



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

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
LAS REDES SOCIALES Y LA PERCEPCIÓN DE FRAGMENTACIÓN
INFORMATIVA EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:

LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN

AUTOR(A):

RODRÍGUEZ AVENDAÑO KAROL DENISSE

TUTORA:

LCDA. MARÍA ISABEL POSLIGUA QUINDE, MSc.

ESPECIALISTA:

ING. MANUEL ANTONIO RODAS PÉREZ, 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

**LAS REDES SOCIALES Y LA PERCEPCIÓN DE FRAGMENTACIÓN
INFORMATIVA EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:

LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN

AUTOR(A):

RPDRÍGUEZ AVENDAÑO KAROL DENISSE

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

SUBLINEA DE INVESTIGACIÓN:

UTILIZACIÓN DE LAS TIC AL DESARROLLO SOCIAL

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	III
ÍNDICE DE TABLAS	V
ÍNDICE DE FIGURAS	VI
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	VII
DEDICATORIA	VIII
AGRADECIMIENTOS	IX
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC	X
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	X
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	XI
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.1. Antecedentes del problema de investigación.	5
1.2. Formulación del problema de investigación.....	7
1.2.1. Preguntas de investigación	7
1.3. Objetivos.	8
1.3.1. Objetivo general.....	8
1.3.2. Objetivos específicos.....	8
1.4. Justificación de la investigación.	8
1.5. Hipótesis.....	10
1.6. Variables.....	10
1.6.1 Redes Sociales	10
1.6.2 Fragmentación Informativa	11
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	12
2.1. Conocimiento actual	12
2.2. Fundamentación teórica	15
2.3. Fundamentación Conceptual	16
2.3.1. Interactividad Digital.....	16
2.3.2 Algoritmos de personalización.....	17
2.3.3. Conectividad y Alcance	18
2.3.4. Credibilidad de las fuentes.....	18

2.3.5. Consumo informativo en redes	19
2.3.6. Exposición Selectiva	20
2.3.7. Polarización de Contenidos.....	20
2.3.8. Acceso limitado a fuentes diversas.....	21
2.3.9. Sensación de sobreinformación.....	21
2.3.10 Fragmentación Temática	22
2.4. Marco Legal.....	23
2.4.1. LEY ORGANICA DE COMUNICACION (2021).....	23
3. MARCO METODOLÓGICO	26
3.1. Enfoque de investigación (Mixto)	26
3.2. Tipo de investigación	26
3.3. Diseño de investigación	27
3.4. Alcance de la investigación	28
3.5. Matriz de operacionalización.....	29
3.6. Población, muestra y periodo de estudio	31
3.6.1 Tipo de muestreo	31
3.6.2. Tamaño de muestra.....	32
3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información	33
4. Análisis e interpretación de resultados	34
4.1. Análisis de encuesta	34
4.2. Análisis de entrevista	44
5. Discusión	50
5.1. Discusión de resultados: Encuesta.....	50
5.2. Discusión de resultados: Encuesta.....	50
6. Conclusiones	51
7. Recomendaciones	53
8. Referencias.....	54
9. ANEXOS	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de operacionalización de variables.....	29
Tabla 2. Suelo interpretar frecuentemente (comentar, compartir, reaccionar) con contenidos informativos en redes sociales	34
Tabla 3. Noto que las redes sociales que muestran contenidos informativos que coinciden con mis intereses y opiniones previas	35
Tabla 4. Las redes sociales me permiten mantenerme informado/a sobre lo que sucede tanto a nivel local como global.....	36
Tabla 5. Verifico la fuente de una noticia antes de compartirla en redes sociales.....	37
Tabla 6. Verifico la fuente de una noticia antes de compartirla en redes sociales.....	38
Tabla 7. Prefiero informarme a través de redes sociales antes que por otros medios como televisión, radio y prensa.....	39
Tabla 8. En redes sociales, noto que las opiniones están cada vez más divididas entre posturas opuestas	40
Tabla 9. Me cuesta encontrar diferentes puntos de vistas sobre un mismo tema cuando me informo por redes sociales	41
Tabla 10. A veces me siento saturado por la cantidad de información que circula en redes sociales	42
Tabla 11. En redes sociales, la información aparece dispersa y es difícil seguir un mismo tema de profundidad	43
Tabla 12. Entrevista 1	44
Tabla 13. Entrevista 2	44
Tabla 14. Matriz integrada de respuestas y fundamentación teórica sobre redes sociales y la fragmentación informativa.....	45

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Suelo interactuar frecuentemente (comentar, compartir, reaccionar) con contenidos informativos en redes sociales	34
Figura 2. Noto que las redes sociales me muestran contenidos informativos que coinciden con mis intereses y opiniones previas	35
Figura 3. Noto que las redes sociales me muestran contenidos informativos que coinciden con mis intereses y opiniones previas	36
Figura 4. Verifico la fuente de una noticia antes de compartirla en redes sociales	37
Figura 5. Verifico la fuente de una noticia antes de compartirla en redes sociales	38
Figura 6. Prefiero informarme a través de redes sociales antes que por otros medios como televisión, radio y prensa	39
Figura 7. En redes sociales, noto que las opiniones están cada vez más divididas entre posturas opuestas	40
Figura 8. Me cuesta encontrar diferentes puntos de vistas sobre un mismo tema cuando me informo por redes sociales	41
Figura 9. A veces me siento saturado por la cantidad de informacion que circula en redes sociales	42
Figura 10. En redes sociales, la informacion aparece dispersa y es difícil seguir un mismo tema con profundidad.....	43

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **RODRÍGUEZ AVENDAÑO KAROL DENISSE** con C.I. 0943729863, 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: **LAS REDES SOCIALES Y LA PERCEPCIÓN DE FRAGMENTACIÓN INFORMATIVA EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**, corresponde exclusiva responsabilidad de la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 24 de junio, 2025.

Atentamente,

Karol Rodríguez

Rodríguez Avendaño Karol Denisse
C.I. 0943729863

DEDICATORIA

A mi padre Julio Rodríguez, a mi madre Ana Avendaño y a mi hermana mayor Marilyn Rodríguez, porque con su ejemplo me han guiado y con sus enseñanzas sembraron en mí los valores que hoy me definen como persona. Gracias por mostrarme que ser buena persona es el primer paso para llegar hacer una gran profesional. Este logro no solo es mío, también es de ustedes. Con todo mi cariño y mi gratitud.



Rodríguez Avendaño Karol Denisse.

AGRADECIMIENTOS

Le doy gracias a Dios por la paciencia, a mi padre por escucharme cada que necesitaba desahogarme, a mi madre por ayudarme en lo que estaba en sus manos, a mi hermana por ponerme los pies sobre la tierra y alentarme a seguir adelante, a mi cuñado Guillermo Samaniego por brindarme su conocimiento. Agradezco infinitamente a Dave Tomalá por ser un pilar fundamental en mi etapa universitaria, Allison Galdea por todas esas veces que me escucho y me ayudo a seguir. A mi mejor amigo Bryan Del Pezo gracias por estar a mi lado siempre y por ayudarme en esta etapa, a mi tutora Lcda. María Isabel Posligua por la paciencia y los consejos, a la Lcda. Maribel García por su apoyo en el proceso de titulación.

Rodríguez Avendaño Karol Denisse.



Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Gestión Social y Desarrollo

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 23 de **junio** del 2024

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

En su despacho. -

En calidad de tutora asignada por la carrera de Comunicación, informo a usted que la estudiante **Rodríguez Avendaño Karol Denisse** con cédula de identidad No **09437298633**, 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 **“Las redes sociales y la percepción de fragmentación informativa en la provincia de Santa Elena”**.

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 la autora, 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,

Lcda: María Isabel Posligua Quinde MSc.
DOCENTE TUTOR(A)

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

LILIAN
SUSANA
MOLINA
BENAVIDES

Firmado
digitalmente por
LILIAN SUSANA
MOLINA BENAVIDES
Fecha: 2024.04.02
11:14:37 -05'00'



Dra. Lilian Molina Benavides, PhD.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

(Nombre)

**PhD. DIRECTORA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**

(Nombre de la docente)

**DOCENTE GUÍA UIC DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**

Lic. María Isabel Posligua Quinde, MSc
**DOCENTE TUTOR UIC DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**

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

**RODRÍGUEZ AVENDAÑO KAROL DENISSE
ESTUDIANTE**

LAS REDES SOCIALES Y LA PERCEPCIÓN DE FRAGMENTACIÓN INFORMATIVA EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

Rodríguez Avendaño Karol Denisse

<https://orcid.org/0009-0005-6952-2645>

RESUMEN

El estudio titulado las redes sociales y la percepción de fragmentación informativa en la provincia de Santa Elena trata sobre las redes sociales como plataformas que permiten adquirir, compartir y utilizar información en tiempo real. Por otro lado, la fragmentación informativa es la difusión de contenido descontextualizado que realizan los usuarios sin un filtro o una veracidad. El propósito es analizar la relación entre las redes sociales y los hábitos orientados de la gente local en términos de consumo y difusión de fragmentación informativa. La metodología utilizada fue mixta con encuestas por conveniencia a personas que utilizan plataformas como Facebook, TikTok e Instagram y entrevistas semiestructuradas con expertos en comunicación digital para poder analizar las redes sociales y el comportamiento de los usuarios no solo siendo consumidores, sino que productores del contenido difundido. Los resultados dieron a conocer que hay personas las cuales piensan que las redes sociales muestran contenido afín de sus intereses y otras admiten abrumarse por el contenido repetitivo y sin contexto. Esta experiencia limita y descontextualiza el pensamiento crítico de la gente local de la provincia de Santa Elena, se infiere que las redes sociales tienen impacto directo en la fragmentación informativa y se desea proponer estrategias que filtren la información antes de ser consumida o difundida en las plataformas.

Palabras claves: *redes sociales, fragmentación informativa, difusión, desinformación, algoritmos.*

Social networks and the perception of information fragmentation in the province of Santa Elena

ABSTRACT

Social media and the perception of information fragmentation in the provincial of Santa Elena. Social media are platforms that allow people to acquire, air, and use information in real time. Information fragmentation, on the other hand, is the dissemination of decontextualized content by users without fact-checking or verification. The purpose is to analyze the relationship between social media and the trajectory habits of local people in terms of consumption and dissemination of information fragmentation. The methodology used was a mixed one, with convenient sampling of people who use platforms such as Facebook, TikTok and Instagram, and semi-structured interviews with digital communication experts to analyze social media and user behavior as not only online consumers but also products of disseminated content. This experience limits and decontextualizes the critical thinking of local people in the provincial of Santa Elena. It is inferred that social media has a direct impact on information fragmentation, and the aim is to propose strategies to filter information before it is consumed or disseminated on the platforms.

Keywords: *social media, information fragmentation, dissemination, misinformation, algorithms.*

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales han cambiado el comportamiento de las personas para compartir, acceder y utilizar la información. Estas plataformas no solo difunden la comunicación de manera instantánea, también establecen nuevas formas de informar las cuales afectan la opinión pública. La importancia de analizar estas tecnologías afecta la manera en que vemos los hechos, sobre todo en la provincia de Santa Elena, donde las redes sociales se convierten en principales canales de información.

La brevedad de las noticias, la ausencia de revisión editorial y los algoritmos personalizados han facilitado un nuevo afecto llamado fragmentación informativa. Se distingue por la desconexión del relato periodístico, la pérdida de contexto noticioso y el material escogido según los gustos particulares del usuario. Por lo tanto, los individuos podrían creerse informados cuando en realidad reciben datos inconexos, sesgados o confusos.

En Santa Elena, este problema empeora debido a la alta dependencia de las redes sociales como TikTok, Facebook e Instagram para acceder a noticias locales e internacionales. En esta realidad, la necesidad de explorar cómo esta fragmentación de información afecta los hábitos de los consumidores de la población y cómo cambia su percepción de la realidad. Este es un fenómeno socialmente comunicativo complejo que requiere un enfoque integral desde un punto de vista de comunicación digital.

El propósito en este estudio es analizar el uso entre redes sociales y fragmentación informativa de los residentes de la provincia de Santa Elena, haciendo énfasis cómo los fragmentos de conocimiento afectan la capacidad de formar opiniones críticas y coordinadas con la realidad social.

Se utilizó un método de investigación mixto para lograr los objetivos propuestos que integraron métodos cuantitativos (encuestas) y cualitativos (entrevistas semiestructuradas). Esta combinación hizo posible lograr la visión más profunda y detallada del fenómeno del estudio. Las encuestas estuvieron sujetas a 100 usuarios activos de redes sociales, mientras que las entrevistas se realizaron con dos expertos en comunicación digital de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

El diseño fue no experimental, corte transversal y de campo, ya que las variables no se manipularon y los datos se recopilaron directamente en el entorno natural de los participantes en mayo del 2025. El alcance de la investigación fue exploratorio, descriptivo y correlacional. En el primer capítulo se contextualiza y se define claramente el problema de la investigación: el impacto de las redes sociales en la percepción de la información fragmentada. Antecedentes,

formulación del problema, objetivos (general y específicos), hipótesis, variables y justificación que respaldan la importancia social y académica del estudio.

En el marco teórico y conceptual, los conceptos más importantes que resaltan los estudios, como la interactividad, los algoritmos de adaptación, los efectos selectivos, la polarización del contenido y la fragmentación informativa. El marco legal también está sujeto a las restricciones de la Ley Orgánica de Comunicación contra la dinámica informativa actual.

La metodología para este estudio describe el método de investigación mixta, describe herramientas de recopilación de datos (encuesta estructurada y entrevista semiestructurada), población, muestra y muestreo por conveniencia. Además, se presentan las variables de operaciones, y la elección del grupo de edad (18-35) está justificada porque son los usuarios más activos en las redes sociales. Esto explica cómo el estudio se esfuerza por identificar tanto modelos generales como profundas percepciones de fragmentación informativa.

Los resultados obtenidos se presentan y analizan en el último capítulo. Los datos principales se enfatizan como el hecho de que el 56% de los encuestados perciben que las redes sociales les muestran contenido de acuerdo con sus intereses anteriores y que el 48% admite que se sienten saturados con la cantidad de información circulante. Las entrevistas confirman que los algoritmos refuerzan la percepción del ‘‘conocimiento total’’, aunque los usuarios no están sujetos a contenido diverso. El análisis triangular muestra que el fenómeno de fragmentación es real, afecta la comprensión crítica y tiene consecuencias de la opinión pública.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema de investigación.

La era digital ha hecho que las personas compartan, socialicen y se comuniquen a través de las redes sociales. Han cambiado la forma en que la información se difunde por todo el mundo, trayendo tanto lo bueno como lo malo. A través de ellas, las noticias pueden viajar a la velocidad de la luz, y las modas junto a olas socioculturales pasan sobre las personas.

Según Muñío (2020), ‘Las redes sociales fueron creadas con el fin de construir vínculos entre diferentes usuarios. Por ello, existe mucha literatura acerca de cómo se clasifican las redes sociales’ (p. 11). Esto implica que, si bien es cierto las redes sociales ofrecen oportunidades de comunicación y acceso a la información, también pueden aumentar las desigualdades en el acceso a estos recursos entre diferentes comunidades.

De acuerdo con Morales (2021), ‘Las Redes Sociales son espacios online que facilitan los datos e interconectan a personas con gustos parecidos’. Esto propone que medios fomenten comunidades virtuales donde se comparten y amplifican intereses comunes, desarrollando la creación de comunidades de afinidad y el intercambio de información especializada.

Esto podría tener impacto significativo en la forma en que las personas acceden y comparten conocimientos.

Citando a Vergara (2022), ‘El surgimiento de las redes sociales han sido clave en cuanto a la evolución de los medios de difusión’. El reconocimiento de la importancia de las redes sociales en el desarrollo de los medios de comunicación implica que estas plataformas han revolucionado la manera en que se genera, comparte y consume la información. Esto supone un avance hacia una comunicación más interactiva y participativa, en lo que los usuarios pueden ser ‘prosumidores’ de contenido.

La fragmentación de la información es la descomposición de lo que podría ser la pieza original o el mensaje unificado de la información, espaciándolo en contextos independientes y aislados de un significado diferente, como la manera en que los medios de comunicación y las plataformas digitales entregan noticias. Esto puede dar lugar a que algunos poseedores del conocimiento transmitan solo información fragmentaria a otros, causando un contexto más estrecho y menos comprensión y pensamiento crítico sobre los asuntos.

Como dice Cerezo (2008), ‘‘la informaci3n es simplicidad picada para ser inmediatamente difundida, ingerida directamente’’. Esto puede inhibir la capacidad de todos para apreciar y hacer juicios informados sobre la informaci3n porque, cuando las personas reciben solo piezas aisladas, es m1s dif3cil desarrollar una imagen completa e integrada.

