mediante la aplicación de diversos instrumentos de recolección de datos, tales como el análisis de contenido, las encuestas y las entrevistas. Estos métodos permitieron evidenciar que el contenido político difundido en TikTok de los candidatos a la presidencia de Luisa González y Daniel Noboa, así como los videos manipulados o deepfakes que circularon durante la campaña electoral presidencial de 2025, no ejercieron una influencia significativa en la conformación de la opinión pública. Sin embargo, dichos materiales sí produjeron efectos momentáneos en la percepción de los usuarios, al provocar reacciones emocionales, controversias y debates efímeros que aumentan la visibilidad mediática de los candidatos dentro de la plataforma.

Con relación a la pregunta 5 de la encuesta, ¿cree que distinguir visualmente los deepfakes es cada vez más complicado? Se obtuvieron los siguientes resultados: 40% de acuerdo y un 25% totalmente de acuerdo considera que los deepfakes afectan la opinión pública, un 25% toma una posición neutral; en un contraste, solo un 10%, perteneciente al 5% en desacuerdo y 5% totalmente en desacuerdo, llegando a la interpretación de que para ellos no influye en la opinión de la ciudadanía.

En la pregunta 6 de la encuesta ¿ha visto videos en TikTok que busquen favorecer o perjudicar la imagen de candidatos o partidos políticos? Los resultados muestran que un 63 % de los jóvenes encuestados, pertenecientes al 38% de acuerdo y 25% totalmente de acuerdo, ha evidenciado en la plataforma TikTok videos con la intención de favorecer o perjudicar la imagen de los políticos; un 22% muestra una posición neutral, lo que podría identificar y distinguir información auténtica de la falsa, 15% indicó tanto 5% totalmente en desacuerdo y un 10% en desacuerdo, que no percibe este tipo de contenidos.

Pregunta 5 ¿Considera que los deepfakes políticos afectan la opinión pública? Las redes sociales generan diversos tipos de contenidos a través de los cuales se difunde todo tipo de información que puede generar discrepancia en el pensar de las personas. Morla menciona que la opinión pública se puede ver afectada según la manera en cómo se llegue a interpretar la información de ciertos casos. Esto puede generar rechazo o confusión debido a la manipulación de contenido audiovisual falso; especialmente, el contenido consumido no se verá verificado antes de compartirse. Por su parte, Capistran (2020) menciona que, al transcurrir el tiempo, los deepfakes se vuelven más sofisticados y realistas, representando un serio problema para la credibilidad y percepción informativa, afectando la confianza tanto medios de comunicación como de las instituciones políticas.

Basándome en la pregunta 2, ¿cómo influyen las deepfakes en la opinión de los ciudadanos durante las elecciones presidenciales? El impacto que tienen los contenidos manipulados en la percepción pública, reflejando la preocupación de la difusión de material engañoso que solo puede llegar a desinformar a la ciudadanía, perdiendo la confianza y, sobre todo, declaraciones que se lleguen a dar en torno a la política. Paladines enfatiza que las redes sociales son buenas para poder difundir información, pero el votante no sufraga o tiende a darle el voto porque le gustó solamente un video que circuló en TikTok, sino que más bien se suma al conocimiento íntegro sobre el candidato y sus propuestas. Lendvai & Gosztanyi (2024) señalan que las deepfakes engañan completamente a los usuarios de las diversas plataformas y redes sociales, poniendo en riesgo la credibilidad, viéndose también afectada la privacidad, seguridad de los ciudadanos; incluso se requiere tomar medidas que regulen la alfabetización mediática y herramientas tecnológicas que lleguen a reducir el verdadero impacto hacia la democracia.

5. CONCLUSIONES

Los resultados evidencian que la difusión de los deepfakes afectó significativamente la confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad durante la segunda vuelta presidencial del 2025. Una parte importante de los encuestados manifestó desconfianza hacia el contenido político o digital y percibirlo como manipulación y difícil de verificar.

TikTok se consolidó como una de las principales plataformas en los jóvenes; sin embargo, su formato breve y algoritmo favorecen la publicación de contenidos falsos o alterados. Este entorno facilita la exposición y contacto constante de deepfakes, lo cual debilita los criterios de evaluación crítica de la información política en las plataformas digitales.

La presente investigación permitió detectar que la mayoría de jóvenes encuestados no realizan procesos sistemáticos de verificación de fuentes antes de compartir información; esta práctica aumenta su vulnerabilidad ante la desinformación y refuerza percepciones erróneas sobre los actores políticos.

Se constató que existe un bajo nivel de alfabetización mediática y digital en la población joven del cantón La Libertad, lo cual impide distinguir entre contenidos auténticos y manipulados; la ausencia de una información crítica sobre los medios digitales amplifica los efectos de los deepfakes en los procesos electorales.

También se pudo constatar la desconfianza generada por la exposición a deepfakes, y esta también afecta la percepción de credibilidad de las instituciones, candidatos y medios de comunicación, generando apatía política y desinterés en la participación electoral.

6. RECOMENDACIONES

Las instituciones educativas y los organismos electores deben implementar talleres y campañas de formación para que los jóvenes puedan reconocer los deepfakes, la verificación de fuentes y el uso crítico de las redes sociales.

Los organismos públicos y partidos políticos deben reforzar sus canales oficiales en plataformas digitales, comunicando de forma clara y oportuna y verificable para contrarrestar los efectos de la desinformación y disfraces políticos.

Se recomienda establecer alianzas en la universidad, sacar a observadores locales de difusión, guion sobre los diferentes durante los procesos electorales.

Se sugiere ampliar este estudio con una muestra más representativa y enfoques comparativos entre diferentes grupos etarios o localidades para comprender mejor el impacto de los deepfakes en distintos contextos sociales.

