



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

MODALIDAD DE TITULACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TÍTULO

**DEEPPFAKES EN FACEBOOK Y SU INCIDENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA
DIGITAL EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA 2025-2026**

AUTORES:

BRYAN FERNANDO YAGUAL PANCHANA

KATIUSKA PAOLA YAGUAL PANCHANA

TUTORA:

LIC. VILMA MARIBEL GARCIA GONZÁLEZ MSC

LA LIBERTAD – ECUADOR

2026



**FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES Y DE LA SALUD**

CARRERA DE COMUNICACIÓN

La Libertad, 16 de julio de 2026

CERTIFICADO DE TUTORÍA

En mi calidad de Profesor Tutor del Trabajo de Investigación de título **“Deepfakes en facebook y su incidencia en la opinión pública digital en la provincia de Santa Elena 2025-2026”** de autoría de los estudiantes **Yagual Panchana Bryan Fernando**, con CI: **2450567322** y **Yagual Panchana Katiuska Paola**, con CI: **2450099052** previo a la obtención del título de **Licenciados en Comunicación**, declaro que luego de haber orientado científica y metodológicamente su desarrollo se encuentra concluido en todas sus partes cumpliendo así con el proceso de acompañamiento determinado en la normativa interna, recomendando se inicien los procesos de evaluación que corresponden.

Lic. Vilma Maribel García González, MSc.

Docente tutora



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Yagual Panchana Bryan Fernando**, portador de la cédula de identidad N.º **2450567322** y **Yagual Panchana Katiuska Paola**, portador de la cédula de identidad N.º **2450099052** estudiantes de la carrera de Comunicación, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación: **“Deepfakes en facebook y su incidencia en la opinión pública digital en la provincia de Santa Elena 2025-2026”** es de mi autoría, ha sido elaborado de manera personal y cumple con las normas éticas y legales de la investigación académica. Asimismo, certifico que todas las fuentes utilizadas han sido debidamente citadas y referenciadas, respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros. En este sentido, manifiesto que no he incurrido en plagio, autoplagio ni en ninguna forma de deshonestidad académica, autorizando a su vez a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, a utilizar, reproducir, difundir y almacenar este trabajo con fines académicos, investigativos y de consulta.

Yagual Panchana Bryan Fernando

Fecha: 16 de julio del 2026

bryan.yagualpanchana@upse.edu.ec

Yagual Panchana Katiuska Paola

Fecha: 16 de julio del 2026

katiuska.yagualpanchana@upse.edu.ec

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Lic. Gerzon Alfredo Cochea Panchana, MSc.

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lic. Vilma Maribel García González MSc

**DOCENTE TUTORA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



Ing. Yolanda Paola Limones Borbor, Mgtr.

**ASISTENTE ADMINISTRATIVO
CARRERA DE COMUNICACIÓN.**



Katiuska Paola Yagual Panchana

ESTUDIANTE



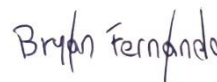
Lic. María Isabel Posligua Quinde, MSc.

**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lic. Gabriela Lourdes Vélez Bermello. PhD

**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



Bryan Fernando Yagual Panchana

ESTUDIANTE

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo ante todo a Dios para que sea nuestra guía y fortaleza durante todo este proceso académico. Gracias por brindarnos la sabiduría, la salud y la resistencia que necesitamos para superar cada desafío y permitirnos alcanzar uno de los objetivos más importantes de nuestra educación profesional. A nuestros padres y familias que han sido la piedra angular de nuestras vidas. Les agradecemos profundamente su amor incondicional, su apoyo constante, sus sacrificios y la confianza que siempre nos han demostrado. Sus enseñanzas, valores y palabras de aliento nos animaron a seguir adelante incluso en los momentos más difíciles, recordándonos que el esfuerzo, la dedicación y la perseverancia son las claves para alcanzar nuestros sueños.

Dedicamos también este logro a nuestros seres queridos, quienes nos acompañaron con paciencia, comprensión y motivación durante toda esta etapa. Su apoyo emocional fue fundamental para seguir firmes en el logro de este objetivo, brindándonos la fortaleza necesaria para enfrentar los desafíos que surgieron durante el desarrollo de este estudio.

A nuestros profesores y a todas las personas que de una forma u otra han aportado sus conocimientos, consejos y experiencia a nuestro crecimiento personal y profesional. Cada aprendizaje adquirido durante nuestra formación universitaria dejó una huella significativa, que hoy se refleja en la culminación de este trabajo.

Finalmente, nos dedicamos este estudio a nosotros mismos, compromiso y perseverancia demostrada a lo largo de este proceso. A pesar de los desafíos, supimos mantenernos firmes y apoyarnos para superar cada obstáculo y lograr esta importante meta académica. Este trabajo es el resultado de muchos años de esfuerzos, sacrificios y aprendizaje conjunto y simboliza el inicio de una nueva etapa profesional, llena de oportunidades, desafíos y obligaciones para aportar tus conocimientos al desarrollo de la sociedad. Con profundo amor y gratitud, dedicamos este logro a todas las personas que fueron parte de este viaje y que nos permitieron hoy celebrar la culminación de una meta que marcará nuestras vidas para siempre.

Bryan Fernando Yagual Panchana
Katiuska Paola Yagual Panchana

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por abrirnos las puertas al conocimiento y permitirnos formarnos como profesionales comprometidos con la ética, la responsabilidad y el servicio a la sociedad. A nuestros docentes, gracias por compartir sus conocimientos, experiencias y enseñanzas, las cuales contribuyeron significativamente a nuestro crecimiento personal y profesional.

Un agradecimiento especial a nuestra docente tutora de tesis, Lic. Vilma Maribel García González, por su paciencia, dedicación y valiosa orientación durante el desarrollo de esta investigación. Sus conocimientos, observaciones y acompañamiento constante fueron fundamentales para fortalecer nuestro trabajo y alcanzar los objetivos propuestos.