Pacco (2023) afirma que ‘‘la fragmentaci3n puede entenderse como la falta de unidad o marco com3n entre varias instituciones en la organizaci3n...’’ (p1g. 68). La diferenciaci3n funcional, como el v3nculo perdido entre las dos instituciones, significa que la pluralidad de fuentes, la pluralidad de esas perspectivas puede disolver la informaci3n.

Esto puede actuar en contra del desarrollo de un entendimiento compartido y, por lo tanto, ser un obst1culo para la coherencia en la comunicaci3n organizacional.

Como define Agust3n (2023), ‘‘El hecho de que sea posible acceder a informaci3n en tiempo real cualquier lugar del mundo, interactuar e informar de los comentarios sociales sobre las noticias actualizadas, son las caracter3sticas m1s notables de los medios digitales de informaci3n’’. Obtener informaci3n e interacci3n de fuentes digitales facilita una mayor fragmentaci3n de la informaci3n, ya que las personas reciben m3ltiples versiones de noticias que pueden obstaculizar el desarrollo una narrativa completa y compartida.

Los usuarios de contenido y los creadores de contenido necesitan conocer estos l3mites para que el campo informativo en internet sea m1s completo.

Hoy en d3a, las redes sociales son el recurso de referencia para reportes de noticias inmediatas provenientes de transmisiones en vivo. Esto puede ser bueno y malo: ciertamente obtenemos informaci3n inmediata, pero tambi3n podemos insensibilizarnos r1pidamente ante las ultimas noticias impactantes.

Adem1s, el hecho de que la informaci3n se fragmente hace que esa informaci3n no siempre llegue claramente a todo el mundo, ya que se interpreta de diferentes maneras y, en algunos casos, incluso de una forma que puede convertirse en una ‘confusi3n’ sobre lo que realmente est1 sucediendo.

S1nchez-Gelabert (2023) argumentaba en su art3culo, ‘‘Hoy en d3a ha crecido el uso del h1bito del consumo directo como factor de la construcci3n identitaria en consumidores postmodernos’’. Esto es lo que la gente est1 percibiendo y procesando como informaci3n.

La nueva era tecnológica ha transformado la comunicación, a tal punto de que son evidentes nuevos medios de información inmersos en un contexto digital por medio de plataformas de publicación como las redes sociales, las cuales generan un nuevo ecosistema comunicativo virtual, donde se desarrollan nuevos contenidos, nuevos hábitos de consumo y nuevos procesos de interacción. (Pineda, Guillén, & Dávalos, 2022)

La innovación digital crea un ambiente comunicativo en el que las redes sociales toman el lugar más importante dentro de los medios. La fragmentación informativa regularmente se muestra en partes, tales como títulos o rumores, que conduce a una comprensión incompleta y parcial de los hechos, lo cual acentúa la necesidad de filtrar y contextualizar la información digital.

Citando a Domínguez (2022) ‘‘Las redes sociales son actualmente una de las herramientas que más se usan para el sistema comunicativo, es así que mediante una hibridación de los medios tradicionales se pueden obtener mejores resultados en cuanto a la comunicación organizacional’’. Una razón por la que las noticias se difunden rápidamente es que la información se presenta en fragmentos: un minuto aquí, otro minuto allá, etc., algo que los medios tradicionales pueden hacer en cuestión de minutos gracias a los filtros editoriales.

Sin embargo, la información puede, en esta era cibernética, difundirse a través de las redes sociales, las cuales no cuentan con reglas de igualdad de condiciones. Esto puede llevar a una degradación en la calidad y precisión de la información que es consumida y compartida por los usuarios en las plataformas digitales.

1.2. Formulación del problema de investigación.

- ¿Cuál es el impacto que tienen las redes sociales en la población local de la provincia de Santa Elena al creer que ya conocen y entienden?

1.2.1. Preguntas de investigación

- ¿Cómo usan y comparten información en las redes sociales las personas en la provincia de Santa Elena?
- ¿Puede el uso de redes sociales influir en cómo los residentes de la provincia de Santa Elena perciben que existe información provincial fragmentada?
- ¿Qué significan sus efectos para la producción de conocimiento y la formación de opinión en la provincia de Santa Elena?

1.3.Objetivos.

1.3.1. Objetivo general.

- Analizar la relación entre las redes sociales y los hábitos orientados de la gente local en términos de consumo y difusión de fragmentación informativa, este estudio quiere comprender cómo el conocimiento de los habitantes locales afecta su forma de pensar, así como la opinión pública.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Identificar cómo las personas usan y distribuyen información sobre las redes sociales en la provincia de Santa Elena.
- Examinar el vínculo entre los residentes de la provincia de Santa Elena y el uso de redes sociales, se sugiere que podemos comprender mejor este fenómeno a partir de su análisis.
- Determinar la medida en que las redes sociales se utilizan como información para obtener información en la provincia de Santa Elena.

1.4. Justificación de la investigación.

La era digital con plataformas como Facebook, TikTok e Instagram tiene una capacidad obvia para proporcionar información. Estos efectos secundarios para compartir contenido en tiempo real: diferentes personas tendrán una comprensión completamente diferente de su información. Además, sus interpretaciones pueden no siempre ser preciso o incluso correcto. Antes de publicar en estos lugares, es importante introducir filtros y revisar información, especialmente en historias de influencia.

Sin verificación, las personas vulnerables pueden caer víctimas de la desinformación y sufrir confusión, y la imagen de las personas se verá perjudicada. Por eso es que la precisión y la responsabilidad en la comunicación deben ser primordiales.

Para entender como las redes sociales han alterado el consumo y la producción de noticias de la provincia de Santa Elena, es necesaria una investigación de este tipo. Las redes sociales han abierto la recopilación de noticias a todo el mundo, haciendo posible que se escuchen las opiniones y voces de personas desde diferentes puntos del globo. Esto, a su vez, conduce una mayor inclusión social y cultural. Este fenómeno ofrece a las comunidades

marginadas y a los actores emergentes una plataforma para expresarse y llegar a audiencias amplias sin los filtros tradicionales de los grandes medios de comunicación.

Sin embargo, esta democratización trae consigo desafíos significativos. No hay filtrado en la información que se distribuye, por lo que no es de extrañar que muchas acusaciones sean en realidad falsas y que el discurso esté polarizado. Esto no solo afectará gravemente la calidad del debate público, sino que también priva a los ciudadanos de la posibilidad de basarse en hechos verídicos para tomar decisiones sobre sus asuntos, ya sean políticos o de la vida cotidiana.

Además, esta es la era de internet donde las noticias y la información pueden consumirse en tiempo real. Por lo tanto, la propaganda puede difundirse a través de las plataformas de redes sociales con pocas oportunidades de refutación.

Este documento intenta abordar estos dos conjuntos de problemas contradictorios, mostrando que por un lado podemos utilizar las redes sociales como una herramienta para empoderar a los ciudadanos y democratizar la información; pero al mismo tiempo también presenta soluciones alternativas para reducir firmemente las malas influencias. Nuestro deseo no es solo para el argumento académico sino, más importante aún, contribuir a la formulación de políticas.

La Ley Organiza de comunicación entrega reglas a medios tradicionales rezagando las plataformas digitales, hecho que da lugar a información sin restricciones e incorrecta y con manipulación de noticias debido a la difusión inmediata. Este problema también está relacionado con la falta de autorregulación de las plataformas digitales, lo que significa que alientan a los usuarios a consumir contenido dudoso.

Por lo tanto, este estudio completará esta laguna, que ofrece una explicación detallada de la situación actual y prácticamente crea qué pasos se pueden tomar para lograr una mejora real. Estudiaremos las leyes que equilibran la libertad de expresión y la necesidad de garantizar la confiabilidad, precisión integridad o incluso honestidad.

Los principales beneficiarios de esta investigación serán los ciudadanos comunes. Al desarrollar habilidades críticas para analizar la información que reciben, reducirán significativamente sus posibilidades de convertirse en víctimas de noticias falsas. Estos aumentos en su temple de pensamiento crítico serian correspondientemente conducentes a un mayor nivel de participación activa en los procesos democráticos y en la difusión informada, lo

que llevaría (aunque en parte de manera indirecta) a la mejora del debate público y de las decisiones colectivas.

A largo plazo, esta investigación no solo busca comprender el fenómeno actual de la desinformación en redes sociales con miras hacia intervenciones saludables subsecuentes, sino también contribuir a crear un entorno más saludable y justo para la información.

1.5. Hipótesis

- Las redes sociales son muy responsables directamente de la percepción de que la información está fragmentada en la provincia de Santa Elena. Estas plataformas impactan la calidad, coherencia y profundidad de la información periodística porque contenidos no verificados pueden difundirse de inmediato como una plaga en ellas.

1.6. Variables

1.6.1 Redes Sociales

Para Facebook, acceso y computación. Tales influencias misteriosas, o eventos, inevitablemente inspiraron leyendas.

A partir de 2003, la tecnología de búsqueda automática de Google, originalmente responsable de indexar la web según varias palabras y frases clave, ahora le permite responder cualquier pregunta formulada. Este tipo de sistema requiere una forma de pensar especialmente "profunda" que abstrae no solo del pensamiento actual sino también del pasado.

De acuerdo con Posligua (2024), 'Sin ninguna guía sobre hacia dónde se dirige la historia, el motor de búsqueda y sus derivados podrían no funcionar por sí solos. Ha conseguido algoritmos para hacer el trabajo por él.'. La forma en que las personas se comportan hacia los demás, los informes de varios lugares y el desarrollo de la cultura de ciencia ficción han cambiado profundamente debido a estas plataformas. Esta línea de razonamiento implica que las redes sociales no son solo herramientas de comunicación, sino también una especie de poder transformador cultural que moldea cómo vivimos en el mundo actual.

El término fragmentación se denomina a diferentes nombres dependiendo de que agente del estado está interpretando. En este contexto, significa que los contenidos se desglosan por su entorno de comunicación.

Se ha demostrado que la mayoría de noticias reciben una pequeña prueba. Además, muestran que la confianza cambia según la edad, el nivel de educación y la orientación ideológica.

Por otro lado, Pedro Farias-Battle (2024), ‘‘Los jóvenes muestran una alta exposición diaria a las redes sociales como fuente de información, incluso si muestran una pequeña tendencia a probar la autenticidad del contenido’’.

Por un lado, este método de aceptar consultas de clientes proporciona una colección extremadamente eficiente y completa de "Conocimiento Libre" y permite a los usuarios obtener información rápidamente desde sus hogares. Su franqueza, interactividad y habilidades virales se consideran alternativas a los medios tradicionales.

Según Chaves (2011), ‘‘Las redes sociales han llevado a un nuevo entorno comunicativo en el que la información circula más abierta, horizontal e instantáneamente’’. Se obtiene que las redes sociales han redefinido la información surge y consumida, lo que permite a los usuarios participar activamente, pero también la necesidad de una nueva regulación de los medios y habilidades de lectura.

Este fenómeno ha transformado los hábitos de información de los ciudadanos. Sin embargo, esto causa problemas con la autenticidad y la ética periodística.

1.6.2 Fragmentación Informativa

La fragmentación de la información se refiere a la dispersión de datos y noticias a través de numerosas fuentes, con el resultado de que las personas no obtienen una imagen completa de nada. La presentación de la información, en este sentido, es un factor crítico para una comunicación efectiva y fiel, además de ser históricamente precisa respecto a lo que realmente se dijo o pensó en el momento en que sucedió.

Como afirma Ángel M (Angell M, 2017) ‘‘La fragmentación puede dar lugar a una distorsión de la literatura haciendo creer equivocadamente a los lectores que los datos presentados en cada fragmento se derivan de una muestra de sujetos diferente’’. Se hace hincapié en el peligro en que datos sacados de contexto influyan negativamente en forma que el público percibe y entiende las cosas. Un estudio con más de 2.100 individuos y grupos reveló que la opinión sobre los medios varía según la edad y el contexto adecuado. Los medios de comunicación de siempre siguen siendo los más fiables para la población local, si bien los jóvenes valoran más a los periodistas que a los medios.

Este análisis refleja la transformación de hábitos de consumo de información profunda. Los canales tradicionales informaron más confianza que [...] usan canales alternativos, como redes sociales o medios locales digitales. (Vara-Miguel, 2018)

El estudio nos permite concluir que los cambios en el entorno digital no están relacionados con el fortalecimiento de la confianza de los ciudadanos en estos medios, creando desafíos periodísticos en la era digital.

Este consumo afecta la comprensión global de los eventos de noticias. Los espectadores tienen acceso a múltiples fuentes sin desarrollar a nadie.

Según Castillo (2022), ‘La fragmentación de la información debilita la capacidad de los ciudadanos para comprender los procesos sociales y políticos en su conjunto’ La exposición constante a la información aislada está limitada por el pensamiento crítico de la audiencia, promueve una imagen superficial de problemas difíciles y debilita el papel social del periodismo.

Esto afecta la formación de notificaciones y la construcción de la ciudadanía informada.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual

Las redes sociales han despertado el interés de diversos estudios académicos por comprender sus implicaciones. Es especialmente necesario reflexionar críticamente sobre cómo estos espacios afectan la recuperación del conocimiento, el flujo de contenidos y su trabajo dentro de instituciones públicas, privadas y educativas.

Así, estamos presentando otro artículo titulado 'El papel de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: estudios de caso', escrito por María Analía Sánchez y Giselle Pinochet Sánchez en 2017, y desarrollado en Bogotá, Colombia, donde se muestra la participación de redes sociales virtuales informales para difundir y propagar el conocimiento en ocho organizaciones que pertenecen al sector académico, gubernamental y productivo. Este estudio utilizó una metodología de casos múltiples, por ejemplo, mediante cuestionarios y exploración de plataformas como Facebook.

El informe sugiere que en tales redes había solo poca evidencia de que se usaran como herramientas formales de gestión del conocimiento; y, si bien algunas organizaciones tienen actividades en la red, estas no son vistas por otros miembros como canales efectivos para el aprendizaje organizacional.

En conclusión, el artículo señala que estas plataformas no tienen estrategias enunciadas integradas en ellas; por lo tanto, no funcionan eficazmente para compartir información.

De esto podemos concluir que al menos una de las causas detrás de la ansiedad por una fragmentación de la información, como se observa en una provincia como Santa Elena hoy en

día, puede residir en aplicaciones superficiales o mal concebidas realizadas por instituciones locales para redes sociales.

Cuando la gestión del conocimiento no está suficientemente respaldada por la estructura o la acción de política gubernamental para maximizar su efectividad, entonces la información se fragmenta y pierde fuerza.

Esto subraya la necesidad de revisar el uso de las redes sociales, para evitar distorsiones y empujar a todas las personas equitativamente hacia contenido relevante. Las redes sociales han estado desempeñando un papel progresivamente importante en el entorno educativo, como podría esperarse de su transformación en una plataforma para el intercambio y la construcción colaborativa del conocimiento.

La bien utilizada herramienta de redes sociales, un ejemplo de medios sociales como se emplean estas herramientas de discusión de este ensayo. Particularmente concierne a estudiantes a nivel universitario y también a datos más altos. Las autoras reflexionan sobre la evolución de estas plataformas desde su origen hasta su consolidación como elementos clave en la educación contemporánea.

De acuerdo con, las autoras María del Mar Muñoz Prieto, María Sandra Fragueiro Barreiro y María Jesús Ayuso Manso, en el año 2013, desarrollaron el estudio titulado ‘‘La importancia de las redes sociales en el ámbito educativo’’, publicado en la revista Escuela Abierta y realizado en la Escuela Universitaria CEU de Magisterio de Vigo, España, con base en investigaciones realizadas en el entorno universitario español. Las autoras de este artículo utilizan un enfoque teórico y analítico respaldado por estudios previos y estadísticas para demostrar cómo, aunque las redes sociales facilitan un aprendizaje colaborativo indispensable, también mejoran la autonomía del estudiante y la relación entre profesores y estudiantes se mantiene fortalecida. La investigación se llevó a cabo con un enfoque en cómo hacer que los debates educativos superiores en línea estén libres de reglas. Se encontró que, mientras que estas herramientas en línea como debates bajo ciertas condiciones no cambian nada en un dialogo en línea que permite cualquier cosa, cuando se integran estratégicamente y con apoyo del profesor, ofrecen a los estudiantes una oportunidad sin igual en la que los procesos pasivos de aprendizaje pueden ser renovados. Los hallazgos apuntan a la necesidad de capacitar tanto a estudiantes como a profesores, así como a enfatizar que las redes sociales deben incorporarse en el material activo de clase.

Este estudio juega un papel importante en la comprensión de la situación en la provincia de Santa Elena, donde las redes sociales todavía se encuentran en las primeras etapas y enfrenta importantes obstáculos estructurales, es la educación y la información. El estudio muestra que,

como en otros contextos, se debe enfatizar el énfasis urgente para cultivar competencias digitales críticas en Santa Elena. No solo abriría las redes sociales para la difusión de la información, sino que también evitará usarla como herramienta fragmentada y no muy amigable.