REFERENCIAS

Aguiar Mariño, N., & Medranda Morales, N. (2018). *Comunicación, desarrollo y política* [Serie Estudios de la Comunicación]. Editorial Abya-Yala.

<https://doi.org/10.7476/9789978104989>

Álvarez Canchignia, K. J., & Aymacaña Moreno, J. M. (2022). *Campañas políticas y redes sociales: Análisis comparativo del manejo de las redes sociales Twitter, Instagram y TikTok de Andrés Arauz y Guillermo Lasso en las elecciones presidenciales Ecuador 2021* [Trabajo de titulación, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio Institucional UCE.

<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/25782>

Álvarez, D., Tamayo Hinojosa, R. D., & Robles Zambrano, G. K. (2025). Influencia de la manipulación informativa en la democracia y la opinión pública. *Revista Metropolitana De Ciencias Aplicadas*, 8(3), 224-231. <https://doi.org/10.62452/xk4qjr52>

Arias Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (6.^a ed.). Editorial Episteme. <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>

Asamblea Nacional del Ecuador. (2019). *Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Comunicación* (Suplemento Registro Oficial N° 432, 20 de febrero de 2019). Registro Oficial. <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/11/lotaip/LEY%20ORG%C3%81NICA%20REFORMATORIA%20A%20LA%20LEY%20ORG%C3%81NICA%20DE%20COMUNICACI%C3%93N.pdf>

Bayas Zambrano, J. S., & Tumbaco Talledo, A. J. (2023). *Realización de un experimento social en la ciudad de Guayaquil acerca del uso del deepfake*. [Proyecto

integrador, Escuela Superior Politécnica del Litoral]. Repositorio Institucional ESPOL.

<https://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/66083/T-115350%20ARTE-460%20BAYAS-TUMBACO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Benavides Vásquez, W. (2023). *Ecuador: la incidencia de TikTok y fake news en los procesos electorales comprendidos entre el período 2021-2023*. Revista Especializada Justicia Electoral y Democracia, (7). <https://revista.tce.gob.ec/index.php/rjed/article/view/67>

Beramendi, M., Delfino, G., & Zubieta, E. (2016). *Confianza institucional y social: Una relación insoslayable*. *Acta de Investigación Psicológica*, 6(1), 2286-2301.

[https://doi.org/10.1016/S2007-4719\(16\)30050-3](https://doi.org/10.1016/S2007-4719(16)30050-3)

Briones, M. (2023). Influencia de los medios de comunicación digitales en los jóvenes de la ciudad de Machala. Caso joven de 18 a 20 años de la Parroquia Puerto Bolívar. [Tesis de grado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. *Repositorio Digital UCSG*.

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/20291>

Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J. R., & Donado Campos, J. (2003). *La encuesta como técnica de investigación: elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. *Atención Primaria*, 31(8), 527-538. Recuperado de

<http://www.unidaddocentemfyclaspalmas.org.es/resources/9+Aten+Primaria+2003.+La+Encuesta+I.+Cuestionario+y+Estadistica.pdf>

Consejo de Comunicación. (s. f.). *Consejo de Comunicación – Libertad de expresión y derechos*. <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/>

Creswell, J. W. (2021). *A concise introduction to mixed methods research* (2.^a ed.). SAGE Publications. [Sage College Publishing](https://www.sagepub.com/)

Cruz Meléndez, C. (2025). La manipulación de la evidencia de políticas públicas con la Inteligencia Artificial Generativa: los riesgos de los deepfakes. *Universitas*, (43), pp. 15-36.

<https://doi.org/10.17163/uni.n43.2025.01>

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167. <https://doi.org/10.7476/>

Durán, M. B., & Tusa, F. (2019). La era de la desinformación y de las noticias falsas en el ambiente político ecuatoriano de transición: Un análisis de caso. *#PerDebate*, 3(1), 18-41. <https://doi.org/10.18272/pd.v3i1.1550>

Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador* (Actualización enero 2021). https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Ferreras Rodríguez, E. M., & Sancho Belinchón, C. (2025). *Propuestas de alfabetización mediática desde el fact checking profesional en Latinoamérica*. *Revista de Comunicación*, 24(1), 205-228. <https://doi.org/10.26441/RC24.1-2025-3777>

García, J., Zambrano, N., Sánchez, A (2020). Investigación cualitativa y saberes ancestrales. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 2, (4). <https://editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/download/8/49?inline=1>

García, R. (2023). *El caballo de Troya que amenaza la democracia europea*. *JEF España*. <https://www.jefspain.org/actualidad/el-caballo-de-troya-que-amenaza-la-democracia-europea>

González Veja, A. M. del C., Molina Sánchez, R., López Salazar, A., & López Salazar, G. L. (2022). *La entrevista cualitativa como técnica de investigación en el estudio de las*

organizaciones. *New Trends in Qualitative Research*, 14, e571.

<https://doi.org/10.36367/ntqr.14.2022.e571>

Hernández Sampieri, R. (s.f.). CAPITULO III, metodología de la investigación.[PDF]

Recuperado de <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0095394/cap03.pdf>

Hernández, C. E., & Carpio, N. (2019). *Introducción a los tipos de muestreo*. *Revista Científica del Instituto Nacional de Salud*, 7(6), 123-136.