De manera especial, agradecemos a nuestros padres, Shirley Panchana y Freddy Yagual, por su amor incondicional, apoyo constante y por ser nuestra mayor inspiración. Gracias por enseñarnos, con su ejemplo, que el esfuerzo, la dedicación y la perseverancia son la clave para alcanzar nuestros sueños.

A nuestra familia, amigos y a todas las personas que nos acompañaron durante este proceso, gracias por cada palabra de aliento, por su confianza y por motivarnos a continuar hasta lograr esta meta.

Este logro es el resultado de la dedicación, el esfuerzo y el apoyo de quienes caminaron junto a nosotros. Hoy culminamos una etapa importante, con la satisfacción del deber cumplido y la motivación de seguir construyendo nuevos sueños y desafíos.

Bryan Fernando Yagual Panchana
Katiuska Paola Yagual Panchana

DEEPFAKES EN FACEBOOK Y SU INCIDENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA DIGITAL EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA 2025-2026

Yagual Panchana Katiushka Paola

Código Orcid: <https://orcid.org/0009-0001-4708-2483>

Yagual Panchana Bryan Fernando

Código Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-1819-1236>

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Carrera de Comunicación

RESUMEN

Esta investigación analizó la incidencia de los deepfakes difundidos en Facebook sobre la opinión pública digital en la provincia de Santa Elena durante el periodo 2025-2026. Se desarrolló bajo un paradigma positivista, con un enfoque mixto, diseño no experimental, alcance descriptivo-correlacional y corte transversal. La información se recopiló mediante un cuestionario estructurado aplicado a una muestra probabilística de 384 usuarios activos de Facebook y entrevistas semiestructuradas dirigidas a expertos en comunicación digital. Los resultados evidenciaron que más del 70 % de los participantes presenta dificultades para identificar la autenticidad de los contenidos audiovisuales generados con inteligencia artificial, como la clonación de voz, la sincronización labial y el intercambio facial, situación que incrementa la vulnerabilidad frente a la desinformación. Asimismo, el análisis cualitativo mostró que los sesgos cognitivos, el funcionamiento de los algoritmos de Meta y las limitaciones en alfabetización mediática favorecen la rápida difusión de estos contenidos. Se concluye que los deepfakes afectan la confianza en la información y distorsionan la construcción de la opinión pública digital, por lo que resulta necesario fortalecer programas de alfabetización mediática, verificación de información, pensamiento crítico y gobernanza tecnológica para promover una ciudadanía digital más informada y resiliente.

Palabras clave: Deepfakes, Facebook, opinión pública digital, desinformación, inteligencia artificial.

DEEPPAKES ON FACEBOOK AND THEIR IMPACT ON DIGITAL PUBLIC OPINION IN SANTA ELENA PROVINCE (2025–2026)

Yagual Panchana Katiushka Paola

Código Orcid: <https://orcid.org/0009-0001-4708-2483>

Yagual Panchana Bryan Fernando

Código Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-1819-1236>

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Carrera de Comunicación

ABSTRACT

This study analyzed the impact of deepfakes circulated on Facebook on digital public opinion in the province of Santa Elena during the 2025–2026 period. It was conducted within a positivist paradigm, employing a mixed-methods approach, a non-experimental design, a descriptive-correlational scope, and a cross-sectional study. Data were collected via a structured questionnaire administered to a probability sample of 384 active Facebook users and through semi-structured interviews with digital communication experts. The results revealed that over 70% of participants struggle to verify the authenticity of AI-generated audiovisual content—such as voice cloning, lip-syncing, and face-swapping—thereby increasing their vulnerability to misinformation. Furthermore, qualitative analysis indicated that cognitive biases, the mechanics of Meta’s algorithms, and limitations in media literacy facilitate the rapid spread of such content. The study concludes that deepfakes undermine trust in information and distort the formation of digital public opinion; consequently, it is essential to strengthen programs focused on media literacy, fact-checking, critical thinking, and technological governance to foster a more informed and resilient digital citizenry.

Keywords: Deepfakes, Facebook, digital public opinion, misinformation, artificial intelligence.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I.	PORTADA	1
II.	CERTIFICADO DE TUTORÍA.....	2
III.	DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	3
IV.	TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	4
V.	DEDICATORIA.....	¡Error! Marcador no definido.
VI.	AGRADECIMIENTOS	6
VII.	RESUMEN.....	7
VIII.	ABSTRACT	8
IX.	ÍNDICE DE CONTENIDOS	9
X.	ÍNDICE DE TABLAS	11
XI.	ÍNDICE DE FIGURAS	12
1.	INTRODUCCIÓN	13
2.	MARCO TEÓRICO O CONCEPTUAL	16
2.1.	Conocimiento actual	16
2.1.1.	Estudios nacionales sobre deepfakes y redes sociales en Ecuador	20
2.1.2.	Estudios locales y regionales relacionados con opinión pública digital	21
2.2.	Fundamentación teórica.....	22
2.2.1.	Teoría de la Sociedad Red y la Configuración de Entornos Digitales	22
2.2.2.	Teoría de la esfera pública	23
2.2.3.	La Teoría de la Simulación y los Simulacros de Jean Baudrillard.....	24
2.2.4.	La Teoría de la Infocracia de Byung-Chul Han	25
2.3.	Enfoque epistemológico	25
2.3.1.	Enfoque crítico	26
2.3.2.	Aporte del enfoque crítico al estudio	28
2.3.3.	Enfoque socio-tecnológico	28
	Matriz de operacionalización de variables.....	29
2.4.	Variable independiente	33