Por lo tanto, la percepción de información fragmentada se ha vinculado directamente con la conectividad. Además, si nuestras redes no tienen como sus principales objetivos educativos una integración clara, pueden ampliar la distribución de contenido y falsedades difundidas por los ciudadanos.

El artículo "Redes Sociales y su Impacto en el Entorno Digital Corporativo" examina cómo las redes sociales han evolucionado de ser plataformas de conexión personal a ser no solo un medio esencial para mantener relaciones con los clientes, sino también para expandir los negocios y promover la visibilidad de la marca aún más. Los profesionales del marketing (y las agencias) ven en el resultado de esta encuesta un conocimiento valioso; concentrarse únicamente en el poder de marketing que ofrecen las redes sociales puede aumentar dramáticamente las ventas de uno al transformarlas en acontecimientos centrales que mantienen a las personas virtualmente "en sus bolsillos."

De esta manera, se crean oportunidades para alcanzar los objetivos comerciales.

Los autores de este artículo son Carlos Bladmir Moreano Guerra, Tania Eslavenska Escobar Erazo, Edwin Ramiro Haro Haro y Paulina Alexandra Villagomez Valencia, de la Universidad Central del Ecuador. Realizaron un estudio en 2024 con los resultados publicados en la revista latina en una revista científica multidisciplinaria en Science. Los investigadores utilizaron una metodología de investigación analítica y descriptiva, fuentes web como sitios o artículos de tesis múltiples, los resultados muestran que, como estrategia de marketing, las redes sociales no solo mejoran las ventas, sino que también la comunicación con los consumidores. Por lo tanto, las empresas tienen más éxito en alcanzar sus objetivos comerciales.

También pone el énfasis en comprender los efectos de estas herramientas para elaborar estrategias utilizadas que generen el máximo beneficio para sus promotores en la era digital. En la comunicación contemporánea, la posverdad es un fenómeno de cierta importancia, especialmente porque afecta la forma en que las personas entienden la realidad y forman opiniones. Esta noción habla sobre el creciente poder que ejercen las emociones y las creencias personales sobre los hechos verificables, lo que ha creado una dificultad seria en el campo informativo.

Sarai Odilia Franco Ávila realizó este estudio en 2024 en la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) como parte de su proyecto de grado en Ecuador. El enfoque de los investigadores utilizó métodos cualitativos: entrevistas con profesionales y tarjetas de extracción para registrar información provista a través de medios digitales. Los hallazgos sugieren que, a veces, los medios presentan contenido sin ofrecer ningún tipo de veracidad o contexto adecuado, lo que puede contribuir a la desinformación y tiene un impacto definido en la formación de la opinión pública en un conjunto en esta área.

Esta investigación es particularmente relevante para entender la situación de la información en la provincia de Santa Elena. En este contexto, se puede ver que hay muchos contenidos de medios digitales sin garantías de responsabilidad o verdad, y los propios medios educan a los ciudadanos como si fueran niños de cinco años. El trabajo también propone que los medios locales deben mantener prácticas periodísticas y contribuir a crear una sociedad bien informada.

2.2. Fundamentación teórica

La teoría del flujo de comunicación en dos pasos o también conocida como “two-step flow” fue desarrollada a mediados del siglo XX por Paul Lazarsfeld y Elihu Katz. Esta teoría surgió del deseo de reemplazar la teoría de la comunicación unidireccional. Muestra que los medios de comunicación de masas no tienen sus ideas aceptadas por los lectores directamente; más bien, intervienen figuras intermediarias.

En este modelo, los líderes de opinión primero reciben la información, la interpretan y luego la transmiten a sus seguidores. Son encantados, por un lado, pero ahí es donde termina su poder.

Este proceso establece una jerarquía en la ciudadanía de mensajes dentro del entorno comunicativo. La propuesta resulta específicamente útil para comprender la lógica de influencia en redes sociales digitales.

Según Lazarsfeld (Paul Lazarsfeld, 2022) ‘La influencia personal juega un papel más decisivo en la formación de ideas que la comunicación de masas por sí misma’, esta declaración desafía la suposición detrás de los medios tradicionales de que pueden tener impactos directos en la mente del público. Por el contrario, afirma cuán importantes son las relaciones sociales y el entorno inmediato para formar opiniones públicas. Así que aquí encontramos que la influencia que contribuyen las figuras cercanas aumenta en los procesos de comunicación. En entornos digitales. Estas figuras se representan a menudo como ‘influencers’ o usuarios con alta visibilidad.

En el marco de este estudio, la teoría del flujo en dos pasos ayuda a explicar cómo los usuarios acceden a contenidos informativos a través de intermediarios influyentes. Este fenómeno contribuye a una percepción fragmentada de la realidad, ya que los líderes de opinión pueden reforzar determinados enfoques ideológicos o informativos. Del mismo modo, el diseño algorítmico de la red mejora el papel de estos mediadores, dándoles más visibilidad y alcance. Esta mediación selectiva puede distorsionar la escena general de información y la comprensión condicional de los hechos. Por lo tanto, la teoría proporciona la base para analizar la percepción de los ciudadanos en la fragmentación informativa. Utilizando revisiones y casos teóricos, estas plataformas tienen el potencial de fortalecer los enlaces sociales y crear un nuevo espacio para la participación. Su papel también se discute en la identidad y los informes colectivos.

El autor concluye que, a pesar de sus fortalezas, las redes también pueden fragmentar al público si no se ingresan adecuadamente. Por ello Vélez (2008), menciona que “Las redes sociales le permiten crear nuevas comunidades, reforzar una identidad compartida, pero también pueden crear fragmentación cuando se trata de dinámica exclusiva”.

Este análisis se deriva del hecho que la influencia de las redes sociales en sí no es positiva o negativa: Su contribución a la sustancia social depende de cómo los diálogos que contienen están estructurados y controlados, lo que enfatiza la importancia de diseñar espacios digitales inclusivos y de cooperación.

2.3. Fundamentación Conceptual

2.3.1. Interactividad Digital

Las instituciones culturales están comenzando a cambiar sus métodos de comunicación para adaptarse a un público que está cada vez más conectado. Los visitantes de los museos buscan interactividad digital que les permita participar en la exposición y no solo verla pasivamente. Pasan de ser espectadores pasivos a participantes activos. Y ahora las audiencias esperan cada vez más una relación en línea con su museo, curador o archivero, de lo cual hablaremos más en los próximos boletines.

Como afirma Sanz (2017), “Los resultados logrados muestran que las instituciones museísticas españolas aún están lejos de aprovechar todo el potencial que internet les ofrece. No les otorga visibilidad, no llegan a más objetivos y genera poca inteligencia colaborativa”. Es decir, a pesar del enorme entusiasmo por la nueva tecnología evidente entre todos los que trabajan aquí, aún queda mucho por avanzar en aplicarla eficazmente dentro de los campos culturales.

A través de estas plataformas, no solo se mejora la accesibilidad al conocimiento, sino que también se estimula una participación más activa y crítica del público en la vida cultural. Puede inferirse que una implementación más comprometida y estratégica de herramientas digitales en espacios culturales permita fortalecer la relación con la ciudadanía.

Este artículo proporciona una visión general conceptual del nivel de interactividad en la comunicación digital, que se centra en su desarrollo desde los medios tradicionales hasta el entorno digital.

Citando a Guevara, Otero y Castro (2017), ‘‘La interactividad se convierte en la dimensión principal de la comunicación digital, permitiendo retroalimentación, ajuste de mensajería y rendimiento de la cooperación de contenido’’. Se puede concluir que el aumento de la interactividad ha democratizado el contenido, lo que permite a los usuarios no solo consumir, sino también influir y redefinir las narrativas comunicativas tradicionales.

El texto indica la clasificación teórica de la interactividad en función del grado de participación del usuario. Esta reflexión es la clave para comprender el papel activo del consumidor en la era digital.

2.3.2 Algoritmos de personalización

Las plataformas digitales han abierto nuevas posibilidades para la comunicación científica, permitiendo una conexión más directa con públicos específicos.

Como expresa Noboa (2021), ‘‘los algoritmos permiten configurar públicos para la ciencia al traducir interacciones en patrones de segmentación, que luego personalizan contenidos de manera que se optimice su impacto’’. Se infiere que en campañas de comunicación los algoritmos no facilitan la difusión de la información, más bien modelan la percepción del público.

El artículo analiza exponencialmente un aumento necesario en ajustar los resultados de búsqueda en internet. Se revisan los aspectos más importantes, como el modelado de usuarios, la gestión de datos y la confiabilidad de la información.

De acuerdo con Utrera, Cuevas y Olivas (2018), ‘‘La necesidad de ajustar los resultados de búsqueda se ha vuelto cada vez más necesaria’’. El estudio destaca los desafíos actuales y la adaptación digital de las líneas de investigación posteriores.

Se puede concluir que la eficiencia de los motores de búsqueda modernos dependerá cada vez más de su capacidad para interpretar contextos individuales, lo que hace que la adaptación a un componente significativo de la experiencia del usuario en el entorno digital.

2.3.3. Conectividad y Alcance

Durante el transcurso de la última dinastía Han de Oriente, la situación empeoró aún más. Entre los Tres Reinos y los Dos Jin, el esquema de la historia era que el patrón de la guerra, aunque a menudo terriblemente cruel, nunca había negado a muchas personas el sentido de ser privados de su lugar legítimo como seres humanos.

Como afirma Santos y De las Rivas (2008), ‘‘la clave urbanística en su distinción recibe realmente en que movilidad se refiere a las personas y la accesibilidad se refiere a los lugares’’. Se infiere que los algoritmos en campañas de comunicación facilitan la difusión de información y moldean el accionar público. En situaciones donde la fragmentación informativa es insegura, como Santa Elena, demanda el planteamiento de estrategias digitales precisas y éticas para conseguir audiencias informadas y comprometidas.

Van Dijck utiliza elementos tales como, los usuarios, el contenido, la propiedad, la administración y el modelo de negocio a fin de instituir un modelo sistemático que conecten con la tecnología. Enfatiza cómo la sociedad en línea consta de interactuar digitalmente.

Por ello Dijck (2016), menciona: ‘‘La sociedad en línea es cada vez más el resultado de las personas y las producciones de maquinaria’’ (pág. 60). Del análisis se deduce que estas plataformas, en lugar de solo las redes sociales, actúan como sistemas algorítmicos en los que las personas interactúan y limitan las estructuras técnicas y económicas, lo que demuestra la necesidad de una comprensión crítica de su impacto en la comunicación y la subjetividad digital.

Por ello Dijck (2016), menciona: ‘‘La sociedad en línea es cada vez más el resultado de las personas y las producciones de maquinaria’’ (pág. 60). Del análisis se deduce que estas plataformas, en lugar de solo las redes sociales, actúan como sistemas algorítmicos en los que las personas interactúan y limitan las estructuras técnicas y económicas, lo que demuestra la necesidad de una comprensión crítica de su impacto en la comunicación y la subjetividad digital.

2.3.4. Credibilidad de las fuentes

La catalogación de alta calidad y el acceso digital pueden ofrecer a los clientes en línea la oportunidad de reunir los datos más actualizados y comunicarse con otra información de una nueva manera. Los servicios de sitios web pueden ayudarle a entender cómo utilizar estos desarrollos tecnológicos.

Por su parte, Londra, Politti y Saux (2020) señalan que ‘‘la evaluación de credibilidad se vio influenciada por las características de las fuentes, su experticia, su acceso a información de primera mano y la presencia de un filtro editorial’’. El estudio muestra la necesidad de

fortalecer la evaluación crítica, teniendo en cuenta la autenticidad del contenido de circulación. La promoción de cultivos de prueba y análisis nos permite reducir el riesgo de información incorrecta.

Esta capacitación es la clave para una participación pública más consciente y activa. Aunque los periodistas los usan diariamente para la búsqueda y las pruebas, tienen objeciones a su confiabilidad. El trabajo revela una tensión constante entre la innovación y el escepticismo profesional.

Según Ivars-Nicolás (2012), ‘‘Los periodistas de ambos países continúan utilizando internet todos los días para encontrar materiales para su trabajo, documentar, recibir y enviar información y verificarla, pero aun depende de las fuentes de 2.0’’. A pesar de la herramienta digital permanente en el periodismo, la desconfianza estructural de las fuentes web2.0, afirmando que la integración tecnológica no acompaña a la aceptación completa de su confiabilidad.

El trabajo revela una tensión constante entre la innovación y el escepticismo profesional.

2.3.5. Consumo informativo en redes

Los jóvenes, en particular, han modificado sus hábitos informativos, inclinándose hacia plataformas digitales. Esta investigación indaga cómo le gusta a esta población sus medios tradicionales y con quienes son amigos en línea.

Zegarra (2024), tiene algunos hallazgos: ‘‘Los jóvenes de hoy tienden a obtener sus noticias ya sea de las redes sociales o simplemente de la configuración de sus teléfonos, en lugar de los medios tradicionales’’. Por ende, persiste la incertidumbre acerca de la confiabilidad de las páginas donde la educación de los medios debería ser el centro de la distinción entre calidad y autenticidad de los datos conforme al desarrollo de una ciudadanía deliberada en lo digital.

El estudio analiza cómo los jóvenes de varias comunidades autónomas españolas consumen información a través de las redes sociales. Aunque las rutinas de información generalmente recuerdan, Madrid se destaca con más atención al contenido político, y Cataluña está menos interesada en esta área.

Cevallos del Cid (2024) menciona que, ‘Las redes sociales se han convertido en el canal principal para que los jóvenes accedan a la información’’. A pesar de la homogeneidad de los hábitos informativos, las variaciones de la atención política regional indican que el contexto sociocultural afecta significativamente la motivación y la elección informativa de los jóvenes.

2.3.6. Exposición Selectiva

Este estudio exploró cómo la exposición selectiva a diferentes fuentes de medios afectó las decisiones de voto de los ciudadanos españoles.

Ramírez-Dueñas y Vinuesa-Tejero (2020) sugieren, “Los medios convierten la política en una historia: los ciudadanos usan su consumo de medios como celebración electoral, obteniendo información política de fuentes afines”. En otras palabras, indican que los mayores difieren con sirvientes como voces en el poder que deben ser mantenidos bajo control.

Los ciudadanos de mi país con una dieta mediática más diversa pueden ser entonces más críticos y perspicaces en cuanto a la información que aquellos que solo tienen acceso a una fuente.

Basado en la investigación y el análisis de contenido, explora cómo el personal editorial fortalece las opiniones públicas. El estudio revela cómo la orientación de la identidad crea la elección y la confiabilidad de los medios. Por lo tanto, vincula el consumo de medios con procesos con polarización informativa.

Valera-Ordaz (2018), “Medios de comunicación, identidad nacional y efectos selectivos: predictores de preferencias de medios”. Los datos sugieren que, al sentirse conmovidas, las personas refuerzan su forma de ver las cosas cuando disfrutan de contenidos que reflejan quienes son, lo cual podría exacerbar la división en la sociedad y limitar la conversación entre diferentes grupos.

2.3.7. Polarización de Contenidos

Este artículo explora cómo los medios tradicionales y las redes sociales ayudan a crear y distribuir discursos polarizados. En un análisis crítico, tratamos de comprender la dinámica que fortalece la división en el debate público.

Según Schuliaquer y Vommaro (2020), “la polarización política como un ajuste de posición comparativa extrema basado en la identificación ideológica o del partido es cada vez más fenómeno en algunos países del mundo”. Esta observación enfatiza que la polarización afecta no solo la capacidad, sino que también impregna en la sociedad en un conjunto, que se ve afectada por los medios y las redes sociales. Propone el concepto de polarización artificial de los discursos ardientes, exposiciones morales y linchinger virtual. El artículo analiza cómo esta práctica plantea una comprensión distorsionada de la polarización de los usuarios en línea.

De acuerdo con Zafrilla (2021), “Recomiendo el concepto de polarización artificial. Este concepto define el proceso de pronunciar aplicaciones de comunicaciones, como la quema de discursos o exposición moral, causa formas de polarización ficticias”. Muchas veces estas actividades comunicativas están diseñadas para provocar y atraer la atención.

Para identificar estos fenómenos como artificiales, ayuda a centrarse en estrategias que promueven debates más reflexivos y menos impulsivos en el entorno digital.

2.3.8. Acceso limitado a fuentes diversas

El estudio enfatiza la necesidad solo después del acceso a capacitación y oportunidades informativas. Se sugiere que la educación superior es la clave para reducir la desigualdad estructural.

Por otro lado, Chinga (2022), ‘‘Los estudiantes tienen restricciones al acceso a diferentes recursos, capacidades y fuentes de información en la situación de vulnerabilidad social, lo que significa su participación activa y crítica en la vida de la universidad’’. Un enfoque limitado para varias fuentes de información ayuda a mantener la exclusión y un estado de desventaja que fortalece la importancia de las instituciones educativas, que actúa como puentes contra una ciudadanía más informada, más crítica e inclusiva.