<https://www.redalyc.org/pdf/7622/762279683009.pdf>

Kerlinger, F. N. (1979). *Investigación del comportamiento* (4.ª ed.) McGraw-Hill Interamericana. <https://padron.entretemas.com.ve/INICC2018-2/lecturas/u2/kerlinger-investigacion.pdf>

Klein, R., Fletcher, R. (2024). *Perspectivas del público sobre la confianza en las noticias: Digital News Report 2024*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024/perspectivas-del-publico-sobre-la-confianza-en-las-noticias>

Lendvai, G. F., & Gosztonyi, G. (2024). *Deepfake y desinformación – ¿Qué puede hacer el derecho frente a las noticias falsas creadas por deepfake? IDP*. *Revista de Internet, Derecho y Política*, (41). Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

<https://raco.cat/index.php/IDP/article/view/n41-lendvai>

López González, H., Sosa, L., Sánchez, L., & Faure Carvallo, A. (2023). *Educación mediática e informacional y pensamiento crítico: Una revisión sistemática*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 399-423. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1939>

Melo, M. F. (2024). *¿Dónde es mayor y menor la confianza en las noticias? Statista*. <https://es.statista.com/grafico/30085/encuestados-que-confian-en-la-mayoria-de-las-noticias-la-mayor-parte-del-tiempo>

Moreno Morán, D. X. (2025). La Comunicación Política en Redes Sociales y su Impacto en la Campaña Electoral de los Candidatos a la Presidencia de la República del Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(6), 6747-6758.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.15361

Naciones Unidas. (s.f.). *Declaración Universal de Derechos Humanos*. Naciones Unidas
<https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

Noriega, A. (2020). *Confianza institucional en América Latina: un análisis comparado*. Documento de trabajo No. 34/2020, (2ª época). Fundación Carolina.
https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2020/05/DT_FC_34.pdf

Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. (1966). *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos*. Naciones Unidas.
<https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-rights>

Olivera Pérez, D., & Marrero Santana, L. (2025). *Predictores de la confianza en los medios nativos digitales: estudio del proyecto independiente cubano Periodismo de Barrio*. *Revista de Comunicación*, 24(1).
<https://doi.org/10.26441/RC24.1-2025-3765>

Orbegozo Terradillos, J., Larrondo Ureta, A., & Morales i Gras, J. (2024). TikTok y comunicación política: pautas de interacción e índice de engagement de candidatos y partidos en una campaña electoral. *Revista Latina De Comunicación Social*, (83), 1–22.
<https://doi.org/10.4185/rlcs-2025-2323>

Ortiz Mas, I. (2017). *Efectos emocionales del sensacionalismo en los receptores de la información* [Trabajo de fin de grado, Universidad Miguel Hernández de Elche]. Repositorio DSpace UMH. https://dspace.umh.es/bitstream/11000/6511/1/TFG_ORTIZ_MAS_IRENE.pdf

Pawelec, M. (2024). *Deepfake: Análisis de sus implicancias tecnológicas y jurídicas en la era de la Inteligencia Artificial*. *Derecho global. Estudios sobre derecho y justicia*, 9(27), 359-387. <https://doi.org/10.32870/dgedj.v9i27.754>

Polo, Miguel. (2019). *La responsabilidad ética*. *Veritas*, (42), 49-72. <https://doi.org/10.4067/S0718-92732019000100049>

Quijije Anchundia, P. J. (2021). *Metodología para desarrollar la competencia didáctica profesional en los docentes universitarios*. *Luz*, 20(1). Universidad de Holguín Oscar Lucero Moya. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=589169025009>

Ramos Zaga, F. (2024). *Deepfake: Análisis de sus implicancias tecnológicas y jurídicas en la era de la Inteligencia Artificial*. *Derecho global. Estudios sobre derecho y justicia*, 9(27). <https://doi.org/10.32870/dgedj.v9i27.754>

Rendón Macías, M. E., & Villasís Keever, M. Á. (2017). *El protocolo de investigación V: el cálculo del tamaño de la muestra*. *Revista Alergia México*, 64(2), 220-227. <https://doi.org/10.29262/ram.v64i2.267>

Rodríguez Virgili, J., Sierra, A., & Serrano Puche, J. (2023). Roles profesionales y funciones del periodismo: expectativas y confianza de los españoles. *Vivat Academia. Revista de comunicación*, 156, 24-46. <https://doi.org/10.15178/va.2023.156.e1470>.

Rodríguez, F. (2011). *La imparcialidad en John Rawls y Thomas Nagel*. *El Catoblepas*, (117), 7. <https://www.nodulo.org/ec/2011/n117p07.htm>

Salaverría, R., Bachmann, I., & Magallón Rosa, R. (2024). Desinformación y confianza en los medios: propuestas de actuación. *index. Comunicación*, 14(2), 13–32. <https://doi.org/10.62008/ixc/14/02Yconfi>

Salcedo Pinela, A. V. (2024). El papel de la alfabetización mediática en la verificación de noticias virales: Revisión sistemática de la literatura entre 2020 -2024. *Ciencia Latina*

Revista Científica Multidisciplinar, 8(5), 10088-10100.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.14399

Sedamano Jaramillo, M. A. (2025). *Descontextualización informativa en la percepción de la credibilidad de la plataforma Facebook* [Proyecto de investigación, Carrera de Comunicación, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Repositorio Institucional UPSE.

<https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/41cd1fe4-0d46-45e0-ba6b-409e7a9f2227/content>

Serrano Puche, J., Rodríguez Salcedo, N., & Martínez Costa, M. P. (2023). Trust, disinformation, and digital media: Perceptions and expectations about news in a polarized environment. *Profesional De La información*, 32(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.18>

Suárez Poveda, J. F., Vallejo Cepeda, J., & Del Campo Saltos, G. (2025). Impacto de los medios digitales en la construcción de la opinión pública en Ecuador: Impact of digital media on the construction of public opinion in the Ecuador. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 6(1), 1733 – 1748. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3448>

Unión Europea. (2007). *Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea*. https://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_es.pdf

Valverde Berrocoso, J., González Fernández, A., & Acevedo Borrega, J. (2022). *Una revisión sistemática de la literatura*. *Comunicar*, 70, 97-110. <https://doi.org/10.3916/C70-2022-08>