2.4.1.	Deepfakes en Facebook.....	33
2.4.2.	Dimensiones Deepfakes	33
2.4.3.	Opinión pública digital.....	35
2.5.	Relación entre deepfakes y opinión pública digital	36
3.	METODOLOGÍA	38
3.1.	Paradigma de investigación	38
3.2.	Enfoque de investigación.....	38
3.3.	Tipo o alcance de la investigación.....	39
3.4.	Diseño de investigación.....	40
3.5.	Métodos de investigación	41
3.6.	Técnicas de investigación	42
3.7.	Instrumentos de investigación	42
3.8.	Población	43
3.9.	Muestra	44
3.10.	Fase cuantitativa	44
3.11.	Fase cualitativa	45
3.12.	Procedimientos	46
3.13.	Procedimientos de datos:	47
4.	RESULTADOS.....	48
4.1.	Análisis cuantitativo: encuesta	48
4.2.	Análisis de entrevista.....	62
5.	DISCUSIONES.....	67
6.	CONCLUSIÓN.....	70
7.	RECOMENDACIONES.....	71
8.	REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS.....	71
9.	ANEXOS	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Sexo de los encuestados	48
Tabla 2 Edad de los encuestados	e49
Tabla 3 Cantón donde reside	50
Tabla 4 ¿Con qué frecuencia utiliza Facebook al día?	51
Tabla 5 Nivel de instrucción (Educación alcanzada)	52
Tabla 6 ¿Con qué frecuencia consume o lee noticias a través de Facebook?	53
Tabla 7 Dimensión: Exposición y reconocimiento de deepfakes.....	54
Tabla 8 Dimensión: Credibilidad de la información	56
Tabla 9 Dimensión: Influencia en las percepciones y opiniones	58
Tabla 10 Dimensión: Formación crítica de la opinión	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Sexo de las personas encuestadas	48
Figura 2 Edad de los encuestados	49
Figura 3 Cantón donde reside	50
Figura 4 ¿Con qué frecuencia utiliza Facebook al día?	51
Figura 5 Nivel de instrucción	52
Figura 6 ¿Con qué frecuencia consume o lee noticias a través de Facebook?	53
Figura 7 Dimensión: Exposición y reconocimiento de deepfakes	54
Figura 8 Dimensión: Credibilidad de la información	56
Figura 9 Dimensión: Influencia en las percepciones y opiniones.....	58
Figura 10 Dimensión: Formación crítica de la opinión	60

1. INTRODUCCIÓN

La rápida expansión de la inteligencia artificial generativa ha transformado la creación y difusión de contenidos en las redes sociales. Entre estos avances destacan los deepfakes, contenidos audiovisuales manipulados mediante inteligencia artificial que alteran rostros, voces y relatos con gran realismo. Este fenómeno representa un problema global, ya que puede distorsionar la verdad, afectar la credibilidad de la información e influir en la percepción de los ciudadanos. En este contexto, plataformas de Meta como Facebook facilitan el consumo y la difusión inmediata de información, muchas veces sin una adecuada verificación

Según Jenkins (2009), la convergencia de medios ha transformado a las audiencias en participantes activos en los ecosistemas digitales, permitiendo que el contenido se difunda rápidamente y tenga un impacto masivo. En la era de la posverdad, este problema es consciente. De acuerdo con Baudrillard (1998), las sociedades modernas viven en una lógica de simulación donde las representaciones pueden sustituir a la realidad misma, evidente en los contenidos audiovisuales manipulados por la inteligencia artificial.

De manera similar, Chomsky (1988) explica que los medios y las estructuras comunicativas tienen la capacidad de influir en la percepción social a través de mecanismos de persuasión y construcción simbólica de la realidad. En consecuencia, los deepfakes estaban vinculados con la manipulación emocional, el cambio de credibilidad de la información en las plataformas digitales y la desinformación.

En Ecuador, el uso creciente de redes sociales como principal fuente de información ha transformado la comunicación y la participación ciudadana. En la provincia de Santa Elena, donde el acceso a plataformas digitales ha aumentado, la difusión de contenidos audiovisuales manipulados puede influir en la percepción de acontecimientos sociales, culturales y políticos. Desde la perspectiva de Habermas (1989), la información manipulada puede alterar el espacio público y los procesos de interacción social. Asimismo, Noelle-Neumann (1984), mediante la teoría de la espiral del silencio, sostiene que la percepción de

las opiniones predominantes influye en el comportamiento ciudadano, una dinámica que los deepfakes pueden intensificar al presentar contenido falso con apariencia de autenticidad.

A partir de esta problemática, surge la necesidad de estudiar de qué manera los deepfakes difundidos en Facebook inciden en la formación de opinión pública digital de la provincia de Santa Elena durante el periodo 2025-2026. El problema central de esta investigación se relaciona con la influencia que tienen los contenidos manipulados mediante inteligencia artificial sobre la percepción, interpretación y credibilidad de la información consumida por los usuarios de esta red social.

En este marco, el estudio tiene como propósito responder a la siguiente pregunta:

En la provincia de Santa Elena, durante los años 2025 y 2026, ¿De qué manera influyen los deepfakes que circulan en Facebook sobre la formación de las opiniones públicas digitales de su población?

El objetivo general de este estudio es analizar la incidencia de los deepfakes difundidos en Facebook en la opinión pública digital de la provincia de Santa Elena durante el periodo 2025-2026.

Como objetivos específicos se plantea:

- Identificar los tipos de deepfakes difundidos en Facebook que circulan entre los usuarios de la provincia de Santa Elena durante el periodo 2025-2026.
- Determinar el nivel de exposición y reconocimiento de los contenidos manipulados mediante la inteligencia artificial por parte de los usuarios digitales de la provincia de Santa Elena.
- Evaluar la influencia de los deepfakes en la credibilidad y percepción de la información compartida en Facebook.
- Establecer la incidencia de los deepfakes en la construcción de la opinión pública digital de los usuarios de la provincia de Santa Elena.

Desde el enfoque cuantitativo, la hipótesis se plantea como tema general que los deepfakes difundidos en Facebook inciden significativamente en la formación de la opinión pública digital entre los habitantes de la provincia de Santa Elena, generando alteraciones en la percepción de credibilidad y veracidad de la información.

El valor de esta investigación se encuentra en su contribución a nivel académico, social y comunicacional. Desde la perspectiva científica, posibilitará que se amplíe el análisis de la inteligencia artificial, la opinión pública y la desinformación digital en escenarios locales del Ecuador, lo cual favorecerá el fortalecimiento teórico de la comunicación digital actual. El estudio tiene como objetivo, en lo social, fomentar una mayor conciencia entre los ciudadanos y crear conciencia acerca de los peligros relacionados con los contenidos manipulados.