2.3.9. Sensación de sobreinformación

La creciente exposición a noticias a través de redes sociales genera impactos directos en la salud mental. Este artículo analiza el fenómeno del doomscrolling como una nueva adicción derivada del exceso de noticias.

Por ende, indica, Fernández (2023) ‘‘el lector o bien no es capaz de procesar la información o bien lo hace mediante procesos tan automatizados de lectura rápida que no dispone de tiempo para la contrastación ni para la verificación de las fuentes’’. Esta afirmación destaca uno de los principales riesgos de la infoxicación, la pérdida de pensamiento crítico.

Frente a este panorama, es urgente promover hábitos de consumo informativo conscientes, de este modo, se podrá mitigar el impacto emocional y cognitivo de la sobreinformación.

El estudio revela más que una serie de información, polarización y desinformación, que tiene un impacto negativo en la calidad del debate público. Esto muestra las consecuencias del recubrimiento excesivo durante la crisis.

Por ello Zunino (2020), menciona que: ‘‘El tratamiento de la información para la pandemia ...siguió demasiado la información, el ciclo de la polarización y desinformación, dañando la calidad del debate público’’. Se obtiene que el bombardeo constante de la información sin filtros o claridad no solo causó un sentido de excedente de información, sino que también empeoró la capacidad crítica de la sociedad y debilitó el diálogo social fundamentado.

2.3.10 Fragmentación Temática

Se analiza los efectos ecológicos de la fragmentación y la necesidad de fortalecer la investigación sobre este tema. El estudio revisa interacciones, niveles y vacíos en la producción sobre el tema.

Menciona Quintero, (2012) “la fragmentación es una de las causas principales que altera procesos importantes para la regulación de la información”, comprende la fragmentación clave para aplicar estrategias de conservación efectiva.

La fragmentación material y de forma se interpreta como un reflejo de la era con la comunicación y la disolución del tema moderno. En este contexto, la poesía se convierte en un espejo de la diversidad caótica moderna.

De acuerdo con Cuc (2018), “La fragmentación en el fondo y la forma ocupa un lugar al comienzo de la era de la comunicación y su impacto en los pensamientos humanos”. Se concluye que la fragmentación temática del trabajo de Parra no solo responde a la intención estética, sino también a reflejar la realidad del discurso, que se ha fragmentado por la influencia de los medios y el pensamiento posmoderno.

2.4. Marco Legal

2.4.1. LEY ORGANICA DE COMUNICACION (2021)

TITULO I: Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 5.- Medios de comunicación social. - Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas. Organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

CAPITULO II Derechos a la comunicación

SECCION I Derechos de libertad

Art. 21.- Responsabilidad civil. Será civilmente responsable por las indemnizaciones y compensaciones a las que haya lugar por el incumplimiento de la obligación de realizar las rectificaciones o réplicas o por las afectaciones a los derechos humanos, reputación, honor y el buen nombre de los afectados, la persona natural o jurídica a quien se le puede imputar la afectación de estos derechos, previo al debido proceso.

TITULO III Sistema de Comunicación Social

CAPITULO I Alcance

Art. 44.1.- Sistema de comunicación social. Es el conjunto articulado de personas naturales o jurídicas que voluntaria y sistemáticamente intercambian información, a través de los medios impresos o servicios de radio, televisión, audio y vídeo por suscripción, aptos para transmitir, divulgar, difundir o propagar, en forma estable y periódica, textos, sonidos o imágenes destinados a la población.

SECCION I Medios de Comunicación Públicos

Art. 78.- Definición. - Los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de derecho público. Se crearán a través de decreto, ordenanza o

resolución según corresponda a la naturaleza de la entidad pública que los crea. Los medios públicos pueden constituirse también como empresas públicas al tenor de lo establecido en la Ley Orgánica de Empresas Públicas. La estructura, composición y atribuciones de los órganos de dirección, de administración, de control social y participación de los medios públicos se establecerán en el instrumento jurídico de su creación. Sin embargo, la estructura de los medios públicos siempre contará con un consejo editorial y un consejo ciudadano, salvo el caso de los medios públicos de carácter oficial.

SECCION II Medios de comunicación privados

Art. 84.- Definición. - Los medios de comunicación privados son personas naturales o jurídicas de derecho privado con finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios comerciales de divulgación o intercambio de contenidos, de su propia creación o provistas por terceros, a través de diversas plataformas tecnológicas de comunicación.

SECCION IV Transparencia de los medios de comunicación social

Art. 91.3.- Fundamentos de la autorregulación. Los fundamentos de la autorregulación son los siguientes:

- a) Defiende el derecho universal a la comunicación, en beneficio de todos los ciudadanos;
- b) Promueve y protege la libertad editorial;
- c) Promueve la calidad de la información;
- d) Establece un vínculo entre profesionales y ciudadanía sobre bases de confianza;
- e) Propicia el involucramiento de la ciudadanía como parte fundamental de la autorregulación;
- f) Fomenta la responsabilidad social de los medios; y,
- g) Respeto los derechos humanos de los trabajadores de la comunicación.

Art. 91.4.- Mecanismos de la autorregulación. Esta Ley reconoce como mecanismos de autorregulación de los medios de comunicación social:

- a) Los instrumentos por ser elaborados, aprobados y aplicados al interior de los medios o de sus organizaciones como: código deontológico, código de ética, código de autorregulación, código de editores, estatutos de redacción, manuales de estilo, entre otros;
- b) Los órganos, instancias o instrumentos de aplicación y seguimiento de las autorregulaciones, como: consejo de prensa, defensorías de audiencias, consejos editoriales, auditorías de autorregulación, asociación de autocontrol, voluntario de medios, entre otros; y,
- c) Los mecanismos para facilitar el acceso de los ciudadanos a la información y también, para optimizar las relaciones entre Estado, medios, ciudadanía, como: consejos de audiencias, consultas públicas, mecanismos de transparencia, observatorios o veedurías ciudadanos, entre otros.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación (Mixto)

En este estudio, se empleó una combinación de métodos. Utilizando tanto métodos cuantitativos como cualitativos, fue posible llevar a cabo una investigación más exhaustiva sobre la relación entre el uso de redes sociales y la percepción de fragmentación de la información de los encuestados en una región en particular (la provincia de Santa Elena).

Cuando se empleó la combinación de ambas técnicas, se pudo pintar un cuadro más rico del proceso. Esto se debe a que los datos de cantidades simples pueden compararse con archivos de noticias más grandes.

En palabras de Creswell (2014), la investigación de método mixto combina métodos cualitativos y cuantitativos dentro de un mismo estudio para lograr una comprensión más profunda de lo que se está estudiando. Adoptar este enfoque fue consistente con la naturaleza de entornos en línea altamente complejos y de rápido cambio, en los cuales las personas perciben la información.

Se aplicaron encuestas para identificar patrones de uso y consumo en plataformas como Facebook, mientras que las entrevistas semiestructuradas permitieron profundizar en la percepción ciudadana sobre la calidad, coherencia y profundidad de la información.

Un modelo integrado que se beneficia de las fortalezas de ambos paradigmas para estudios más profundos y confiables. Sus diseños y procesos para la recopilación, procesamiento y análisis de datos.

De acuerdo con Arenas (2009), ‘‘Se llama métodos de investigación mixtos ... Genera su campo teórico, su diseño y recomendaciones para la recolección, procesamientos y análisis de datos’’. No son solo combinaciones de métodos, sino también enfoques autónomos que pueden responder preguntas complejas con mayor resistencia.

3.2. Tipo de investigación

Exploratoria y descriptiva.

- Exploratoria, porque el fenómeno de la "fragmentación informativa" en un contexto geográfico específico (Santa Elena) aún no ha sido suficientemente estudiado.
- Descriptiva, porque se busca detallar hábitos, relaciones y efectos del uso de redes sociales en relación con la percepción de fragmentación.

Con entrevistas semiestructuradas, se identifica la motivación comercial, las esperanzas de roles profesionales y los problemas emocionales. El estudio revela una fuerte idealización y llamado de servicios, así como una alarma e incertidumbre.

De acuerdo con Angulo (2008), “El análisis de los discursos se permite identificar modelos ordinarios, ya que los estudiantes anuncian su motivación, temores y esperanzas que ofrecen elementos clave para una intervención educativa efectiva”. Esta cita refleja cómo se utilizan los estudios descriptivos (discursos) para interpretar los fenómenos de comunicación y cómo puede gestionar actividades experimentales o educativas especializadas en el entorno educativo.

3.3. Diseño de investigación

Según Hernández Sampieri R. F., (2014), el diseño no experimental observa los fenómenos tal como se dan, sin intervención del investigador, lo cual garantiza una mayor validez ecológica en investigaciones sociales y comunicacionales

El diseño fue no experimental

- No experimental porque no se manipularon las variables. Sino que se observaron en su contexto natural.
- Transversal porque los datos se recolectaron en un único momento (mayo 2025).
- De campo porque se aplicaron encuestas e hicieron entrevistas directamente con los actores involucrados en el entorno digital local.

El estudio no experimental se caracteriza por la observación y el análisis de fenómenos sin manipulación variable. Este enfoque se utiliza para explorar relaciones y modelos en un contexto natural, lo que permite a los investigadores estudiar situaciones en las que la intervención no es posible o ética. A este respecto, es importante

comprender los diferentes tipos de diseños no experimentales, como los estudios descriptivos, de correlación y longitudinales para abordar adecuadamente los problemas de investigación.

Citando a Ramos-Galarza (2021), ‘‘Los estudios inigualables le permiten estudiar los fenómenos en el contexto natural, proporcionando una comprensión más profunda de la relación entre los cambiadores sin la intervención directa del investigador’’. Evitando la manipulación de variables proporciona una perspectiva en fenómenos sociales y complica aun así crea desafíos que determinan causas finales. Se infiere una importancia del diseño cuidadoso más la interpretación de los resultados.

3.4. Alcance de la investigación

El segundo y tercer objetivo implican analizar relaciones entre variables (uso de redes y percepción de fragmentación), lo que encaja con un estudio de alcance correlacional.

El área correlacional en el estudio permite la relación entre dos o más variables sin inferir con ellas. Este tipo de estudio no intenta explicar las causas, sino identificar asociaciones significativas. Es esencial en las ciencias sociales y el comportamiento. Su aplicabilidad es de modelo y las tendencias.

Según Ramos-Galarza C. A (2020), ‘‘El estudio con el área de correlación permite determinar la relación variable, sin esta relación casual’’. Los estudios de correlación se obtienen valiosos para identificar las relaciones estadísticas entre los fenómenos sociales, que sirven como base para los estudios adicionales con enfoques explicativos o experimentales.

3.5. Matriz de operacionalización

Tabla 1. Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica del levantamiento de información
Variable Independiente: Redes Sociales	El aumento influyente de redes sociales durante el día a día genera un interés potencial no por haberse convertido en una plataforma de difusión informativa, también es una herramienta de comunicación e investigación en diversos contextos.	D1: Interactividad Digital D2: Algoritmos de personalización D3: Conectividad y Alcance D4: Credibilidad de las fuentes D5: Consumo informativo en redes	I1: Inmediatez de difusión. I2: Alcance del contenido. I3: Frecuencia de interacción.	¿Cuál es el impacto que tienen las redes sociales en la población local de la provincia de Santa Elena al creer que ya conocen y entienden? - ¿Cómo usan y comparten información en las redes sociales las personas en la provincia de Santa Elena?	Encuesta Entrevista

<p style="text-align: center;">Variable Dependiente: Fragmentación Informativa</p>	<p>La fragmentación informativa hace referencia a la difusión de datos y noticias de diversas fuentes, lo que dificulta la comprensión de un mismo tema. Además, la información no se entrega de manera coherente o adecuada, ya que solo se brinda fragmentos de ella.</p>	<p>D1: Exposición Selectiva D2: Polarización de Contenidos D3: Acceso limitado a fuentes diversas D4: Sensación de sobreinformación D5: Fragmentación Temática</p>	<p>I1: Cohesión de la narrativa. I2: Descontextualización de la información. I3: Calidad de las fuentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Puede el uso de redes sociales influir en cómo los residentes de la provincia de Santa Elena perciben que existe información provincial fragmentada? - ¿Qué significan sus efectos para la producción de conocimiento y la formación de opinión en la provincia de Santa Elena? 	
---	---	--	--	---	--

3.6. Población, muestra y periodo de estudio

Para asegurar que los hallazgos sean confiables, cada investigación tiene que especificar con precisión a quien se dirige, de donde saca sus participantes y cuánto tiempo dura el análisis. Gracias a esto, se sabe con exactitud a quién afecta la investigación y de quien se toman los datos. Cuando hablamos de entornos digitales, como las redes sociales, esta precisión es aún más necesaria. Resulta clave establecer límites claros frente a situaciones que crecen rápido, como la desinformación.

De acuerdo con Jesús Arias-Gómez (2016), ‘El periodo de ciudadanos, pruebas y estudio debe estar claramente definido y descrito, ya que son los elementos básicos de la validez interna y externa del estudio’. El límite y las pruebas de la población son adecuados para verificar el impacto de la información incorrecta en las redes sociales, ya que le permite analizar cómo esto afecta especialmente a los usuarios activos en plataformas como TikTok, Facebook e Instagram.

La población de estudio incluye personas que viven en la provincia de Santa Elena y que también acceden a las redes sociales en línea, especialmente usuarios de TikTok, Facebook e Instagram, en donde esto está ocurriendo ahora mismo. Se ve por todas partes los contenidos reenviados o desinformados abundan. Es precisamente por su exposición directa y diaria a información digital fragmentada que estos usuarios son del grupo de interés.

El criterio principal para delimitar la población fue el uso activo de redes sociales, considerando que plataformas son las más utilizadas en Ecuador, especialmente en los jóvenes, según informes recientes del INEC (2024) y DataReportal (2024).

3.6.1 Tipo de muestreo

El muestreo no probabilístico es una técnica que poco se usa en la investigación donde no es posible acceder a toda la población. Este método nos permite seleccionar muestras con criterios específicos, conveniencia o una muestra del investigador. Aunque no garantiza la representatividad estadística, es útil en estudios de investigación. Su uso tiene lugar en ciencias sociales y estudios cualitativos.

Según Parra y Vázquez (2017), ‘El muestreo no probabilístico es útil si la prueba no tiene que ser representativa para la población, pero es importante obtener información de casos especiales’. Esta técnica es clave si el estudio tiene el objetivo de

obtener una comprensión profunda de ciertos fenómenos, no sistematizar los resultados a una población amplia.

El estudio tiene un enfoque exploratorio y descriptivo en la problemática de la fragmentación informativa. Se requiere usuarios de redes sociales que estén disponibles para responder voluntariamente. Acceso a los participantes se lo determino por la inclusión de: Residir en la provincia de Santa Elena, tener cuenta activa en Facebook, TikTok e Instagram.

Rango de edad

Según un estudio sobre el comportamiento digital, se eligió el rango de 18 a 35 años porque representa a los usuarios más activos en redes sociales; estas son personas que tienen una experiencia más fragmentada con el consumo de información y las dinámicas de interacciones digitales:

- TikTok e Instagram son más utilizados por jóvenes de entre 18 y 24 años.
- Las personas entre 25 y 35 años, por otro lado, usan mucho Facebook junto con redes sociales mixtas.

3.6.2. Tamaño de muestra

La elección de una muestra de **100 personas** responde a criterios metodológicos típicos de diseños de **investigación mixtos** y para ciertos tipos de **sesgo de muestreo por conveniencia no probabilístico**.

En el caso de investigaciones **exploratorias**, donde el objetivo final es obtener una idea de las percepciones y tendencias, en lugar de generalizar resultados a toda una población, entre **50 y 100 individuos** elegidos al azar serán suficientes para lograr una profundidad y amplitud de datos satisfactorias (Hernández Sampieri R. e., 2014). Además, este tipo de muestreo ofrece oportunidades para la selección de miembros de la audiencia objetivo basándose en criterios claros, como la edad, el nivel educativo o la frecuencia con la que se accede a plataformas digitales. Esto está en línea con lo que deseamos estudiar también.

Otro beneficio de tener una muestra de este tamaño es que será posible clasificar a los participantes por la red social que visitan con mayor frecuencia. Esto debería permitir mejores comparaciones entre plataformas.

Este enfoque facilita el análisis diferenciado de percepciones entre plataformas que, aunque comparten elementos digitales, tienen lógicas comunicacionales y niveles de fragmentación informativa distintos.