Vizcaíno Zúñiga, P. I., Cedeño Cedeño, R. J., & Maldonado Palacios, I. A. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723-9762. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658

Gomezcoello, J., Asanza, J., & Ávila Carranza. I. (2021). TikTok en la comunicación política: Cos elecciones del Ecuador 2021. En Á. Torres Toukoumidis, A. De Santis & D. Vintimilla León (Eds.), Tiktok: más allá de la hipermedialidad (pp. 75 - 96). Editorial Abya-Yala. <https://doi.org/10.7476/9789978106815.0005>

Ayala, P. (2011). Jóvenes y política: una revisión de estudios de Latinoamérica. Observatorio (OBS*),12(1), 169–182. <https://doi.org/10.15847/obsOBS1212012018124>

Bañuelos Capistrán, J. (2020). Deepfake: la imagen en tiempos de la posverdad. Revista Panamericana de Comunicación, 2(1), 51-61. <https://doi.org/10.21555/rpc.v0i1.2315>

Lendvai, G. F., & Gosztonyi, G. (2024) Impacto de los deepfakes en la confianza pública y la credibilidad de los medios de comunicación: una revisión sistemática. Arandu UTIC, 12(3), 2098-2112. <https://doi.org/10.69639/arandu.v12i3.144>

Instrumento y técnicas de recopilación de datos

TÍTULO

DEEPFAKES POLÍTICOS EN TIKTOK Y SU INFLUENCIA EN LA CONFIANZA INFORMATIVA DE LOS JÓVENES DEL CANTÓN LA LIBERTAD DURANTE LA SEGUNDA VUELTA PRESIDENCIAL, 2025

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La presente investigación se centra en el uso de la inteligencia artificial va desde modificar imágenes y videos, distorsionando comportamientos y discurso entre candidatos a la presidencia como lo fueron Luisa González y Daniel Noboa. Durante las elecciones de (2025), se evidenciaron acciones, atribuidas por inteligencia artificial, donde se ha generado una nueva modalidad de desinformación en los procesos de elección política, ocasionando desconfianza ciudadana, llegando a afectar el sistema democrático.

Por la descripción antes mencionada se plantea la siguiente interrogante:

¿Cómo influyen los deepfakes políticos difundidos en TikTok en la confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad durante la segunda vuelta presidencial de 2025?

DEFINICIÓN DE VARIABLES

Deepfakes políticos en TikTok

Según Farenc & Gosztonyi (2024), los deepfakes y la desinformación se estructuran en tres partes principales; en primer lugar, se analiza la base teórica con argumentos válidos; por lo siguiente, se examina la relación entre contenidos manipulados e información falsa; finalmente, se presenta una visión general sobre el contenido o material relacionado con la desinformación. Por lo tanto, es crucial clasificar y verificar con precaución el contenido para garantizar que la información se difunda de manera precisa y directa sin ningún problema, contribuyendo a que

la ciudadanía comprenda hechos y desarrolle un mejor enfoque crítico frente a noticias falsas que circulan.

Confianza informativa

Desde el punto de vista de Kleis & Fletcher (2024), menciona que “la confianza del público no es lo mismo que la confiabilidad. A veces, la gente confía en personas e instituciones que, de hecho, no son dignas de confianza”. Al contribuir con procesos confiables y éticos, priorizando la calidad por encima de la velocidad.

OBJETIVO GENERAL

Analizar la influencia de los deepfakes difundidos en TikTok sobre la confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad durante la segunda vuelta presidencial de 2025.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los tipos de deepfakes políticos presentes en TikTok durante el proceso electoral de la segunda vuelta presidencial del 2025.
- Examinar el grado de confianza informativa que los jóvenes del cantón La Libertad otorgan al contenido político durante la segunda vuelta presidencial 2025.
- Evaluar los efectos de los deepfakes políticos en la percepción de veracidad y la confianza informativa de los jóvenes durante la segunda vuelta presidencial de 2025.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable(s)	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica	Instrumentos
Deepfakes políticos en TikTok	Los deepfakes representan una amenaza directa a la percepción de la verdad en los entornos digitales. Como los avances de la inteligencia artificial, permitiendo crear contenidos audiovisuales con un nivel de realismo que desdibuja los límites entre lo verdadero y lo falso. Alzaga (2025)	D1. Naturaleza de contenidos de deepfakes. D2. Intensión política. D3. Capacidad de detección. D4. Dimensión política comunicacional.	I1. Nivel de realismo percibido I2. Orientación ideológica del contenido manipulado I.3. tiempo promedio de la plataforma I.4. fuente de datos. I.5. Credibilidad	¿Qué tan realistas cree que son los vídeos alterados con inteligencia artificial que ha visualizado en la plataforma TikTok? ¿Cree que distinguir visualmente los deepfakes es cada vez más complicado? ¿Ha visto vídeos en TikTok que busquen favorecer o perjudicar la imagen de candidatos o partidos políticos? ¿Considera que los deepfakes políticos afectan la opinión pública? ¿Considera que la información que encuentra en TikTok es confiable y suele verificarla en otras fuentes?	Encuesta	Escala de Likert (Escala de calidad)
Confianza Informativa	La confianza informativa depende de varios factores: la fiabilidad de las instituciones que manejan la información, la transparencia y de que	D1. Percepción de veracidad. D2. Alfabetización mediática	I.1. Nivel de credibilidad asignado a videos político I.2. Uso de herramientas o	¿Los videos que circulan en la plataforma TikTok resultan confiables? ¿Conoce alguna técnica o estrategia para identificar información falsa o videos alterados con inteligencia artificial?	Entrevista	Guía de preguntas