Asimismo, los resultados podrán seguir como referencia para medios de comunicación, instituciones educativas y organismos públicos interesados en fortalecer estrategias de verificación informativa y educación digital frente a los desafíos de información contemporánea.

De esta manera, la investigación no solo aborda un fenómeno tecnológico emergente, sino que analiza también sus implicaciones en la construcción de la realidad social y en los procesos de interacción ciudadana dentro de los entornos digitales actuales, consolidándose como un estudio pertinente, actual y necesario para comprender los efectos de la inteligencia artificial contemporánea.

El trabajo de titulación actual está dividido en capítulos que están interrelacionados, lo cual posibilita realizar la investigación de forma lógica y estructurada. En la Introducción se explica el contexto en que se realiza la investigación, así como el planteamiento del problema, los objetivos y la razón por la cual se lleva a cabo. El Marco Teórico comprende las teorías, conceptos y antecedentes más relevantes de la comunicación que dan soporte a la investigación; asimismo, incorpora la matriz para operacionalizar las variables. Después, el Marco Metodológico explica la combinación de métodos que se ha adoptado, el diseño de la investigación, la población y la muestra probabilística, así como las técnicas e instrumentos empleados para recopilar los datos. Se presentan y se analizan los resultados y las conclusiones en el capítulo correspondiente, donde se expone la información obtenida a través de un proceso de triangulación que combina evidencias cualitativas y cuantitativas. Por último, las conclusiones y recomendaciones resumen los aportes más relevantes del estudio, los comparan con la bibliografía científica y proponen medidas para mejorar el pensamiento crítico y la alfabetización mediática en Santa Elena.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Conocimiento actual

En los últimos años, la extensión de la inteligencia artificial ha permitido el crecimiento de tecnologías capaces de modificar contenidos audiovisuales con altos niveles de realismo. Con este contexto, los deepfakes se han convertido en unos de los principales fenómenos de estudio en el ámbito comunicacional y digital debido a su capacidad de influir en la sociedad, la credibilidad informativa y la opinión pública.

Según Chesney y Citron, (2019), en Estados Unidos desarrollaron un estudio para analizar el impacto de la falsificación profunda en los sistemas democráticos y la confiabilidad de la información digital. El objetivo del estudio es determinar cómo el contenido manipulado con la ayuda de la inteligencia artificial afecta la credibilidad del público y contribuye a escenarios de la desinformación. El método utilizado fue un enfoque cualitativo basado en el análisis documental y revisión de casos mediáticos relacionados con la manipulación audiovisual. Los principales resultados mostraron que los deepfakes tienen una gran capacidad para cambiar la percepción de la sociedad, crear desconfianza e influir en los procesos políticos de la comunicación. Este estudio contribuye a esta investigación porque permite comprender la relación entre la manipulación audiovisual y la confianza digital en plataformas sociales como Facebook.

De la misma forma, Chadwick et al., (2023) realizaron un estudio en el Reino Unido, centrado en el impacto de la desinformación digital en el comportamiento de los usuarios en las redes sociales. El propósito fue examinar la respuesta de los usuarios a contenidos falsos que se difunden por medio de plataformas digitales. Se empleó un método cuantitativo, que consistió en una encuesta y el análisis de interacciones digitales en redes sociales. Los hallazgos indicaron que los usuarios tienen dificultades para diferenciar entre el contenido auténtico y el contenido manipulado, sobre todo cuando este último se difunde con rapidez en las redes sociales. Asimismo, hallaron que la viralización incrementa la credibilidad que se percibe de la información. Este estudio contribuye a esta investigación porque permite analizar cómo la viralización digital afecta la formación de opinión pública en Facebook.

Por otro lado, López, et al., (2023) han estudiado la desinformación, las redes sociales y la inteligencia artificial en el contexto de la democracia digital. El objetivo del estudio fue identificar tendencias de investigación relacionadas con campañas electorales, noticias falsas y automatización digital en América Latina. El método utilizado fue descriptivo y documental, revisando sistemáticamente la literatura académica publicada entre 2015 y 2022. Los hallazgos indicaron que las redes sociales propician la propagación de información falsa y de contenidos manipulados, particularmente en situaciones electorales y políticas. Asimismo, se determinó que la inteligencia artificial incrementa el peligro de manipulación informativa y tiene un impacto en cómo se forma la opinión pública digital. Esta investigación aporta a nuestro estudio al hacernos entender de qué manera los contenidos manipulados en formato audiovisual y la desinformación tienen un impacto en el modo en que se percibe lo social en redes digitales como Facebook. Se han llevado a cabo varias investigaciones en la provincia de Santa Elena y en la zona costera del Ecuador para analizar cómo actúa la gente en el mundo digital y cómo las redes sociales afectan la opinión pública.

En la misma línea, Proaño (2022) afirma que la comunicación política ha progresado de manera significativa. Es así como las personas de la provincia de Santa Elena tienen fácil acceso a la comunicación a través de las plataformas digitales como Facebook contribuyendo a la divulgación y creación de opiniones públicas e interacciones en tiempo real.

Los antecedentes revisados evidencian que los deepfakes constituyen una amenaza creciente para la credibilidad informativa y la formación de la opinión pública digital. No obstante, se identifica un vacío investigativo en contextos locales ecuatorianos, particularmente en la Provincia de Santa Elena, donde aún no existen estudios específicos que analicen la incidencia de los deepfakes difundidos en Facebook sobre la opinión pública digital. Esta brecha justifica la pertinencia de la presente investigación.

Según Chesney y Citron (2019) los tipos de deepfakes pueden clasificarse en diferentes:

- Face swapping (intercambio facial)

Consiste en sustituir digitalmente el rostro de una persona por el de otra en una imagen o vídeo mediante algoritmos de inteligencia artificial. Este es uno de los tipos más comunes de suplantación de identidad profunda y puede usarse para manipular la identidad visual de una persona y crear contenido falso que parece real.