Desde el punto de vista práctico, encuestar a 80 personas en una meta viable, considerando el tiempo disponible (mayo 2025), los recursos del proyecto y la facilidad de acceso a usuarios activos en redes sociales, En estudios cualitativos, se busca alcanzar la saturación de datos, es decir, el punto en que las respuestas se toman repetitivas y no aportan nueva información relevante. Con una muestra de esta magnitud, es posible lograr un nivel adecuado de saturación y, al mismo tiempo, mantener una diversidad representativa de hábitos informativos. Por tanto, esta cantidad cumple con los requisitos de viabilidad, variedad y profundidad que exige el enfoque metodológico del presente estudio.

3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información

La combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas es adecuada para un análisis completo de los fenómenos comunicativos. En el campo de las comunicaciones, los consumidores no solo compran, sino que también utilizan un producto. El estudio y la entrevista parcialmente estructurados se complementan para obtener datos ricos y procesables.

De acuerdo con Cabana (2022), “Se utiliza un estudio estructurado para obtener datos de usuario cuantitativos y entrevistas parcialmente estructuradas para obtener una visión cualitativa de expertos en comunicación digital”. Simultáneamente las investigaciones y entrevistas nos permiten percibir la percepción general de los usuarios de Facebook como el análisis, ya que fortalece la comprensión en la información del entorno digital. Si se omiten algunos usuarios, se perderán datos y no se podrán capturar todos los aspectos en detalle. Entrevistas semiestructuradas con expertos o comunicadores digitales. Una técnica similar sería realizar reuniones semiestructuradas.

- Un cuestionario estructurado con preguntas cerradas, diseñado para obtener datos precisos y estadísticamente procesables.
- Una guía de entrevista con preguntas abiertas, dirigida a explorar las percepciones y experiencias.

4. Análisis e interpretación de resultados

4.1. Análisis de encuesta

Tabla 2. Suelo interpretar frecuentemente (comentar, compartir, reaccionar) con contenidos informativos en redes sociales

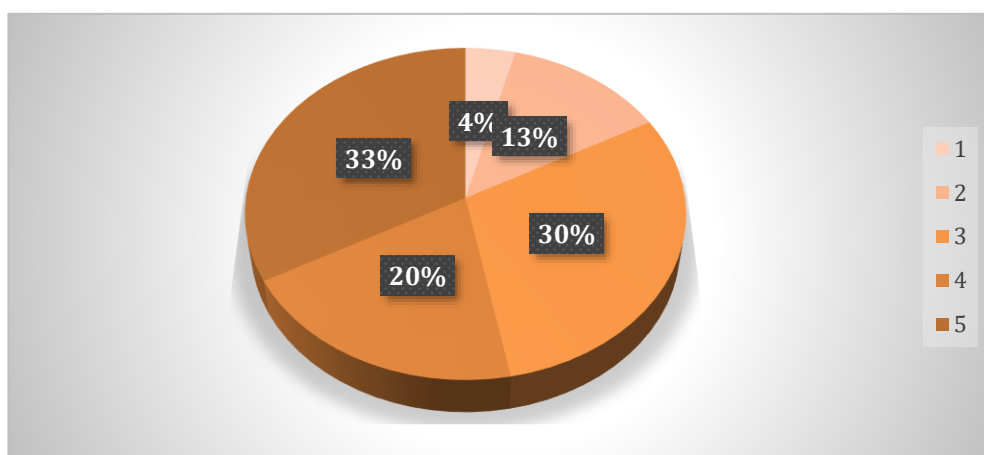
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	4	4%
Usualmente no	13	13%
Ocasionalmente	30	30,00%
Usualmente	20	20,00%
Casi siempre	33	33,00%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

Figura 1. Suelo interactuar frecuentemente (comentar, compartir, reaccionar) con contenidos informativos en redes sociales



Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

La mayoría (53%) de los encuestados dijeron que tenían acceso a contenido de información en redes sociales, con 33% y 20%. El 30% lo haría de vez en cuando, y solo el 17% casi nunca. Con un modelo convencional lejos de “usualmente no”. Esto indica que el usuario no solo observa información sin tomar otras actividades en las redes sociales, sino que también participa activamente. Todo el proceso lo convierte en un

entorno digital “fabricante de información” que crea y consume información al mismo tiempo.

Tabla 3. Noto que las redes sociales que muestran contenidos informativos que coinciden con mis intereses y opiniones previas

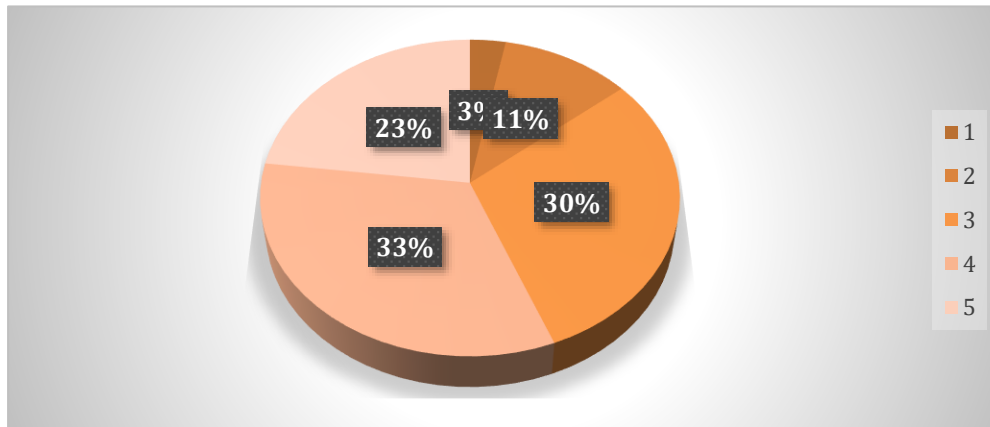
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	3	3%
Usualmente no	11	11%
Ocasionalmente	30	30,00%
Usualmente	33	33,00%
Casi siempre	23	23,00%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

Figura 2. Noto que las redes sociales me muestran contenidos informativos que coinciden con mis intereses y opiniones previas



Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

Más de la mitad de los miembros (56%) perciben que el contenido que consumen en las redes sociales corresponde a sus intereses anteriores y respuestas grupales “casi siempre” (23%) y “normal” (33%). Solo el 14% no se muestra a menudo.

Tabla 4. Las redes sociales me permiten mantenerme informado/a sobre lo que sucede tanto a nivel local como global

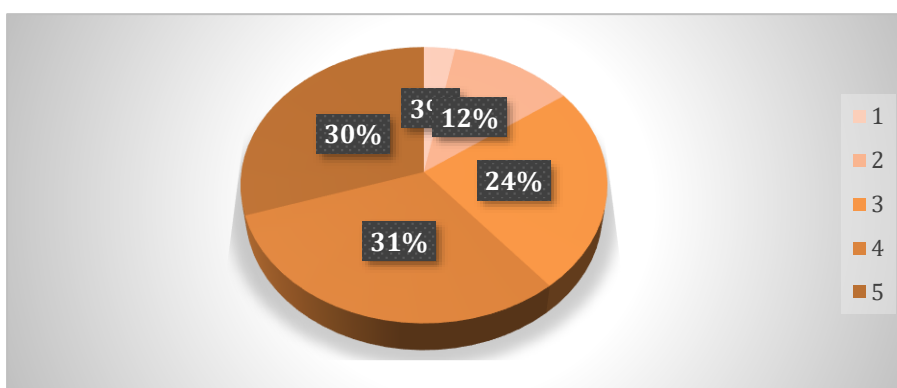
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	3	3%
Usualmente no	12	12%
Ocasionalmente	24	24,00%
Usualmente	31	31,00%
Casi siempre	30	30,00%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

Figura 3. Noto que las redes sociales me muestran contenidos informativos que coinciden con mis intereses y opiniones previas



Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

El 61% de los encuestados cree que las redes sociales están cumpliendo una información apropiada “casi siempre (30%) y “normal” (31%). 24% lo hace a veces. Muestra una dependencia creciente de estas plataformas como las fuentes de información más importantes, especialmente los problemas locales y globales.

Tabla 5. Verifico la fuente de una noticia antes de compartirla en redes sociales.

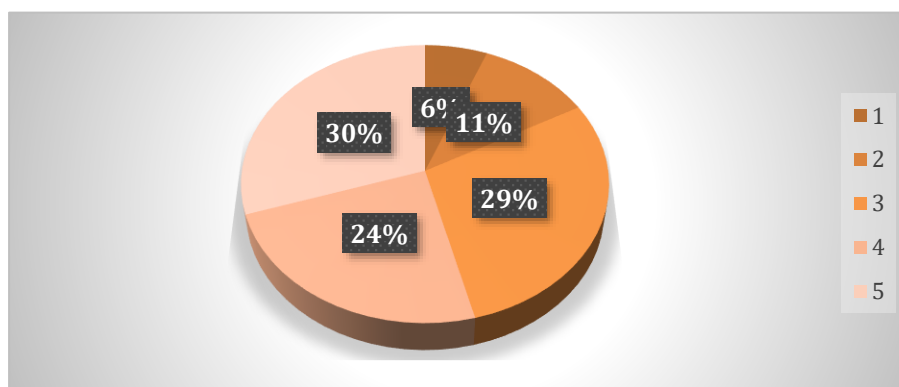
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	6	6%
Usualmente no	11	11%
Ocasionalmente	29	29,00%
Usualmente	24	24,00%
Casi siempre	30	30,00%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

Figura 4. Verifico la fuente de una noticia antes de compartirla en redes sociales



Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

Aunque el 54% dice fuentes regulares “casi siempre” 30% y “usualmente” 24%, el 29% lo hace a veces y el 17% rara vez lo hace. Esta práctica es una información esencial para el medio ambiente, por lo que la falta de pruebas del sector de usuarios es el riesgo de información común.

Tabla 6. Verifico la fuente de una noticia antes de compartirla en redes sociales

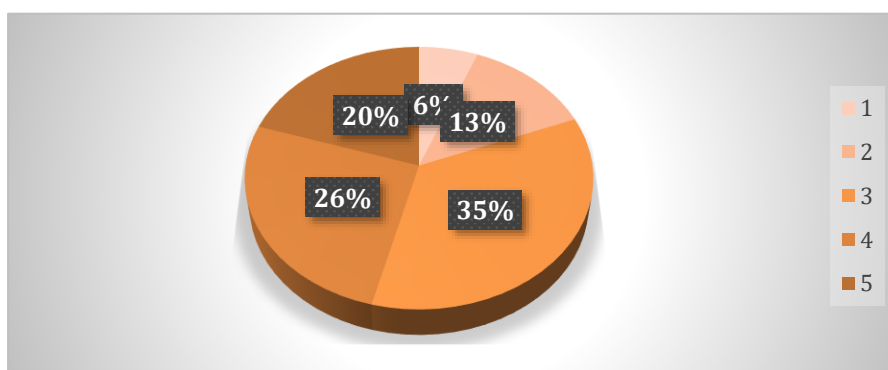
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	6	6%
Usualmente no	13	13%
Ocasionalmente	35	35,00%
Usualmente	26	26,00%
Casi siempre	20	20,00%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

Figura 5. Verifico la fuente de una noticia antes de compartirla en redes sociales



Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

Un 46% prefiere las redes sociales como principal medio informativo (“Casi siempre” 20% y “Usualmente” 26%), mientras que un 35% lo hace ocasionalmente. Esto refleja un cambio en los hábitos de consumo de información, donde las redes digitales ganan terreno sobre los medios tradicionales, especialmente en audiencias jóvenes y digitales.

Tabla 7. Prefiero informarme a través de redes sociales antes que por otros medios como televisión, radio y prensa

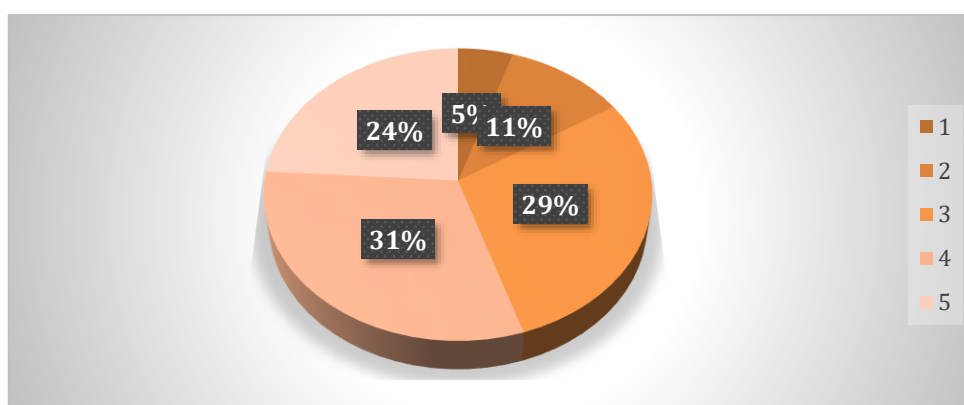
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	5	5%
Usualmente no	11	11%
Ocasionalmente	29	29,00%
Usualmente	31	31,00%
Casi siempre	24	24,00%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

Figura 6. Prefiero informarme a través de redes sociales antes que por otros medios como televisión, radio y prensa



Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

El 55% de los encuestados tiende a seguir contenidos afines a sus creencias (“Casi siempre” 24% y “Usualmente” 31%). Este comportamiento limita la exposición a puntos de vista diversos, reforzando la percepción de fragmentación informativa y generando cámaras de eco donde las opiniones se polarizan.

Tabla 8. En redes sociales, noto que las opiniones están cada vez más divididas entre posturas opuestas

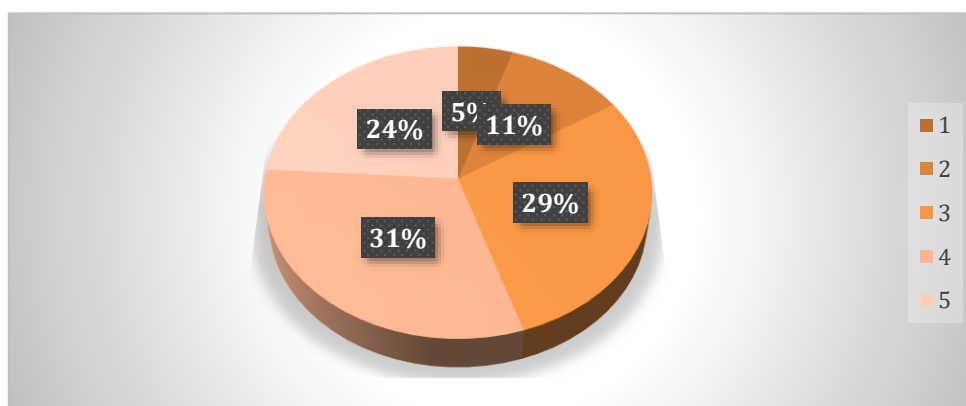
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	5	5%
Usualmente no	11	11%
Ocasionalmente	29	29,00%
Usualmente	31	31,00%
Casi siempre	24	24,00%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

Figura 7. En redes sociales, noto que las opiniones están cada vez más divididas entre posturas opuestas



Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

El 56% percibe una creciente polarización en redes sociales (“Casi siempre” 21% y “Usualmente” 35%). Un 30% lo nota ocasionalmente. Estos resultados respaldan la idea de que las redes actúan como amplificadores de discursos divididos, afectando la convivencia digital y la calidad del debate público.

Tabla 9. Me cuesta encontrar diferentes puntos de vistas sobre un mismo tema cuando me informo por redes sociales

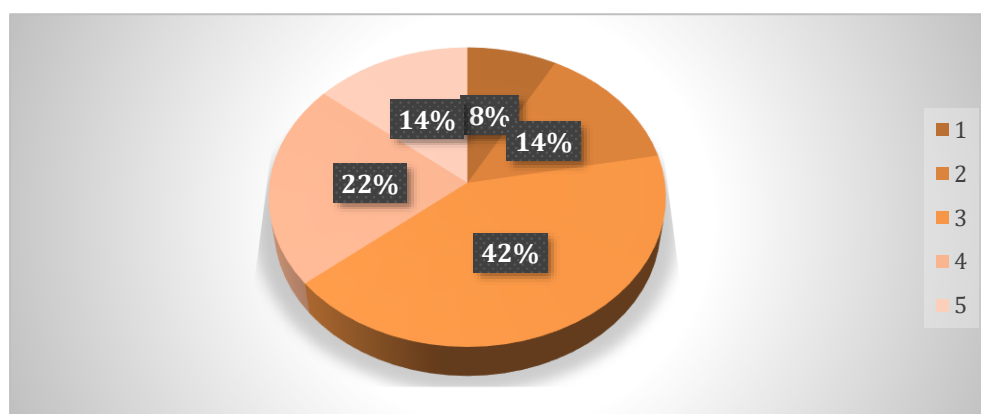
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	8	8%
Usualmente no	14	14%
Ocasionalmente	42	42,00%
Usualmente	22	22,00%
Casi siempre	14	14,00%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

Figura 7. Me cuesta encontrar diferentes puntos de vistas sobre un mismo tema cuando me informo por redes sociales



Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

Un 36% expresó dificultad para acceder a puntos de vista diversos (“Casi siempre” 14% y “Usualmente” 22%), mientras que un 42% respondió “Ocasionalmente”. Este dato refuerza la idea de una experiencia informativa limitada, en la que los algoritmos priorizan contenidos similares a las preferencias previas del usuario.