	<p>los documentos digitales sean auténticos y verificables. Voutssás (1973)</p>	<p>D3. Confianza institucional</p> <p>D4. Ética y responsabilidad editorial.</p>	<p>estrategias de detención.</p> <p>I.3. confianza en medios de plataformas</p> <p>I.4. presencia de políticas y etiquetas de IA</p>	<p>¿Con qué frecuencia visualizo si un video político no ha sido manipulado por inteligencia artificial antes de compartirlo?</p> <p>¿Cree que las diversas plataformas digitales muestran transparencia en la gestión de información falsa o alterada?</p> <p>¿Cree usted que es necesario adaptarse a la nueva era digital en los procesos electorales?</p> <p>¿Cómo influyen las deepfakes en la opinión de los ciudadanos durante las elecciones presidenciales?</p> <p>¿Considera usted que el contenido político publicado en TikTok puede influir en la intención de voto de los ciudadanos?</p>		
--	---	--	--	---	--	--

INSTRUMENTO

Técnica: Instrumento

Instrumento: Escala de Likert (Escala de Calidad)

Tema: Deepfakes políticos en TikTok y su influencia en la confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad durante la segunda vuelta presidencial, 2025

Objetivo General: Analizar la influencia del uso de deepfakes político en TikTok, como plataforma de desinformación digital en los hábitos de confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad.

Escala: Escala de calidad

Variable independiente: deepfakes polito en tiktok		1	2	3	4
1	¿Qué tan realistas cree que son los vídeos alterados con inteligencia artificial que ha visualizado en la plataforma TikTok?				
2	¿Cree que distinguir visualmente los deepfakes es cada vez más complicado?				
3	¿Ha visto vídeos en TikTok que busquen favorecer o perjudicar la imagen de candidatos o partidos políticos?				
4	¿Considera que los deepfakes políticos afectan la opinión pública?				
Variable dependiente: Confianza informativa					
8	¿Los videos que circulan en la plataforma TikTok resultan confiables?				
9	¿Conoce alguna técnica o estrategia para identificar información falsa o videos alterados con inteligencia artificial?				
10	¿con qué frecuencia visualizo si un video político no ha sido manipulado por inteligencia artificial antes de compartirlo?				
11	¿Cree que las diversas plataformas digitales muestran transparencia en la gestión de información falsa o alterada?				



Lcdo. Marlon Ramírez Rodríguez, Mgtr.

Juez Experto
C.I: 0925722233

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		Deepfakes políticos en TikTok y su influencia en la confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad durante la segunda vuelta presidencial, 2025																
AUTOR:		Matias Tigrero Bryan Gaston																
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 desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN INDICADOR		INDICADOR E ÍTEMS		ÍTEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA			
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
DEEPFAKES POLÍTICOS EN TIKTOK	Naturaleza de contenidos de deepfakes	Nivel de realismo	¿Qué tan realistas cree que son los vídeos alterados con inteligencia artificial que ha visualizado en la plataforma TikTok?															
		Orientación ideológica del contenido manipulado	¿Cree que distinguir visualmente los deepfakes es cada vez más complicado?															
	Intensión política	Tiempo promedio de respuesta de la plataforma	¿Ha visto vídeos en TikTok que busquen favorecer o perjudicar la imagen de candidatos o partidos políticos?															
	Capacidad de detección	Fuentes de datos	¿Considera que los deepfakes políticos afectan la opinión pública?															
CONFIANZA INFORMATIVA	Percepción de veracidad	Nivel de credibilidad asignado a videos políticos	¿Los videos que circulan en la plataforma TikTok resultan confiables?															

		Uso de herramienta o estrategias de detención	¿Conoce alguna técnica o estrategia para identificar información falsa o videos alterados con inteligencia artificial?															
	Alfabetización mediática	Confianza en medios y plataformas	¿Con qué frecuencia visualizo si un video político no ha sido manipulado por inteligencia artificial antes de compartirlo?															
	Confianza institucional																	
	Ética y responsabilidad editorial	Ética y responsabilidad editorial	¿Cree que las diversas plataformas digitales muestran transparencia en la gestión de información falsa o alterada??															



La Libertad 19 de mayo del 2025

Lcdo. Marlon Ramírez Rodríguez, Mgtr.
 Juez Experto
 C.I: 0925722233

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – deepfakes político en TikTok

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES	
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100					
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96		
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100		
1.	Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				X	
2.	Objetividad	Expresa conductas observables																				X	
3.	Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				X	
4.	Organización	Organización lógica entre sus ítems																				X	
5.	Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				X	
6.	Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				X	
7.	Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																				X	
8.	Coherencia	Relación en variables e indicadores																				X	
9.	Metodología	Adecuada y responde a la investigación																				X	

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.

Calificación: 97

La Libertad 30 de octubre del 2025



Lcdo. Marlon Ramírez Rodríguez, Mgtr.
Juez Experto
C.I: 0925722233

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – confianza informativa

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 – 100				
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
10. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				X	
11. Objetividad	Expresa conductas observables																				X	
12. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				X	
13. Organización	Organización lógica entre sus ítems																				X	
14. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				X	
15. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				X	
16. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																				X	
17. Coherencia	Relación en variables e indicadores																				X	
18. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																				X	

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.