- Sincronización labial falsa (deepfake de lip-sync)

Esta modalidad de suplantación de identidad altera los movimientos bucales de un individuo en un video con el fin de que parezca que está pronunciando oraciones o palabras que nunca dijo. Su propósito fundamental es modificar las declaraciones o discursos que se emplean normalmente en contextos políticos, mediáticos o de desinformación.

- Audio deepfake (clonación de la voz)

La clonación de voz es un método que se basa en la inteligencia artificial y que, a partir de muestras reales de sonido, posibilita reproducir el ritmo, el tono y los rasgos vocales de un individuo. Esta forma de falsificación profunda puede ser empleada para generar registros falsos que parecen muy verídicos y que impactan la credibilidad y autenticidad de los datos.

- Manipulación de video (manipulación de imágenes en movimiento)

Este tipo de deepfake posibilita la creación de percepciones engañosas y muy persuasivas que pueden causar desinformación y perjudicar la confianza del público. Su efecto es más fuerte en redes sociales como Facebook, puesto que este contenido tiene la capacidad de propagarse y ser percibido como auténtico.

– Synthetic media (medios sintéticos)

Los medios sintéticos son contenidos digitales creados total o parcialmente con la ayuda de inteligencia artificial, incluidas imágenes, sonido, vídeo o texto, que se generan sin intervención humana directa en la producción final. Este tipo de tecnología utiliza modelos avanzados de aprendizaje automático

para producir materiales de apariencia auténtica pero completamente artificiales.

De acuerdo con Mirsky y Lee (2020), Varios estudios sobre alfabetización digital y verificación de contenidos muestran que identificar deepfakes requiere una observación crítica de elementos visuales, auditivos y contextuales. En este sentido existen varias estrategias que permiten reconocer posibles manipulaciones digitales.

- Detectar movimientos faciales inusuales: Las falsificaciones profundas pueden mostrar parpadeos extraños o movimientos faciales que parecen antinaturales.
- Comprueba la relación entre la voz y los labios: si el movimiento de los labios no coincide con el sonido, es posible que el contenido haya sido manipulado.

- Evalúe la calidad visual: es importante estar atento a áreas borrosas, sombras poco realistas o variaciones de iluminación extrañas.
- Examine el audio con atención: las voces producidas por IA pueden tener una pronunciación, entonación o pausas poco creíbles.
- Compruebe la procedencia del contenido. Comprobar si una imagen, un audio o un video tiene su origen en una fuente fidedigna u oficial contribuye a establecer su veracidad.
- Compare con otras fuentes de información: La búsqueda de la misma información en fuentes acreditadas le posibilita corroborar su precisión.
- Utiliza instrumentos especializados: Hay aplicaciones y programas que facilitan la detección de manipulaciones digitales potenciales.
- Si es posible, revise los metadatos. La información técnica de un archivo puede brindar indicios acerca de cuándo fue creado o editado.
- Observe con atención detalles físicos sospechosos: Artículos como dientes, ojos, cabello, manos o accesorios pueden presentar anomalías o fallos.
- Sostenga una postura crítica: Es un buen consejo poner en duda el contenido que sea excesivamente sorprendente o polémico hasta que se disponga de pruebas que verifiquen su credibilidad.

La opinión pública según Lippmann (1922), se origina en la forma en que las personas interpretan imágenes o cualquier tipo de contenido, lo cual está frecuentemente afectado por los medios de comunicación y por la información que se difunde en la sociedad.

Hoy en día, en el entorno digital, la falsificación profunda y la desinformación se están volviendo cada vez más comunes. Resulta crucial desarrollar la habilidad de análisis crítico en los usuarios para que puedan juzgar la precisión del contenido. En este sentido, se ofrecen algunas estrategias para reducir el impacto de la información falsa y promover el consumo responsable de contenidos digitales:

- Desarrollar el pensamiento crítico antes de aceptar la información como verdadera.
- Comparar información de diferentes medios y fuentes confiables.
- Evite compartir contenido sin verificar su autenticidad.
- Promover la educación mediática y digital entre los ciudadanos.
- Analizar quién prepara y distribuye la información.

- Identifique posibles sesgos o intereses creados detrás de los mensajes.
- Confíe en expertos y organizaciones de pruebas para confirmar los hechos.
- Promover el debate informado y el intercambio de evidencia.
- Reconozca que las imágenes y los videos pueden manipularse.
- Mantener una actitud responsable en las redes sociales para evitar difundir información errónea.

2.1.1. Estudios nacionales sobre deepfakes y redes sociales en Ecuador

De acuerdo con Apolo, et al., (2022) desarrollaron un estudio cuyo nombre es “Fake news e incremento desinformativo durante el estado de excepción 2020: caso El Mercio, Ecuador”. El objetivo principal era analizar cómo la difusión de contenidos falsos en Facebook afecta las percepciones de los usuarios durante los procesos políticos y sociales. El método utilizado fue cuantitativo con un diseño descriptivo y aplicación de encuestas a usuarios de redes sociales en diferentes provincias del país. Los hallazgos principales revelaron que Facebook es una de las plataformas digitales más empleadas para obtener información política y social. No obstante, los usuarios también están expuestos a un alto nivel de noticias falsas y contenido manipulado. Asimismo, los autores llegaron a la conclusión de que las habilidades de verificación de información por parte de los ciudadanos digitales son restringidas. Esta investigación aporta a este estudio porque nos ayuda a entender de qué manera la información incorrecta que se difunde en Facebook puede afectar el desarrollo de la opinión pública digital.

Según Colina et al., (2024) desarrollaron un estudio denominado “percepciones y reacciones ante las fake news en estudiantes universitarios”. El objetivo del estudio fue determinar el nivel de confianza de los usuarios en los contenidos compartidos en las redes sociales y analizar la capacidad crítica para identificar información falsa. El método utilizado fue descriptivo y correlativo mediante encuestas de consumo de noticias digitales y análisis estadístico. Los hallazgos revelaron que muchos usuarios confían en los datos proporcionados por Facebook sin comprobar las fuentes originales, lo cual incrementa el peligro de desinformación digital. Además, se notó que la habilidad de detectar contenidos manipulados está influenciada de manera importante por el conocimiento sobre los medios. Este estudio aporta a esta investigación al relacionar la confiabilidad de la información con cómo se perciben socialmente los contenidos manipulados en formato audiovisual.