Tabla 10. A veces me siento saturado por la cantidad de información que circula en redes sociales

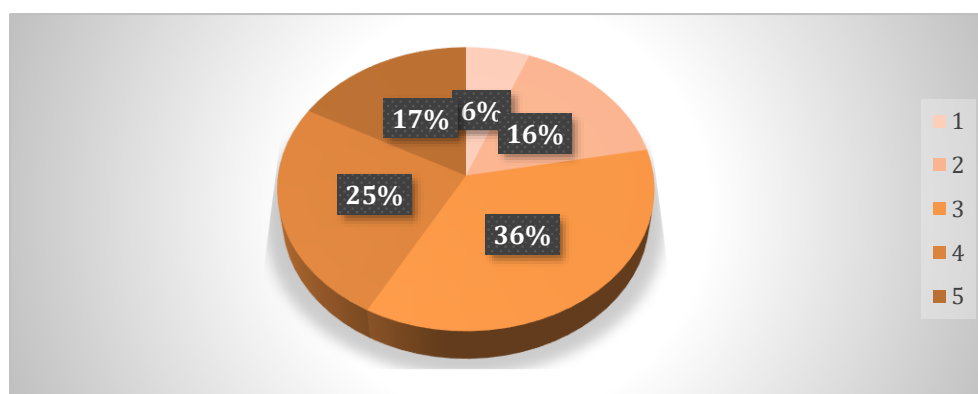
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	6	6%
Usualmente no	16	16%
Ocasionalmente	36	36,00%
Usualmente	25	25,00%
Casi siempre	17	17,00%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

Figura 8. A veces me siento saturado por la cantidad de información que circula en redes sociales



Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

El 48% manifestó sentirse saturado con frecuencia (“Casi siempre” 20% y “Usualmente” 28%). Este fenómeno, conocido como infoxicación, afecta la capacidad de los usuarios para filtrar, procesar y comprender adecuadamente la información, lo que puede generar desinformación o fatiga informativa.

Tabla 11. En redes sociales, la información aparece dispersa y es difícil seguir un mismo tema de profundidad

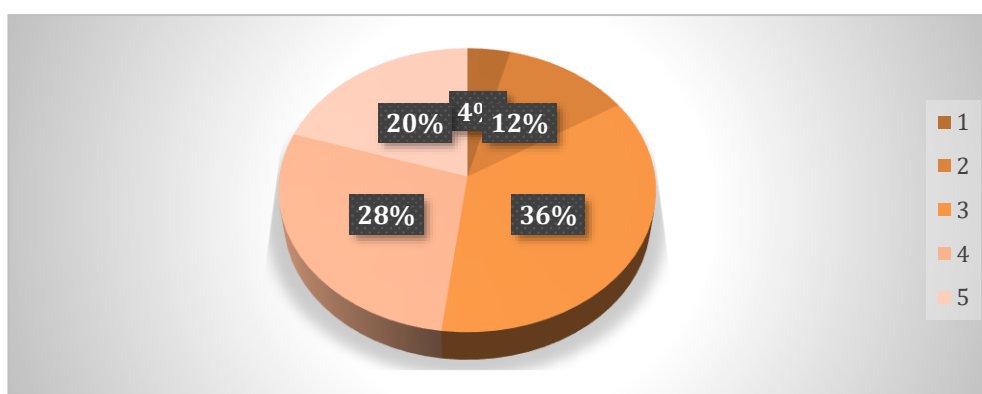
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	4	4%
Usualmente no	12	12%
Ocasionalmente	36	36,00%
Usualmente	28	28,00%
Casi siempre	20	20,00%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

Figura 9. En redes sociales, la información aparece dispersa y es difícil seguir un mismo tema con profundidad



Fuente: Encuesta dirigida a los jóvenes y adultos de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karol Rodríguez

Fecha: 04/06/2025

El 45% percibe que la información en redes sociales está dispersa (“Casi siempre” 17% y “Usualmente” 25%). Esto refleja una de las características clave de la fragmentación informativa: la falta de continuidad temática, lo que dificulta la comprensión profunda de los temas y contribuye a una visión parcializada o superficial.

4.2. Análisis de entrevista

Resultados del enfoque cualitativo sobre el impacto de las redes sociales en la percepción de fragmentación informativa en la provincia de Santa Elena.

A continuación, se muestran análisis cualitativo, basados en entrevistas a dos expertos en comunicación digital familiarizados con la situación en Santa Elena. El propósito es indagar sus puntos de vista sobre cómo las redes sociales influyen en la forma en que las personas construyen su entendimiento sobre información, y examinar cómo estas plataformas contribuyen a la división del contenido. Las preguntas se centraron en dos aspectos: costumbres y patrones de consumo sobre noticias en redes sociales, y las consecuencias observadas en fragmentación informativa.

Tabla 12. Entrevista 1

Apellidos y nombres	Ramírez Marlon
Cargo	Docente de la carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.
Especialidad	Licenciado en Comunicación Social/Máster
Entrevistador	Rodríguez Avendaño Karol Denisse
Fecha	31/05/2025

Tabla 13. Entrevista 2

Apellidos y nombres	Rodas Manuel
Cargo	Docente de la carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.
Especialidad	Ingeniero en diseño, Tecnólogo en Marketing Master en Comunicación Estratégica
Entrevistador	Rodríguez Avendaño Karol Denisse
Fecha	31/05/2025

Tabla 14. Matriz integrada de respuestas y fundamentación teórica sobre redes sociales y la fragmentación informativa

Variable	Pregunta	Respuesta única representativa	Observaciones /triangulación	Análisis teórico
Redes Sociales	¿De qué manera considera que la participación activa (comentarios, compartido, reacciones) en redes sociales influyen en la manera en que los usuarios de Santa Elena perciben y procesan la información?	Los usuarios en varias ocasiones consideran que el contenido que muestran las páginas sociales que tenga mayor interacción alcance y visualización es información objetiva, dejándose llevar por la popularidad de la noticia y no por la veracidad.	Las altas interacciones en las redes sociales pueden causar usuarios de Santa Elena, suponiendo que las noticias son ciertas solo por su popularidad, sin probar su verdad.	Popularidad de las redes sociales ... es más accesible y se convierte en la comunicación más amplia, por otro lado crean algunos defectos. (Arroyo-Vázquez, 2009).
	¿Qué papel cree que juegan los algoritmos de personalización de plataformas como Facebook, TikTok e Instagram en el tipo de información que consumen los usuarios?	Los algoritmos actúan como filtros invisibles que moldean de manera sutil aquel usuario consuma cierto contenido, sólo basta que el usuario digite una sola vez en su buscador cierto contenido y de manera automática la red social le va a sugerir opciones similares sin que lo haya sin que lo pida de manera recurrente	Los algoritmos desvían el consumo de información de los usuarios, que muestran el contenido similar al que están buscando al limitar su exposición a otras perspectivas.	Las redes sociales [...] ofrecen la comunicación y los servicios de conexión a sus miembros a cambio de ciertas restricciones. (Nuria Arellanes Juárez, 2019)

	<p>¿Cómo valora el nivel de conectividad y el acceso a redes sociales en Santa Elena en relación con la diversidad o repetición de contenidos informativos que circulan?</p>	<p>En la actualidad es fácil obtener el acceso a la conectividad y a un dispositivo móvil que nos permita visualizar diferentes contenidos en páginas sociales, considero que si las personas no tienen un criterio formado podría convertirse en un riesgo ya que asumirían que todo lo que ven es la realidad absoluta.</p>	<p>El fácil acceso a las redes en Santa Elena expone a los usuarios mucha información, pero sin un criterio crítico, pueden suponer que todo lo que ven es cierto.</p>	<p>Por ello, en el trabajo actual, determinamos los criterios de la información proporcionada en la red social de Facebook, es decir, cual es la percepción de los usuarios publicados. (Valenzuela, 2017)</p>
	<p>¿Desde su experiencia qué criterios utilizan los usuarios para determinar si una fuente informativa en redes sociales confiable o no?</p>	<p>Son pocos los usuarios que una vez que visualizan una noticia de gran impacto la contrastan o buscan una realidad indagada sobre el tema para verificarla por lo general se quedan con las noticias que son más virales desestimando si real o no y aquello responde a su bajo nivel idiosincrático y cognitivo.</p>	<p>La mayoría de los usuarios confían en las noticias virales sin verificar su honestidad debido a los bajos niveles de análisis crítico.</p>	<p>El entorno digital facilita la circulación de información sin control, que contribuye a la difusión de información incorrecta en las redes sociales, ya que muchos contenidos se distribuyen sin pruebas previas o responsabilidad editorial. (Arriagada, 2013)</p>
	<p>¿Qué características destacan del consumo de noticias o información en redes sociales entre los habitantes Santa</p>	<p>En la actualidad existen un sin números de páginas sociales que tienen gran cantidad de seguidores e interacción y por lo general de manera inmediata los</p>	<p>Santa Elena se caracteriza por la franqueza al consumo de noticias, pero muchas veces sin verificación, lo</p>	<p>Ligeramente, multiplicar información en redes y mensajes móviles contribuye a la difusión de noticias falsas</p>

	Elena (¿por ejemplo, rapidez, superficialidad, inmediatez, etc.?)	acontecimientos, pero en varias ocasiones omiten verificarla y contrastarla y lamentablemente los usuarios se quedan con la información vertida.	que contribuye a la información incorrecta.	sin inspección previa. (Bernal-Triviño, 2019)
Fragmentación Informativa	¿Considera que los usuarios en Santa Elena tienden a buscar información que refuercen sus creencias previas, ¿por qué cree que ocurre esto?	Los usuarios en la actualidad en su mayoría consideran a las páginas sociales como un medio de información y por lo general buscan conocer datos locales y de su entorno y posterior a aquello el algoritmo le muestra temas similares a lo que ya buscaron.	Los usuarios de Santa Elena tienden a fortalecer su confianza anterior, ya que buscan información local y los algoritmos continúan mostrándoles contenido similar.	Los algoritmos de plataformas, como Facebook, fomentan un uso de titulares de tipo clic en perfiles de medios oficiales, que crean altas interacciones a expensas del sacrificio de la calidad de la información. (Palomares, 2019)
	¿Ha notado alguna tendencia a la polarización de opiniones o temas en redes sociales locales? ¿qué consecuencias podrían tener esta polarización en la convivencia social o debate público?	La polarización en redes sociales fomenta enfrentamientos verbales y a veces reduce el debate informado que permitiría tener información contrastada y verificada, lo que ocasiona un entorno de desinformación en varios escenarios.	La polarización en las redes locales crea conflictos y debilita el debate informado y promueve el entorno de información incorrecto.	La autora sustenta que las redes sociales no solo permiten la circulación de información, sino que activan emociones colectivas que intensifican los conflictos ideológicos, reforzando la desinformación al priorizar lo emocional sobre lo racional del debate público. (V., 2012)

	<p>¿Cree que los usuarios de redes sociales en la provincia tienen acceso a una variedad de fuentes informativas, o percibe una limitación en este aspecto?</p>	<p>En la provincia de Santa Elena existen varias páginas sociales informativas que son de fácil acceso y muchas de ellas gozan de credibilidad y también están otras que responden a poderes políticos y económicos lo que podrían impedir que los usuarios tengan acceso a información libre y democrática.</p>	<p>Aunque Santa Elena tiene varias fuentes, algunos están influenciados por los intereses políticos, lo que limita el acceso a información gratuita verdadera.</p>	<p>La autora destaca que las redes sociales juegan un papel central en la conformación de acciones colectivas, al facilitar la interacción en red entre individuos y la construcción de movimientos sociales. (Scherer-Warren, 2005)</p>
	<p>¿Los usuarios manifiestan sentirse abrumados por la cantidad de información en redes? ¿qué efectos cree que tiene esa sobrecarga en su capacidad crítica o nivel de atención?</p>	<p>A la mayoría de los cibernautas les agradan los temas que generen interacción y debate en redes sociales también debemos considerar que cuando un tema mediático desborda sobrecarga de contenido podría tener el rechazo de los usuarios sobre ese tema en particular.</p>	<p>La sobrecarga informativa puede conducir al rechazo de los usuarios y afectar su capacidad crítica solo para priorizar los problemas que interactúan.</p>	<p>El uso intensivo de redes sociales transforma la idea de los individuos que relacionan consigo mismos y con los demás, al construir identidades digitales influenciadas por la interacción constante, la necesidad de reconocimiento y la aprobación en línea. (Serrano-Puche, 2013)</p>
	<p>¿En su análisis se percibe una perfecta fragmentación temática en los contenidos que</p>	<p>En la actualidad se percibe una fragmentación de contenido y al tener fácil acceso a fuentes no verificadas se descontextualiza la</p>	<p>La fragmentación temática y la descontextualización hacen que los usuarios</p>	<p>En el entorno digital, las redes sociales también reproducen la desigualdad territorial, ya que el acceso, la calidad de la</p>

	<p>circulan en redes sociales? ¿cómo impacta esto en la comprensión de problemas complejos o en seguimiento de temas importantes?</p>	<p>información y aquello no contribuiría a la comprensión de la realidad de esa localidad.</p>	<p>comprendan los problemas difíciles en su entorno.</p>	<p>información y la representación de cierta realidad dependen del capital social y tecnológico del usuario. (Veiga, S.F.)</p>
--	---	--	--	--

Fuente: *Entrevista realizada a los expertos*

Elaborado por: *Karol Rodríguez*

Fecha: *31/05/2025*

5. Discusión

5.1. Discusión de resultados: Encuesta

“ ¿Noto que las redes sociales me muestran contenidos informativos que coinciden con mis intereses y opiniones previas?”

El 56% de los encuestados respondió ‘usualmente’ o ‘casi siempre’. Estos datos reflejan un fenómeno importante: un efecto selectivo causado por los algoritmos de adaptación.

Las plataformas, para determinar el contenido prioritario que cumple los deseos de los usuarios, refuerza sus puntos de vista existentes y restringe el acceso a diferentes perspectivas. Esta lógica crea una comprensión falsa de los hechos en los que usuarios están realmente inmersos en una ‘cámara de eco’, lo que refuerza las visiones parciales.

“En redes sociales, la información aparece dispersa y es difícil seguir un mismo tema con profundidad”

El 48% de los encuestados respondió ‘usualmente’ o ‘casi siempre’. Esta opinión está precisamente de acuerdo con el concepto de fragmentación de información, que se ve el sistema teórico. La estructura de la red social evita el desarrollo de la narrativa lineal o contextualizada; En cambio, el contenido aparece de una manera dispersa, desordenada y a menudo superficial. Promueve una comprensión parcial o incompleta que afecta la calidad y el pensamiento crítico del usuario.

5.2. Discusión de resultados: Encuesta

“ ¿Qué papel cree que juegan los algoritmos de personalización en el tipo de información que consumen los usuarios?”

Los entrevistados señalaron que los algoritmos actúan como filtros invisibles que indican contenido similar a la búsqueda anterior del usuario. Este hallazgo confirma la existencia de sesgos automatizados que limitan la diversidad informativa y fortalecen la narrativa parcial. La percepción de ‘ya saber todo’ se compone con precisión de esta reexposición, que malinterpreta al usuario como conocimiento completo y suficiente.

Estas respuestas muestran que la fragmentación informativa no solo está presente, sino que también es percibida por los usuarios que creen están informados por el contenido simple de las redes sociales. Este retraso entre la percepción y la realidad es el eje de investigación, y los resultados le permiten confirmar que la forma en que funcionan las redes sociales afecta directamente la fragmentación cognitiva e informativa.