Calificación: 97

La Libertad 30 de octubre del 2025



Lcdo. Marlon Ramírez Rodríguez, Mgtr.
Juez Experto
C.I: 0925722233

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Matias Tigero Bryan Gaston		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Deepfakes políticos en TikTok y su influencia en la confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad durante la segunda vuelta presidencial, 2025		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Escala de Likert (Escala de Calidad)	
Objetivo:	Analizar la influencia del uso de deepfakes político en TikTok, como plataforma de desinformación digital en los hábitos de confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad.	
Dirigido a:	La población joven de entre 18 a 29 años del barrio Kennedy del cantón La Libertad	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Marlon Iván Ramírez Rodríguez	
Documento de identidad:	0925722233	
Grado académico:	Magíster	
Especialidad:	Medios de comunicación, redes sociales, marketing digital.	
Experiencia profesional (años): 14 años		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable : x	Aplicable después de	No aplicable
	Corregir	
Sugerencia:		

La Libertad 30 de octubre del 2025



Lcdo. Marlon Ramírez Rodríguez, Mgtr.
 Juez Experto
 C.I: 0925722233

INSTRUMENTO – Variable Independiente

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: Deepfakes políticos en TikTok y su influencia en la confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad durante la segunda vuelta presidencial, 2025

Objetivo: Analizar la influencia del uso de deepfakes político en TikTok, como plataforma de desinformación digital en los hábitos de confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad.

Entrevistado: Abraham Paladines

Cargo: Certified Digital Marketing Specialist

Especialidad: Profesional en comunicación con experiencia en relaciones públicas, comunicación interna y gestión de contenidos digitales.

Entrevistador: Matias Tigrero Bryan Gaston

Entrevistado: Rebeca Morla

Cargo: Docente Universitario

Especialidad: Politóloga y catedrática de ciencias políticas

Entrevistador: Matias Tigrero Bryan Gaston

Variable Independiente	Pregunta	Respuesta única representativa	Análisis Teórico
Deepfakes políticos en TikTok	¿Cree usted que es necesario adaptarse a la nueva era digital en los procesos electorales?	Paladines y Morla coinciden en que las campañas políticas se sustentan en la capacidad de los candidatos para generar cercanía con la ciudadanía. Se considera que la comunicación contemporánea, particularmente entre las nuevas generaciones, se desarrolla principalmente a través de las redes sociales; resulta indispensable que la actividad política se incorpore de manera estratégica en estos entornos digitales.	Según Gomezcoello et al. (2021), el uso de TikTok como una herramienta relevante dentro de la política, para obtener un mayor alcance en los jóvenes, tomando como ejes cruciales a las elecciones presidenciales del Ecuador.
	¿Cómo influyen las deepfakes en opinión de los ciudadanos durante las elecciones presidenciales?	Paladines y Morla coinciden en que las campañas políticas se sustentan en la capacidad de los candidatos para generar cercanía con la ciudadanía. Paladines destaca que la autenticidad, la empatía y la comunicación directa son esenciales para fortalecer la relación entre el candidato y el electorado, ya que permiten construir confianza y credibilidad más allá del discurso tradicional. Por su parte, Morla enfatiza que las redes sociales desempeñan un papel fundamental en la construcción de percepciones dentro del electorado. No obstante, aclara que la decisión de voto no se determina únicamente por la apreciación de	Según Muñoz (2021), comenta que a través de los perfiles y su contenido influye en otros aspectos más superficiales como la empatía, una estrategia que busca encantar al electorado con el sistema político de partidos y tomar postura.

		<p>contenidos en plataformas como TikTok, sino que estos materiales representan solo uno de los múltiples elementos que contribuyen al conocimiento general que la ciudadanía desarrolla sobre el candidato y sus propuestas.</p>	
	<p>¿Qué factores cree usted que determinan el criterio de un joven para votar elecciones políticas?</p>	<p>Los especialistas mencionan que, en la actualidad, las generaciones más jóvenes manifiestan una marcada apatía hacia la política y hacia los candidatos. En consecuencia, la participación electoral en este grupo etario responde, en mayor medida, a la obligación de votos establecida en Ecuador. Si la calidad de nuestro político no mejora, si la ciudadanía no se siente representada por los actores políticos, difícilmente lograremos que un joven se interese en formar un criterio sobre la política y su poder ciudadano a elegir.</p>	<p>Según Ayala (2011), nos habla sobre las realidades que vive el Ecuador; no refleja ese constructor de ideal social, sino más bien, una realidad para los jóvenes que poseen oportunidades sociales.</p>



Lcdo. Marlon Ramírez Rodríguez, Mgtr.
Juez Experto
C.I: 0925722233

INSTRUMENTO – Variable Dependiente

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: Deepfakes políticos en TikTok y su influencia en la confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad durante la segunda vuelta presidencial, 2025

Objetivo: Analizar la influencia del uso de deepfakes político en TikTok, como plataforma de desinformación digital en los hábitos de confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad.

Entrevistado: Eduardo Fabio Henríquez Mendoza.

Cargo:

Especialidad: Politóloga Rebeca Morla, Msc en Comunicación y Marketing político

Entrevistador: Matias Tigrero Bryan Gaston

Variable Dependiente	Pregunta	Respuesta única representativa	Observación del Investigador	Análisis Teórico
Confianza informativa	¿Cree usted que es necesario adaptarse a la nueva era digital en los procesos electorales?	Morla, por su parte, plantea que la comunicación política en la era digital se sustenta en el uso estratégico de las redes sociales como herramientas de posicionamiento, visibilidad y movilización ciudadana. Resalta que las nuevas generaciones ya no consumen información de forma tradicional, sino que buscan interacción, inmediatez y autenticidad. Por tanto, las campañas deben adaptarse a estos comportamientos, utilizando formatos multimedia, mensajes breves y un lenguaje cercano que permita conectar con distintos segmentos del electorado.	Morla resalta la importancia de adaptar la comunicación política a la era digital, utilizando las redes sociales como canales estratégicos para conectar con una ciudadanía más activa y exigente	Según Gomezcoello et al. (2021), el uso de TikTok como una herramienta relevante dentro de la política, para obtener un mayor alcance en los jóvenes, tomando como ejes cruciales a las elecciones presidenciales del Ecuador.
	¿Cómo influyen las deepfakes en opinión de los ciudadanos	Morla enfatiza que las redes desempeñan un papel fundamental en la construcción de percepciones dentro del electorado. No obstante, destaca que la decisión de voto	Se evidencia en el planteamiento de Morla que las redes sociales influyen en la percepción del electorado, aunque no	Según Muñoz (2021), comenta que a través de los perfiles y su contenido influye en