En el caso de Cárdenas et al., (2025) realizaron un estudio sobre “Patrones de consumo de noticias en los jóvenes amazónicos ecuatorianos: ¿Medios tradicionales o digitales? Patrones de consumo de noticias en la juventud amazónica ecuatoriana: ¿medios tradicionales o digitales?”. El objetivo principal fue determinar cómo los jóvenes interpretan y comparten contenidos digitales en plataformas como Facebook. El método fue mixto utilizando encuestas y entrevistas a estudiantes universitarios ecuatorianos. Los resultados revelaron que Facebook sigue siendo una de las plataformas más importantes utilizadas para el consumo de información digital y que los usuarios tienen dificultades para distinguir el contenido real del contenido alterado. Además, se concluyó que la viralización de contenidos emocionales aumenta la difusión de información falsa. Esta investigación contribuye a esta investigación porque nos permite analizar cómo la circulación de deepfakes en Facebook puede afectar las percepciones y opiniones de los usuarios digitales.

2.1.2. Estudios locales y regionales relacionados con opinión pública digital

Según López, (2016) señala la importancia de como la plataforma Facebook influye en la formación de la opinión pública. La investigación utilizó un enfoque cuantitativo que se basó en el seguimiento de contenidos y niveles de interacción del público en redes sociales que genere en la opinión pública. Los resultados mostraron que las redes sociales se han consolidado en espacios importantes que son vías para el acceso rápido en la circulación de información, el debate público y la construcción de percepciones sociales. Esta investigación es relevante porque permite comprender la influencia de las plataformas digitales en la formación de la opinión pública.

En consecuencia, Urgilés et al., (2022) en este estudio analizan la influencia de las redes sociales en la difusión de información y la desinformación que circula en entornos digitales. De igual manera, estudiar el comportamiento de usuarios frente a contenidos audiovisuales con gran magnitud de viralización. La investigación señala que muchos usuarios que a diario usan las redes sociales, consumen y comparte información con contenidos no verificados, aumentando la circulación de información falsa. Este antecedente es de suma importancia en esta investigación porque ayuda al entendimiento de los deepfakes se ven afectados en la credibilidad informativa y la percepción social en la plataforma Facebook.

Según Vega et al., (2024) la difusión de información falsa en las redes sociales es una preocupación debido a la agilidad y rapidez que tiene para desinformar y tergiversar la opinión Pública. Esta comprensión es fundamental para el desarrollo de recomendación para poder identificar los contenidos manipulados originando a la desinformación masiva en el entorno social, político y cultural.

2.2.Fundamentación teórica

El marco teórico contribuye al desarrollo de este estudio, ya que permite sustentar científicamente las variables relacionadas con el deepfake de Facebook y la opinión pública digital. Utilizando diversas teorías de la comunicación, la sociedad digital y la posverdad, buscamos comprender cómo las plataformas digitales influyen en la percepción social, el flujo de información y la formación de opinión en el entorno virtual actual. Además, estas teorías nos permiten analizar cómo los contenidos audiovisuales manipulados con ayuda de inteligencia artificial afectan la confiabilidad de la información y el comportamiento de los usuarios digitales en la provincia de Santa Elena, en dónde Facebook forma parte de una de las principales plataformas de interacción y comunicación permitiendo analizar a los deepfakes, la interconectividad digital aportando herramientas favoreciendo escenarios de manipulación audiovisual.

2.2.1. Teoría de la Sociedad Red y la Configuración de Entornos Digitales

La teoría de la sociedad en red desarrollada por Castells (1996) La justificación de este fenómeno también se respalda en la Teoría de la Sociedad Red, propuesta por Manuel Castells. En este modelo estructural, la sociedad contemporánea se organiza en torno a redes de información que redefinen las relaciones de poder, la cultura y la comunicación. Dentro de esta dinámica, la interactividad tecnológica que ofrecen las plataformas digitales no es neutra; frecuentemente en las redes sociales se generan condiciones propicias para que los usuarios perciban ciertos contenidos de manera favorable o desfavorable, independientemente de su veracidad.

En el contexto de plataformas como Facebook, la red no solo distribuye datos, sino que propicia un entorno favorable para la asimilación de discursos visuales complejos como los deepfakes. Los ciudadanos, al estar interconectados en múltiples direcciones, no solo utilizan la información, sino que también la difunden y la validan dentro de sus propias redes de confianza. Así, la organización de la red establece condiciones dinámicas que permiten la rápida aceptación de simulaciones interactivas y dan forma a la opinión pública digital de manera colectiva y descentralizada.

2.2.2. Teoría de la esfera pública

La teoría de la esfera pública propuesta por Habermas, (1981) hace un aporte significativo a las investigaciones actuales, ya que permite analizar cómo los espacios digitales se convierten en escenarios para la deliberación ciudadana y la formación de opinión pública. Esta teoría está relacionada con la variable independiente, los deepfakes en Facebook, porque el contenido manipulado cambia la calidad y veracidad de la información distribuida en los espacios digitales. La opinión pública digital, que es la variable dependiente, también tiene relación con esto, ya que las opiniones colectivas surgen de procesos de comunicación que se llevan a cabo en plataformas digitales como Facebook.

El espacio en el que los ciudadanos se involucran en discusiones acerca de temas políticos, sociales y culturales se conoce como esfera pública. El escritor sostiene que la comunicación debería fomentar el desarrollo de una ciudadanía activa y crítica; no obstante, la dinámica de los medios actuales puede llevar a manipular, tergiversar la información y debilitar el debate público.