6. Conclusiones

- El estudio declaró que existe una relación directa entre el uso de redes sociales y la percepción de fragmentación informativa entre la gente de Santa Elena. Este fenómeno afecta su capacidad para desarrollar una importancia pública coherente y crítica, a medida que se realiza el contenido excesivo, repetido o descontextualizado. Las plataformas digitales crean conciencia sobre los hechos e influyen en la participación social.
- Se ha demostrado que los usuarios usan principalmente redes sociales para informar y compartir el contenido relacionado con sus intereses fortalecen la creación de burbujas de información. Esta práctica limita el acceso a la diversidad de opiniones, que contribuye enormemente a la creación de la percepción fragmentada de la realidad. La elección del contenido es la afinidad emocional en los criterios de la verdad.
- Se descubrió que Santa Elena estaba sujeta a algoritmos de adaptación que fortalecen el contenido similar a su búsqueda anterior. Aquí, la disponibilidad de puntos de vista enriquecedores se ve restringida, fomentando un panorama donde las historias se tornan monótonas y sesgadas. En consecuencia, se impulsa una visión extremista al momento de analizar los sucesos de la sociedad.
- Gran parte de las personas que participaron en la encuesta indicaron que su principal vía para estar al tanto de lo que ocurre, son conscientes que no siempre es fácil confirmar si las noticias son verdades o si ofrecen una visión completa de los hechos. Si bien estas redes son una herramienta práctica para estar informado, también pueden ser peligrosas si no se aplican criterios de análisis o formas de comprobar la veracidad de lo que leemos.
- Tras analizar los datos recabados en la entrevista e investigación, se observa que es importante en los usuarios, más de la mitad revisa la veracidad de los datos en forma esporádica, existe un grupo significativo que no lo hace nunca. Adicionalmente, los especialistas hicieron notar que tanto la carencia de análisis críticos como la estructura algorítmica propia de las plataformas digitales favorecen la división de la

información. El muestreo no probabilístico reveló patrones de consumo informativo que son uniformes y poco profundos.

7. Recomendaciones

- Crear iniciativas formativas que impulsan el discernimiento de la gente al informarse en redes sociales. Esto abarca recursos didácticos para cotejar fuentes, detectar noticias inventadas y percatarse de la parcialidad informativa.
- Resulta fundamental añadir el programa educativo escolar y universitario temas que aborden el manejo adecuado de las redes sociales. La formación debería poner énfasis en entender cómo funcionan los algoritmos y la relevancia de buscar información verificada.
- Es recomendable expandir el alcance de la Ley Orgánica de Comunicación, incluyendo a las plataformas digitales como entidades responsables de contenidos difundidos. Es imprescindible prevenir la diseminación de datos erróneos, fomentando una transparencia superior en creación y funcionamiento de algoritmos.
- Implementar el desarrollo de plataformas digitales locales donde proporcionen información fiable con diferentes puntos de vista con parámetros de verificación. Esto permitiría neutralizar la homogeneidad algorítmica y fortalecer la ciudadanía informada.
- Se requieren mantenimiento constante en los estudios académicos para el monitoreo del consumo de información en las redes. Esto permite personalizar las políticas públicas y estrategias comunicativas con el desarrollo del entorno digital en la provincia de Santa Elena.
- Los estudios académicos requieren mantenimiento constante del monitoreo del consumo de información en las redes. Esto le permite personalizar las políticas públicas y las estrategias comunicativas con el desarrollo del ecosistema digital de la provincia de Santa Elena.

8. Referencias

- Agustín, M. G. (2023). Recuperado el 21 de marzo de 2025, de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9800/1/UPSE-MCO-2023-0014.pdf>
- Andrés Quintero-Ángel, D. O.-D. (2012). *Algunas Reflexiones Sobre Fragmentación Y Sus Retos*. Recuperado el 25 de abril de 2025, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5168093.pdf>
- Angell M, R. K. (2017). *Hojas de Datos*. Recuperado el 07 de abril de 2025, de https://researcheracademy.elsevier.com/uploads/2018-02/2017_ETHICS_ES_SS03.pdf
- Arenas, A. C. (2009). *google academi*. Recuperado el 21 de mayo de 2025, de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=AIYqEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1962&dq=enfoque+de+investigaci%C3%B3n+mixto&ots=xKYMJMpqG-&sig=gCrGTx3yui84e3QBqqZHVk2NaRw#v=onepage&q=enfoque%20de%20investigaci%C3%B3n%20mixto&f=false>
- Arriagada, H. F. (16 de mayo de 2013). *Dialnet*. Recuperado el 18 de junio de 2025, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4759721>
- Arroyo-Vázquez, N. (2009). *Anuario*. Recuperado el 18 de junio de 2025, de <https://thinkepi.scimagoepi.com/index.php/ThinkEPI/article/view/32011>
- Bernal-Triviño, A. (05 de mayo de 2019). *Profesional de la información*. Recuperado el 18 de junio de 2025, de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2019.may.12>
- Cabana, J. A. (2022). *NÁLISIS DE CONTENIDO, ALTERNATIVA AL DISEÑO DE INSTRUMENTOS*. Recuperado el 22 de mayo de 2025, de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/86913349/ten_inv_uni_ix_42_58-libre.pdf?1654230403=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAnálisis_de_contenido_alternativa_al_dis.pdf&Expires=1750221923&Signature=C3SAQKszq0~yGG7-0j7WJ3ueZLJuLvl1YmAT113Ki
- Castillo, F. B. (Diciembre de 2022). *Global Media Journal*. Recuperado el 07 de abril de 2025, de https://gmjmxico.uanl.mx/index.php/GMJ_EI/article/view/486

- Cerezo, J. M. (2008). *TELOS*. Recuperado el 21 de marzo de 2025, de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero076/la-era-de-la-informacion-fragmentada/>
- Chaves, A. P. (29 de marzo de 2011). *Dialnet*. Recuperado el 07 de abril de 2025, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3737961>
- Chinga, G. Q. (enero de 2022). *Reincasol*. Recuperado el 17 de mayo de 2025, de <https://www.reincisol.com/ojs/index.php/reincisol/article/view/386>
- Cid, Y. C. (4 de septiembre de 2024). *Epsir*. Recuperado el 17 de mayo de 2025, de <https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/605>
- Cuc, J. G. (22 de febrero de 2018). *Cuadernos fronterizos*. Recuperado el 21 de mayo de 2025, de <https://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/cuadfront/article/view/2265>
- Datareportal*. (2024). Obtenido de <https://datareportal.com/reports/digital-2024-ecuador>
- Dijck, J. V. (2016). *Google academi*. Recuperado el 17 de mayo de 2025, de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=7m3ADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=conectividad+y+alcance+redes+sociales&ots=hx4skzPnUT&sig=hpl3hq8XStyQYn4zAdQghWSarLo#v=onepage&q=conectividad%20y%20alcance%20redes%20sociales&f=false>
- DOMÍNGUEZ, H. A. (2022). *Repositorio Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena*. Recuperado el 07 de abril de 2025, de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8550/1/UPSE-COM-2022-014.pdf>
- Eric Bárbaro Utrera Sust, A. S. (2018). *Rev cuba cienc informat vol.12 no.2 La Habana abr.-jun. 2018*. Recuperado el 17 de mayo de 2025, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2227-18992018000200009&script=sci_arttext&tlng=en
- FERNÁNDEZ, P. C. (2023). *Visual Review*. Recuperado el 25 de abril de 2025, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4388407.pdf>
- Franco Londra, M. P. (2020). *UNEMI*. Recuperado el 25 de abril de 2025, de <https://ojs.unemi.edu.ec/index.php/faso-unemi/article/view/1103>
- Gabriel Vélez. (2008). *Razon y palabra*. Recuperado el 17 de mayo de 2025, de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520720010.pdf>

- Hernández Sampieri, R. e. (2014). *Metodología de la investigación (6ª ed.)*. McGraw-Hill.
Recuperado el 30 de mayo de 2025
- Hernández Sampieri, R. F. (2014). *Metodología de la Investigación*. Recuperado el 15 de mayo de 2025, de https://www.academia.edu/42132138/Metodología_de_la_investigación_6ta_edición_Sampieri
- INEC. (2024). Recuperado el 22 de mayo de 2025, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- IVÁN SCHULIAQUER, G. V. (2020). *redalyc*. Recuperado el 25 de abril de 2025, de <https://www.redalyc.org/journal/3871/387171320001/html/>
- ivars-Nicolás, B. (27 de enero de 2012). *revista.profesionaldelainformacion*. Recuperado el 17 de mayo de 2025, de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2012.e ne.08>
- Jesús Arias-Gómez, M. Á.-K.-N. (11 de mayo de 2016). *revistaalergia*. Recuperado el 22 de mayo de 2025, de <https://revistaalergia.mx/ojs/index.php/ram/article/view/181>
- José María Ramírez-Dueñas, M. L. (2020). *SCielo*. Recuperado el 25 de abril de 2025, de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2023000300001
- Katherin Liceth Díaz Posligua, N. V. (31 de agosto de 2024). *Revista San Gregorio*. Recuperado el 07 de abril de 2025, de <https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/2572/1684>
- LAURA YAZMÍN PARRA VELASCO, M. G. (2017). *gestiopolis*. Recuperado el 22 de mayo de 2025, de <https://www.gestiopolis.com/wp-content/uploads/2017/02/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-guadalupe.pdf>
- Ley Organica de Comunicación*. (01 de febrero de 2021). Recuperado el 21 de mayo de 2025, de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- MORALES, C. R. (2021). Recuperado el 21 de marzo de 2025, de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/20798>

- Muñío, D. G. (2020). *Universidad Zaragoza*. Recuperado el 21 de marzo de 2025, de <https://zaguan.unizar.es/record/101935/files/TAZ-TFG-2020-1522.pdf>
- Nerkis Angulo, M. C. (2008). *Tipo de investigación: Exploratoria-descriptiva*. Recuperado el 21 de mayo de 2025, de <https://servicio.bc.uc.edu.ve/multidisciplinarias/educacion-en-valores/v1n9/art1.pdf>
- Noboa, S. (2021). *Universidad del rosario*. Recuperado el 25 de abril de 2025, de <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/76c7e0b3-a380-44e3-b5f0-e08cd39ad960/content>
- Nuria Arellanes Juárez, L. S. (18 de octubre de 2019). *Collectivus, revista de ciencias sociales*. Recuperado el 18 de junio de 2025, de <https://www.redalyc.org/pdf/7374/737481057009.pdf>
- Pacco, V. S. (2023). Recuperado el 21 de marzo de 2025, de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/13991/4/IV_PG_MGP_TE_Machaca_Pacco_2023.pdf
- Palomares, P. J. (21 de mayo de 2019). Recuperado el 18 de junio de 2025, de <https://revistas.uaa.mx/index.php/caleidoscopio/article/view/1772>
- Paul Lazarsfeld, E. K. (21 de febrero de 2022). *Randstad*. Recuperado el 22 de abril de 2025, de <https://www.randstad.es/contenidos360/desarrollo-profesional/el-origen-del-lider-de-opinion-la-teoria-de-los-dos-pasos/>
- Pedro Farias-Batlle, B. G.-C.-C. (2024). *raUniversidad de Huelva*. Recuperado el 21 de marzo de 2025
- Pineda, M. W., Guillén, J. M., & Dávalos, Á. A. (01 de octubre de 2022). *Dialnet*. Recuperado el 04 de abril de 2025, de Dialnet-
<InformarODesinformarElPoderComunicacionalDeLasRede-8603948.pdf>
- Ramos-Galarza, C. (junio de 2021). *Dialnet*. Recuperado el 21 de mayo de 2025, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7890336>
- Ramos-Galarza, C. A. (diciembre de 2020). *Dialnet*. Recuperado el 22 de mayo de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- Roberto Guevara, R. o. (2017). *Nuevas Ideas en Informática Educativa TISE*. Recuperado el 17 de mayo de 2025, de <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53544772/469-473->

libre.pdf?1497628251=&response-content-
disposition=inline%3B+filename%3DUna_revisi3n_a_los_niveles_de_interactiv.pdf&Expires=1750195656&Signature=KpUEkQ8XCokjxdK~a4cLtr~z5cu-
pMGcPtVTH3BZGQ75H-jELh~T1Y

Sánchez-Gelabert, M. B.-V. (2023). *Consumo online y desigualdad en España: ¿la emergencia de nuevas formas de fragmentación?* Recuperado el 07 de abril de 2025, de Dialnet-ConsumoOnlineYDesigualdadEnEspana-9125687.pdf

SANZ, L. S. (2008). *dialnet.unirioja.es*. Recuperado el 25 de abril de 2025, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2736032.pdf>

Sanz, M. (2017). *Revista Latinoamericana de ciencias sociales y humanidades*. Recuperado el 25 de abril de 2025, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9846976.pdf>

Scherer-Warren, I. (2005). *ProQuest*. Recuperado el 18 de junio de 2025, de <https://www.proquest.com/openview/3751c9a068106003ded1b48c55b1f87c/1?pq-origsite=gscholar&cbl=27984>

Serrano-Puche, J. (2013). Recuperado el 18 de junio de 2025, de <https://dadun.unav.edu/entities/publication/a94e10e0-c9ae-4e37-9656-e03682c54e51>

UNESCO. (2021). Acceso abierto. Recuperado el 25 de abril de 2025, de <https://www.unesco.org/es/open-access>

V., G. L. (2012). Recuperado el 18 de junio de 2025, de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/41440032/Gestion_de_pasiones-libre.pdf?1453488368=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DGestion_de_pasiones.pdf&Expires=1750283997&Signature=fs8xtkAt4UnqGiCyNbrXCDg85efBqFZJuv9Iq0-h57PuDktPg76SL5VbGkj~b6b

Valenzuela, M. C. (18 de abril de 2017). *revistas.umce*. Recuperado el 18 de junio de 2025, de <https://revistas.umce.cl/index.php/edytec/article/view/527>

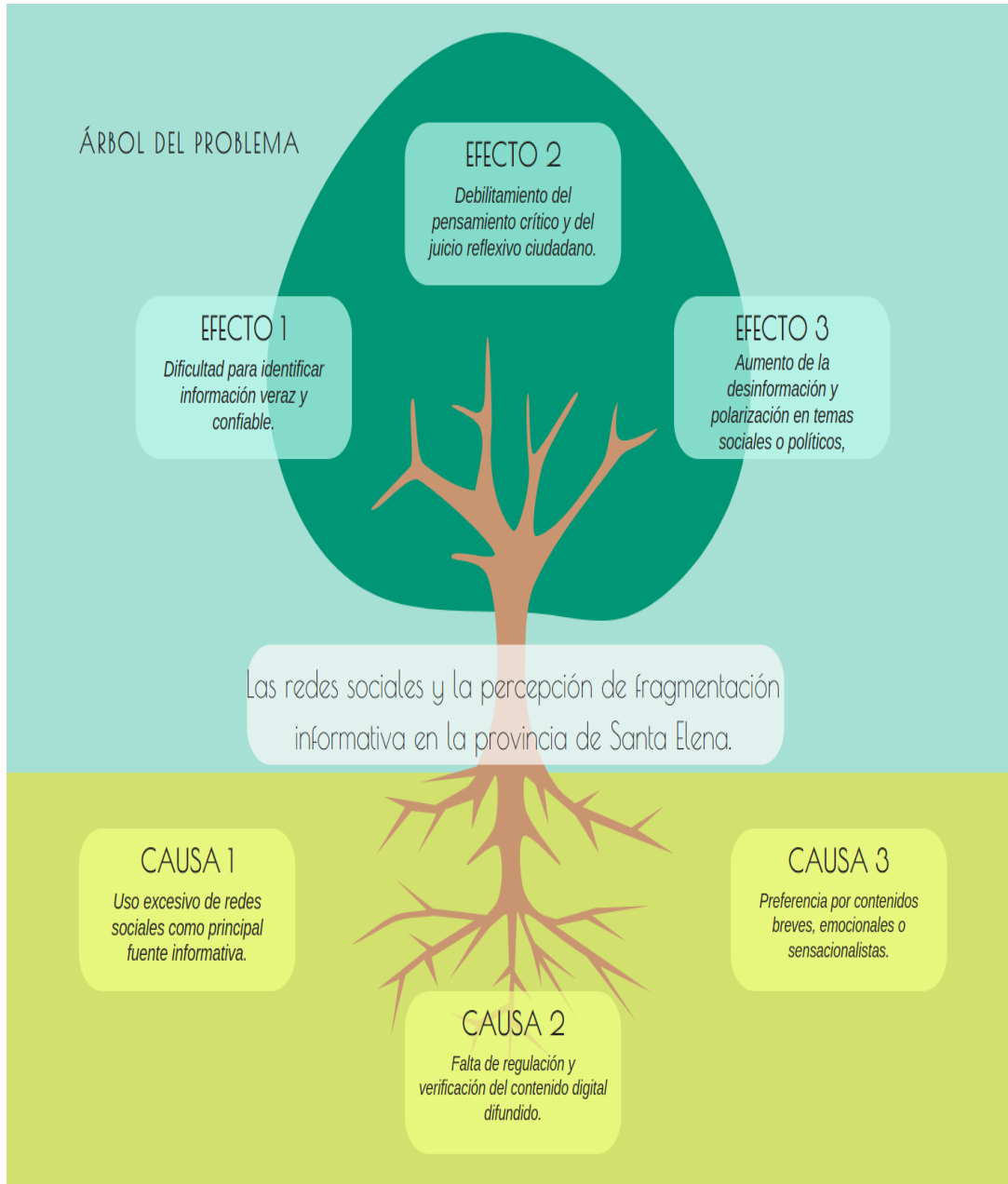
Valera-Ordaz, L. (2018). *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. Recuperado el 17 de mayo de 2025, de <https://www.jstor.org/stable/26633322>

Vara-Miguel, A. (2018). *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi [Societat Catalana de Comunicació]*. Recuperado el 21 de marzo de 2025, de <https://www.raco.cat/index.php/Comunicacio/article/download/99352/428968>

- Veiga, D. (S.F.). Recuperado el 18 de junio de 2025, de
<https://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/rural1/p4art1.pdf>
- VERGARA, M. N. (2022). Recuperado el 21 de marzo de 2025, de
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8525/4/UPSE-COM-2022-020.pdf>
- W, C. J. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods*. Recuperado el 15 de mayo de 2025, de https://books.google.com/books?id=4uB76IC_pOQC
- ZAFRILLA, P. J. (14 de abril de 2021). *RECERCA, REVISTA DE PENSAMENT I ANÀLIS*. Recuperado el 20 de mayo de 2025, de
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/70980912/Polarizacion_artificial-libre.pdf?1633169477=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPolarizacion_artificial_como_lo_discurs.pdf&Expires=1750202718&Signature=J4Td7Z8pU3oktGzENr3z-IPK7oKyZNCKDZfMB5
- Zegarra, A. V. (2024). *CienciaLatina*. Recuperado el 25 de abril de 2025, de
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/13189>
- Zunino, B. F. (01 de noviembre de 2020). *Papeles de trabajo*. Recuperado el 20 de mayo de 2025, de
<https://revistasacademicas.unsam.edu.ar/index.php/papdetrab/article/view/1163>

9. ANEXOS

Anexo 1: Árbol del problema.