	durante las elecciones presidenciales?	no se determina únicamente por la apreciación de un contenido en plataformas como TikTok, sino que dichos materiales constituyen uno de los múltiples elementos que contribuyen al conocimiento general que la ciudadanía desarrolla sobre el candidato y sus propuestas.	determinan por sí solas el voto, lo que sugiere la necesidad de estrategias políticas más integrales	otros aspectos más superficiales como la empatía, una estrategia que busca encantar al electorado con el sistema político de partidos y tomar postura.
	¿Qué factores cree usted que determinan el criterio de un joven para votar elecciones políticas?	Morla enfatiza la importancia de redefinir la relación entre juventud y política, impulsando espacios participativos en los que los jóvenes puedan expresar sus inquietudes, involucrarse en debates públicos y construir una visión crítica. Además, destaca el papel de la educación cívica y digital como herramienta para fortalecer la conciencia democrática y el poder ciudadano de las nuevas generaciones.	El autor también enfatiza la urgencia de involucrar a los jóvenes en la política, promoviendo espacios de participación y educación cívica que fortalezcan su sentido democrático.	Como plantea (Cárdenas, 2024) el desarrollo del pensamiento crítico radica en fomentar el análisis reflexivo y la discusión crítica de los contenidos. Los recursos seleccionados para la implementación de las actividades en TikTok incluyen tanto elementos visuales como textuales.
	¿Qué son los deepfakes políticos y por qué representan un riesgo en TikTok?	Morgan nos dice que la confianza informativa se ve afectada por la sobreabundancia de información, la falta de verificación y la influencia de algoritmos que priorizan la viralidad sobre la veracidad. Las noticias falsas, los deepfakes y las opiniones disfrazadas de hechos han debilitado la credibilidad de los medios y de las plataformas sociales. Como resultado, los usuarios enfrentan una creciente dificultad para distinguir entre información confiable y manipulada.	Morgan advierte sobre la crisis de confianza informativa generada por la sobreabundancia de contenidos, la falta de verificación y el papel de los algoritmos en la difusión de información falsa	Según Ayala (2011), nos habla sobre las realidades que vive el Ecuador; no refleja ese constructor de ideal social, sino más bien, una realidad para los jóvenes que poseen pocas oportunidades sociales.

	<p>¿Cómo influyen y que medidas pueden tomarse para frenar la difusión de deepfakes políticos en TikTok?</p>	<p>Las redes sociales tienen un papel dual: pueden ser herramientas para democratizar la información o espacios que facilitan la desinformación. Cuando se utilizan responsablemente con mecanismos de verificación y moderación de contenido pueden fortalecer la confianza informativa. Sin embargo, si priorizan el contenido viral o sensacionalista, contribuyen a la desconfianza y a la propagación de noticias falsas que distorsionan la percepción pública.</p>	<p>Finalmente, ambos autores coinciden en que las redes sociales deben gestionarse con responsabilidad, pues pueden servir tanto para fortalecer la democracia y la información veraz como para propagar la desinformación y la apatía ciudadana.</p>	<p>De acuerdo con Mazzoleni (2010), la política se ha transformado en un fenómeno mediático en el que las estrategias digitales desempeñan un papel esencial para conectar con las nuevas generaciones. En este contexto, incorporar la actividad política de manera estratégica en los entornos digitales no solo es recomendable, sino indispensable para mantener la relevancia y legitimidad de los actores públicos en una sociedad cada vez más conectada</p>
--	--	---	---	---



Lcdo. Marlon Ramírez Rodríguez, Mgtr.
Juez Experto
C.I: 0925722233

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		Deepfakes políticos en TikTok y su influencia en la confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad durante la segunda vuelta presidencial, 2025															
AUTOR:		Matias Tigrero Bryan Gaston															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	RELACIÓN ENTRE:								
									VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ÍTEMS		ÍTEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO								
DEEPPFAKES POLÍTICOS EN TIKTOK	Naturaleza de contenido de deepfakes	Nivel de realismo percibido	¿Qué tan realistas cree que son los vídeos alterados con inteligencia artificial que ha visualizado en la plataforma TikTok?						X		X		X		X		
		Orientación ideológica del contenido	¿Cree que distinguir visualmente los deepfakes es cada vez más complicado?						X		X		X		X		
	Intención política	Tiempo promedio de respuesta en la plataforma	¿Ha visto vídeos en TikTok que busquen favorecer o perjudicar la imagen de candidatos o partidos políticos?						X		X		X		X		
		Fuente de datos	¿Considera que los deepfakes políticos afectan la opinión pública?						X		X		X		X		
CONFIANZA INFO		Nivel de credibilidad	¿Los videos que circulan						X		X		X		X		

	Percepción de veracidad	asignados a videos políticos	en la plataforma TikTok resultan confiables?															
		Uso de herramientas o estrategias de detección	¿Conoce alguna técnica o estrategia para identificar información falsa o videos alterados con inteligencia artificial?						X	X	X	X						
	Alfabetización mediática	Confianza en medios y plataformas	¿Por qué el desarrollo crítico de las personas se podría ver afectado al informarse por TikTok?						X	X	X	X						
		Presencia de políticos y etiquetas de IA	¿Con qué frecuencia visualizo si un video político no ha sido manipulado por inteligencia artificial antes de compartirlo?						X	X	X	X						
		Confianza institucional	Percepción social	¿Cree que las diversas plataformas digitales muestran transparencia en la gestión de información falsa o alterada?						X	X	X	X					
	Percepción visual																	

La Libertad 30 de octubre del 2025



Lcdo. Marlon Ramirez Rodríguez, Mgtr.
 Juez Experto
 C.I: 0925722233

26. Coherencia	Relación en variables e indicadores																			X
27. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																			X

x

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.