La transformación digital está empujando la esfera pública hacia plataformas como Facebook que se han adaptado a escenarios de debates sociales y políticos donde usuarios de todo el mundo expresan opiniones, ideas, reacciones y comparten acontecimientos. Sin embargo, a diferencia de la esfera pública clásica propuesta por Habermas, el ecosistema digital presenta nuevos desafíos relacionados con la velocidad de circulación.

Hoy en día, Facebook funciona como un espacio público digital donde millones de usuarios interactúan, comentan y comparten información constantemente. No obstante, la existencia de

deepfakes y de material audiovisual alterado tiene un impacto negativo en el debate público digital, porque produce desconfianza en lo que se difunde en las redes sociales, confusión e información engañosa.

La falsificación profunda, en este contexto, supone retos considerables para el ámbito público digital. Si se manipula lo que parece ser contenido auténtico, puede distorsionarse el pensamiento de los ciudadanos y malinterpretarse a personas, hechos o eventos. La existencia de deepfakes pone en peligro la calidad del debate público al introducir información falsa en espacios donde se forman opiniones colectivas a partir de lo que se consume y comparte.

Esta teoría ayuda a entender de qué manera la difusión de deepfakes puede alterar razonamientos digitales y modificar la percepción social acerca de asuntos culturales, sociales y políticos en la provincia de Santa Elena, donde el uso de Facebook es una costumbre diaria entre los adultos y los jóvenes.

La teoría de la esfera pública desarrolla aspectos relacionados con el espacio público digital, la deliberación ciudadana, la formación de opinión y la influencia de los medios. En relación con este estudio, permite comprender cómo los deepfakes cambian la percepción de los usuarios e influyen en los procesos de formación de opinión pública digital en la provincia de Santa Elena, además analiza los espacios digitales se establecen escenarios de formación de opinión pública y como la manipulación altera la calidad del debate.

2.2.3. La Teoría de la Simulación y los Simulacros de Jean Baudrillard

Para entender cómo la gente asimila y reacciona ante los videos manipulados con inteligencia artificial (deepfakes), resulta clave revisar las ideas de Baudrillard (1981) sobre la simulación. En su planteamiento, el autor explica que las sociedades actuales han dejado atrás la simple representación de las cosas para adentrarse en lo que él llama "hiperrealidad". Esto ocurre cuando construimos imágenes o modelos que simulan la realidad, pero que no tienen un referente real o físico detrás. Baudrillard sostiene que la simulación no solo disfraza o maquilla la verdad, sino que la reemplaza por completo, haciendo que la frontera entre lo auténtico y lo falso desaparezca.

Llevando este concepto al terreno de Facebook, los deepfakes funcionan como los simulacros perfectos de nuestro tiempo. Ya no hablamos de un montaje fotográfico evidente o de una edición burda, sino de una tecnología capaz de quebrar nuestra confianza visual. Cuando los usuarios se encuentran con estos contenidos en su inicio de Facebook, experimentan una pérdida real de la capacidad para dudar. Al final, la simulación tecnológica es tan precisa que se consume como un hecho real, lo que termina por moldear la percepción de los ciudadanos sobre su entorno social y político de forma directa y sin filtros críticos.

2.2.4. La Teoría de la Infocracia de Byung-Chul Han

Para analizar este problema desde el ángulo del control político y el flujo de información en las plataformas digitales, los planteamientos recientes de Han (2022) sobre la Infocracia son fundamentales. Han advierte que las democracias modernas atraviesan una crisis profunda porque el debate público ya no se construye mediante el diálogo racional, la confrontación de ideas o la argumentación. En su lugar, el debate ha sido suplantado por dinámicas digitales donde mandan la inmediatez, el flujo constante de datos y la optimización algorítmica.

El núcleo del argumento de Han (2022) es que hoy en día la información viaja mucho más rápida que la verdad. Los deepfakes hallan el espacio ideal para crecer en una red social como Facebook, en la que el éxito de una publicación está determinado por las interacciones rápidas (los me gusta, los compartidos y el impacto emocional instantáneo). Estos contenidos engañosos, al volverse virales sin ningún tipo de verificación o filtro, además de confundir a la población, funcionan como instrumentos de manipulación silenciosa. Así, la opinión pública digital deja de ser libre y se convierte en un objetivo que se manipula mediante estímulos visuales creados para engañar.

2.3. Enfoque epistemológico

El sustento epistemológico de este estudio se alinea con el paradigma positivista. Esta postura es la más adecuada para abordar el fenómeno, ya que parte de la premisa de que la realidad social se puede observar, medir y analizar de manera objetiva y externa al investigador. Al enfocar el estudio en la relación entre los deepfakes en Facebook y la opinión pública, se busca identificar patrones de comportamiento colectivos y relaciones de causa y efecto mediante datos

numéricos concretos, evitando interpretaciones subjetivas o sesgos individuales en la recopilación de la información.

2.3.1. Enfoque crítico

Desde la perspectiva de la teoría crítica de la comunicación desarrollada por la Escuela de Frankfurt y representada por autores como Adorno y Horkheimer, (1947), los medios no sólo transmiten información, sino que también pueden convertirse en instrumentos de influencia ideológica y de reproducción de relaciones de poder. Esta posición teórica nos permite comprender cómo los contenidos creados por las tecnologías digitales y la inteligencia artificial pueden utilizarse para moldear percepciones, formar opiniones e influir en las capacidades críticas de los usuarios.

Este estudio se beneficia de forma relevante del enfoque crítico, dado que posibilita el análisis de las relaciones presentes entre la manipulación de información, la tecnología, el poder y la comunicación en el contexto digital contemporáneo. Para analizar los deepfakes en Facebook y su efecto en la opinión pública digital, es fundamental este enfoque, pues permite entender cómo las tecnologías digitales tienen la capacidad de moldear la percepción social, el desarrollo de opiniones y la difusión de contenidos alterados en las redes sociales.