Anexo 2: Instrumento validados y debidamente firmados.

INSTRUMENTO

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario -Escala de Likert

Tema: Las Redes Sociales y la percepción de la Fragmentación Informativa en la provincia de Santa Elena.

Objetivo General:

- Identificar los principales hábitos de consumo y difusión de información en redes sociales de los habitantes de la provincia de Santa Elena.
- Examinar la relación entre el uso de redes sociales y la percepción de fragmentación informativa en los habitantes de la provincia de Santa Elena, mediante el análisis de sus interacciones y preferencias informativas.

Escala: Muy en desacuerdo 1, en desacuerdo 2, ni en acuerdo ni desacuerdo 3, de acuerdo 4, muy de acuerdo 5.

Variable independiente: Redes Sociales		1	2	3	4	5
1	Suelo interactuar frecuentemente (comentar, compartir, reaccionar) con contenidos informativos en redes sociales.					
2	Noto que las redes sociales me muestran contenidos informativos que coinciden con mis intereses y opiniones previas.					
3	Las redes sociales me permiten mantenerme informado sobre lo que sucede tanto a nivel local como global.					

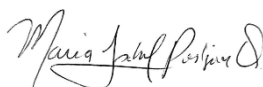
4	Verifico la fuente de una noticia antes de compartirla en redes sociales.					
5	Prefiero informarme a través de redes sociales antes que por otros medios como televisión, radio y prensa.					
Variable dependiente: Fragmentación Informativa						
6	Suelo seguir solo páginas o perfiles que compartan contenidos con los que ya estoy de acuerdo.					
7	En redes sociales, noto que las opiniones están cada vez más divididas entre posturas opuestas					
8	Me cuesta encontrar diferentes puntos de vistas sobre un mismo tema cuando me informo por redes sociales					
9	A veces me siento saturado por la cantidad de información que circula en redes sociales.					
10	En redes sociales, la información aparece dispersa y es difícil seguir un mismo tema con profundidad					

Lcda. María Isabel Posligua Quinde.

Juez Experto

C.I: 240015875

Firma:



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		LAS REDES SOCIALES Y LA PERCEPCIÓN DE FRAGMENTACIÓN INFORMATIVA EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA															
AUTOR:		KAROL DENISSE RODRIGUEZ AVENDAÑO															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUCIÓN								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 ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO										
REDES SOCIALES	Interactividad Digital	Inmediatez de difusión	Suelo interactuar frecuentemente (comentar, compartir, reaccionar) con contenido						x		x		x				

		os informati vos en redes sociales.															
		Alcance del contenido.	Noto que las redes sociales me muestran contenid os informati vos que coincide n con mis intereses y opinione s previas.					x		x		x					
		Frecuenci	Las redes					x		x		x					

	Algoritmos de personalización	a de interacción n sociales me permiten mantener me informad o sobre lo que sucede tanto a nivel local como global.																
		Relevancia del contenido mostrado	Verifico la fuente de una noticia antes de compartirla en redes					x		x		x						

			sociales.															
	Conectividad ad	Capacida d de filtrado del usuario	Prefiero informar me a través de redes sociales antes que por otros medios como televisió n, radio y prensa.						x		x			x				
FRAGMENTAC IÓN INFORMATIV A	Exposició n Selectiva	Cohesión de la narrativa.	Suelo seguir solo páginas o perfiles que comparte n						x		x			x				

		contenidos con los que ya estoy de acuerdo.																
		Descontenidos de la información.	En redes sociales, noto que las opiniones están cada vez más divididas entre posturas opuestas					x		x		x						
	Polarización de Contenidos	Calidad de las fuentes.	Me cuesta encontrar					x		x		x						

		diferentes puntos de vistas sobre un mismo tema cuando me informo por redes sociales																
		Originalidad de la información difundida	A veces me siento saturado por la cantidad de información que circula en redes					x		x		x						

			sociales.															
	Acceso limitado a fuentes diversas	Persistencia y disponibilidad del contenido	En redes sociales, la información aparece dispersa y es difícil seguir un mismo tema con profundidad						x		x		x					

La Libertad 19 de mayo del 2025

Lcda. María Isabel Posligua Quinde.

Juez Experto

C.I: 240015875

Firma:

Maria Isabel Restrepo

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – Redes sociales.

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				x	
2. Objetividad	Expresa conductas observables																				x	

Lcda. María Isabel Posligua Quinde.

Juez Experto

C.I: 240015875

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'María Isabel Posligua Quinde', written in a cursive style.

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: RODRÍGUEZ AVENDAÑO KAROL DENISSE		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
LAS REDES SOCIALES Y LA PERCEPCIÓN DE FRAGMENTACIÓN INFORMATIVA EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Encuesta	
Objetivo:	<ul style="list-style-type: none"> ● Identificar los principales hábitos de consumo y difusión de información en redes sociales de los habitantes de la provincia de Santa Elena. ● Examinar la relación entre el uso de redes sociales y la percepción de fragmentación informativa en los habitantes de la provincia de Santa Elena, mediante el análisis de sus interacciones y preferencias informativas. 	
Dirigido a:		
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Posligua Quinde María Isabel	
Documento de identidad:	2400115875	
Grado académico:	Máster en Comunicación e Identidad Corporativa	
Especialidad:	Relaciones Públicas y RSC	
Experiencia profesional (años): 8 años		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de	No aplicable
	Corregir X	
Sugerencia:		

La Libertad 19 de mayo del 2025

Lcda. María Isabel Posligua Quinde.

Juez Experto

C.I: 240015875

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'María Isabel Posligua Quinde', written in a cursive style.

INSTRUMENTO

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: Las Redes Sociales y la percepción de la Fragmentación Informativa en la provincia de Santa Elena.

Objetivo: Determinar el uso de las redes sociales en la percepción de la fragmentación informativa en la provincia de Santa Elena.

Entrevistado: Marlon Ramírez

Entrevistado: Manuel Rodas

Cargo:

Cargo:

Especialidad:

Especialidad:

Entrevistador: Karol Rodríguez

Entrevistador: Karol Rodríguez

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente	¿De qué manera considera que la participación activa (comentarios, compartido, reacciones) en redes sociales influyen en la manera en que los usuarios de santa Elena perciben y procesan la información?		
Redes Sociales	¿Qué papel cree que juegan los algoritmos de personalización de plataformas como Facebook, TikTok e Instagram en el tipo de información que consumen los usuarios?		
	¿Cómo valora el nivel de conectividad y el acceso a redes sociales en Santa		

	Elena en relación con la diversidad o repetición de contenidos informativos que circulan?		
	¿Desde su experiencia qué criterios utilizan los usuarios para determinar si una fuente informativa en redes sociales confiable o no?		
	¿Qué características destacan del consumo de noticias o información en redes sociales entre los habitantes Santa Elena (¿por ejemplo, rapidez, superficialidad, inmediatez, etc.?)		
Variable Dependiente	¿Considera que los usuarios en Santa Elena tienden a buscar información que refuercen sus creencias previas, ¿por qué cree que ocurre esto?		
Fragmentación Informativa	¿Ha notado alguna tendencia a la polarización de opiniones o temas en redes sociales locales? ¿qué consecuencias podrían tener esta polarización en la convivencia social o debate público?		
	¿Cree que los usuarios de redes sociales en la provincia tienen acceso a una variedad de fuentes informativas, o percibe una limitación en este aspecto?		
	¿Los usuarios manifiestan sentirse abrumados por la cantidad de información en redes? ¿qué efectos cree que tiene esa sobrecarga en su capacidad crítica o nivel de atención?		

	¿En su análisis se percibe una perfecta fragmentación temática en los contenidos que circulan en redes sociales? ¿cómo impacta esto en la comprensión de problemas complejos o en seguimiento de temas importantes?		
--	---	--	--

Lcda. María Isabel Posligua Quinde.

Juez Experto

C.I: 240015875

Firma:



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		LAS REDES SOCIALES Y LA PERCEPCIÓN DE FRAGMENTACIÓN INFORMATIVA EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA															
AUTOR:		KAROL DENISSE RODRIGUEZ AVENDAÑO															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUCIÓN								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 ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO								
REDES SOCIALES	Interactividad Digital	Inmediatez de difusión	¿De qué manera considera que la participación activa (comentarios, compartido, reacciones) en redes sociales influyen en la manera en que los usuarios de santa Elena perciben y procesan la						X		X		X		X		

		información?														
	Alcance del contenido.	¿Qué papel cree que juegan los algoritmos de personalización de plataformas como Facebook, TikTok e Instagram en el tipo de información que consumen los usuarios?					x		x		x		x			
Algoritmos de personalización	Frecuencia de interacción	¿Cómo valora el nivel de conectividad y el acceso a redes sociales en Santa Elena en relación con la diversidad o repetición de contenidos informativos que circulan?					x		x		x		x			
	Relevancia del contenido mostrado	¿Desde su experiencia qué criterios utilizan los usuarios para determinar si una fuente informativa en redes sociales confiable o no?					x		x		x		x			

	Conectividad	Capacidad de filtrado del usuario	¿Qué características destacan del consumo de noticias o información en redes sociales entre los habitantes Santa Elena (¿por ejemplo, rapidez, superficialidad, inmediatez, etc.?)						X		X		X		
FRAGMENTACIÓN INFORMATIVA	Exposición	Cohesión de la narrativa.	¿Considera que los usuarios en Santa Elena tienden a buscar información que refuercen sus creencias previas, ¿por qué cree que ocurre esto?						X		X		X		
	Selectiva	Descontextualización de la información	¿Ha notado alguna tendencia a la polarización de opiniones o temas en redes sociales locales? ¿qué consecuencias podrían tener esta polarización en la convivencia social o debate						X		X		X		

		público?															
Polarización de Contenidos	Calidad de las fuentes.	¿Cree que los usuarios de redes sociales en la provincia tienen acceso a una variedad de fuentes informativas, o percibe una limitación en este aspecto?						X		X			X			X	
	Originalidad de la información difundida	¿Los usuarios manifiestan sentirse abrumados por la cantidad de información en redes? ¿qué efectos cree que tiene esa sobrecarga en su capacidad crítica o nivel de atención?						X		X			X			X	
Acceso limitado a fuentes diversas	Persistencia y disponibilidad del contenido	¿En su análisis se percibe una perfecta fragmentación temática en los contenidos que circulan en redes sociales? ¿cómo impacta esto en la comprensión de						X		X			X			X	

			problemas complejos o en seguimiento de temas importantes?																	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

La Libertad 19 de mayo del 2025

Lcda. María Isabel Posligua Quinde.

Juez Experto

C.I: 240015875

Firma:



FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – Redes Sociales

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	

Calificación: 97/100

La Libertad 19 de mayo del 2025

Lcda. María Isabel Posligua Quinde.

Juez Experto

C.I: 240015875

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'María Isabel Posligua Quinde', written in a cursive style.

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: RODRIGUEZ AVENDAÑO KAROL DENISSE		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
LAS REDES SOCIALES Y LA PERCEPCIÓN DE FRAGMENTACIÓN INFORMATIVA EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	ENTREVISTA	
Objetivo:	Determinar el uso de las redes sociales en la percepción de fragmentación informativa en la provincia de Santa Elena.	
Dirigido a:		
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Posligua Quinde María Isabel	
Documento de identidad:	2400115875	
Grado académico:	Máster en Comunicación e Identidad Corporativa	
Especialidad:	Relaciones Públicas y RSC	
Experiencia profesional (años): 8 años		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir X	No aplicable
Sugerencia:		

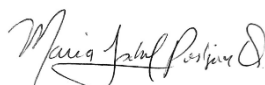
La Libertad 19 de mayo del 2025

Lcda. María Isabel Posligua Quinde.

Juez Experto

C.I: 240015875

Firma:



Anexo 3: Registro de tutorías realizadas en el proceso de Titulación



Tema: Antecedentes
Formulación del problema
Preguntas de investigación
Objetivo General y Específicos
Justificación
Tiempo: 1 hora
Modalidad: Presencial
Total, De Estudiantes: 1



Tema: Hipótesis
Tiempo: 1 hora
Modalidad: Presencial
Total, De Estudiantes: 1



Tema: Conceptualización de las variables de estudio
Tiempo: 1 hora
Modalidad: Presencial
Total, De Estudiantes: 1



Tema: Conocimiento actual

Tiempo: 1 hora

Modalidad: Presencial

Total, De Estudiantes: 1



Tema: Fundamentación teórica y Conceptual

Tiempo: 1 hora

Modalidad: Presencial

Total, De Estudiantes: 1



Tema: Enfoque de investigación

Tipo de investigación

Diseño de investigación

Alcance de la investigación

Operacionalización de las variables

Población, muestra y periodo de estudio

Técnicas e instrumentos de levantamiento de información

Tiempo: 1 hora

Modalidad: Presencial

Total, De Estudiantes: 1

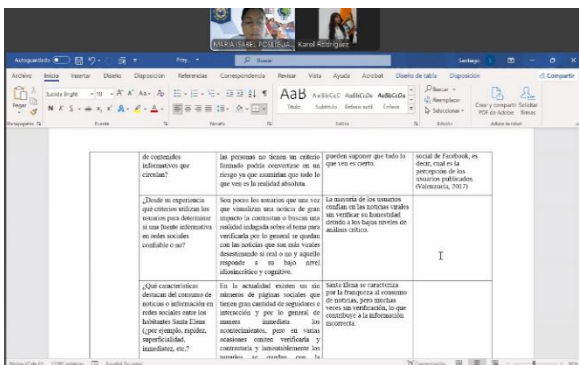


Tema: Análisis de resultados

Tiempo: 1 hora

Modalidad: Presencial

Total, De Estudiantes: 1



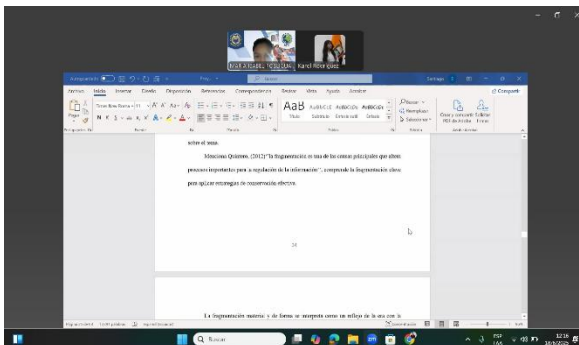
Tema: Discusión

Conclusiones y Recomendaciones

Tiempo: 1 hora

Modalidad: Presencial

Total, De Estudiantes: 1



Tema: Resumen e Introducción

Referencia y Anexos

Tiempo: 1 hora

Modalidad: Presencial

Total, De Estudiantes: 1

Anexo 4: Encuestas y entrevistas aplicadas.

Redes sociales y la percepción de fragmentación informativa en la provincia de Santa Elena.

Identificar los principales hábitos de consumo y difusión de información en redes sociales de los habitantes de la provincia de Santa Elena.

Examinar la relación entre el uso de redes sociales y la percepción de fragmentación informativa en los habitantes de la provincia de Santa Elena, mediante el análisis de sus interacciones y preferencias informativas.

En esta encuesta se desea conocer su opinión según las siguientes opciones:
1 (Casi Nunca), 2 (Usualmente no), 3 (Ocasionalmente), 4 (Usualmente), 5 (Casi Siempre)

Edad _____

Texto de respuesta breve _____