Calificación: 97

La Libertad 30 de octubre del 2025



Lcdo. Marlon Ramírez Rodríguez, Mgtr.
 Juez Experto
 C.I: 0925722233

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

La

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Matias Tigero Bryan Gaston		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Deepfakes políticos en TikTok y su influencia en la confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad durante la segunda vuelta presidencial, 2025		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Entrevista – Guía de Preguntas	
Objetivo:	Analizar la influencia del uso de deepfakes político en TikTok, como plataforma de desinformación digital en los hábitos de confianza informativa de los jóvenes del cantón La Libertad.	
Dirigido a:	Periodistas del medio de comunicación y una politóloga.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Marlon Iván Ramírez Rodríguez	
Documento de identidad:	0925722233	
Grado académico:	Magíster	
Especialidad:	Medios de comunicación, redes sociales, marketing digital.	
Experiencia profesional (años): 14 años		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable: x	Aplicable después de Corregir	No aplicable
Sugerencia:		

Libertad 30 de octubre del 2025



Lcdo. Marlon Ramírez Rodríguez, Mgtr.
Juez Experto
C.I.: 0925722233

ANEXOS

Árbol de problema

EFECTOS

PROBLEMA PRINCIPAL

CAUSAS



Perdida de confidencialidad de los medios

Polarización social

Daños a la reputación de líderes políticos

Problemas en las instituciones democráticas

El uso del deepfakes en Ecuador representa una amenaza creciente para la comunicación política ya que permite la creación y difusión de contenido falso.

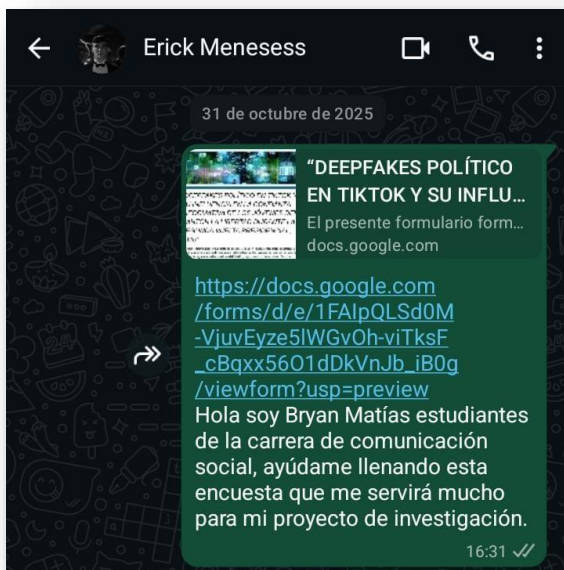
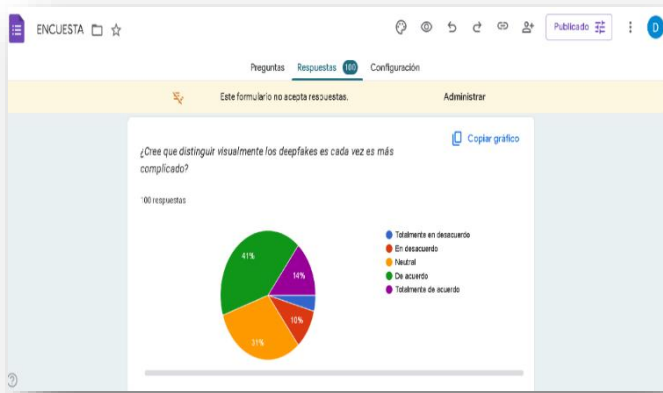
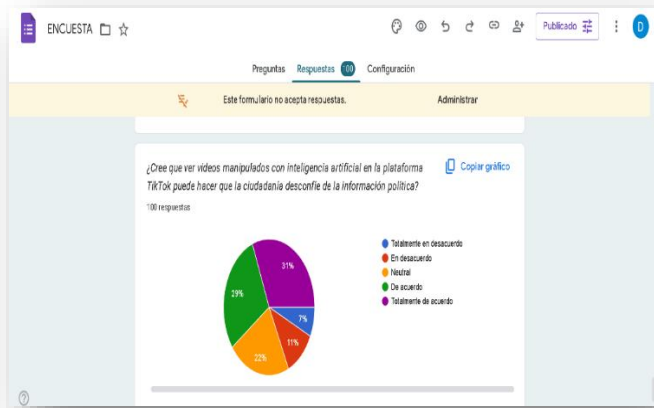
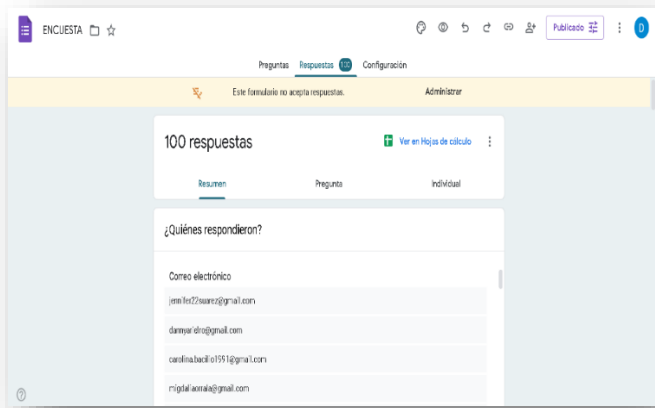
Avances tecnológicos sin regulación

La alfabetización mediática

Impacto en los algoritmos

Usos de tragedias con fines políticos

Archivo fotográfico de encuesta



Archivo fotográfico de entrevista