Este estudio examina de manera crítica la forma en que el contenido audiovisual alterado por inteligencia artificial puede transformarse en instrumentos de control simbólico y desinformación dentro de Facebook. La formación de percepciones, ideologías y comportamientos sociales en el entorno virtual contemporáneo. Este método, además, está vinculado con la variable dependiente, que es la opinión pública digital, porque estudia de qué manera las plataformas tecnológicas y los medios digitales afectan la creación de percepciones, ideologías, conductas y criterios sociales en los espacios virtuales contemporáneos. En relación con el objeto de estudio, el enfoque crítico permite interpretar cómo los usuarios de la provincia de Santa Elena interactúan con el contenido audiovisual manipulado que circula en Facebook y cómo afecta la credibilidad de la información, la confianza digital y la formación de opiniones sobre temas sociales, políticos y comunicacionales.

Desde el punto de vista de Habermas, (1981), el enfoque crítico analiza cómo los sistemas y medios de comunicación influyen en la esfera pública y en la formación del significado social.

El autor considera que la comunicación debe promover el desarrollo de una ciudadanía crítica y participativa; Sin embargo, la dinámica de los medios modernos puede conducir a la manipulación, la distorsión de la información y el debilitamiento del debate público. En este contexto, los deepfakes difundidos por Facebook amenazan la calidad de la información y la formación de opiniones informadas en los espacios digitales.

Por otro lado, Castells, (1996) sostiene que la sociedad moderna está estructurada por redes de información digital que transforman las dinámicas de comunicación, participación social y acceso al conocimiento. Según el autor, las plataformas digitales tienen un importante poder informativo debido a su capacidad para viralizar contenidos y moldear la percepción colectiva. Desde esta perspectiva, Facebook tiene un impacto significativo en la configuración de la opinión pública digital debido al amplio alcance del contenido compartido en la plataforma. Asimismo, Han, (2022) afirma que la hiperconectividad digital y la sobrecarga informativa crean escenarios de desinformación que reducen la capacidad crítica y reflexiva de la audiencia. El autor considera que las redes sociales promueven el consumo rápido, emocional e inmediato de contenidos, situación que incrementa la circulación de noticias falsas, manipulación audiovisual y desinformación digital en las plataformas tecnológicas actuales.

El principal aporte del enfoque crítico en este estudio es que permite comprender cómo los deepfakes difundidos por Facebook pueden influir en la formación de la opinión pública digital a través de procesos de manipulación simbólica, viralización y desinformación. Además, este enfoque facilita el análisis de las consecuencias sociales y comunicativas de la circulación de contenidos falsos, ayudando a interpretar críticamente el impacto de la inteligencia artificial en la percepción de los ciudadanos y la credibilidad de la información en el contexto digital de la provincia de Santa Elena.

¿Por qué se utiliza el enfoque crítico?

La presente investigación utiliza el enfoque crítico porque analiza:

- manipulación informativa;
- poder de las plataformas digitales;
- desinformación;
- construcción de opinión pública;
- influencia tecnológica sobre la sociedad.

Autores clave

- Jürgen Habermas
- Manuel Castells
- Byung-Chul Han

2.3.2. Aporte del enfoque crítico al estudio

El enfoque crítico permite analizar cómo las tecnologías digitales y las redes sociales influyen en la construcción de la realidad social y la opinión pública, generando dinámicas de poder, manipulación y desinformación dentro de los entornos digitales contemporáneos. Asimismo, facilita comprender cómo los deepfakes difundidos en Facebook afectan la percepción social, la credibilidad informativa y el comportamiento digital de los usuarios de la provincia de Santa Elena.

2.3.3. Enfoque socio-tecnológico

El enfoque socio-tecnológico hace un aporte significativo a este estudio, ya que permite comprender la relación entre tecnología, comunicación y sociedad en el entorno digital actual. Este enfoque está directamente relacionado con la variable independiente, los deepfakes en Facebook, ya que analiza cómo las herramientas tecnológicas basadas en inteligencia artificial facilitan la creación y distribución de contenidos audiovisuales manipulados en plataformas digitales. Además, tiene conexión con la variable dependiente, que es la opinión pública digital; esto se debe a que estudia cómo las redes sociales afectan el desarrollo de percepciones, conductas y puntos de vista en conjunto en entornos virtuales.

Para Castells (1996), Las redes de información digital son el fundamento de la organización de la sociedad moderna, pues cambian las interacciones sociales, los procesos comunicativos y la divulgación de contenidos. Según el autor, las plataformas digitales tienen una notable capacidad comunicativa debido a que pueden vincular usuarios, difundir información de manera viral y fomentar procesos de participación social en ambientes altamente conectados.

Por otro lado, Jenkins (2006) explica que las plataformas digitales promueven el desarrollo de una cultura participativa en la que los usuarios no sólo consumen contenidos, sino que también producen, comparten y distribuyen información en las redes sociales. Según el autor, la interacción constante entre los usuarios y las tecnologías digitales crea nuevas formas de comunicación, participación e influencia social.

Este enfoque analiza aspectos relacionados con la interacción tecnología-sociedad, las plataformas digitales, la cultura participativa y la viralización de contenidos. Dentro del marco de esta investigación, Facebook es un lugar digital en el que los usuarios se relacionan continuamente con contenidos audiovisuales que pueden tener la capacidad de impactar tanto en la percepción social como en la creación de una opinión pública digital.

La relación entre el enfoque socio-tecnológico y los deepfakes se basa en que ambos son fenómenos tecnológicos que generan impactos a nivel social y comunicativo. Los deepfakes se valen de la inteligencia artificial para alterar voces, vídeos e imágenes con un grado de realismo muy alto; esto contribuye a que en plataformas digitales como Facebook se propague información falsa. Asimismo, la difusión de este contenido puede influir en la credibilidad de lo que se informa, generar confusión social y modificar las percepciones y acciones de los usuarios en línea. Lo que más contribuye a esta investigación desde la perspectiva socio-tecnológica es que posibilita entender cómo las tecnologías digitales y las redes sociales tienen un impacto en la difusión de contenidos manipulados y en la creación de la opinión pública digital en la provincia de Santa Elena.

Matriz de operacionalización de variables

Tema: Deepfakes en Facebook y su incidencia en la opinión pública digital de la provincia de Santa Elena, 2025-2026

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnicas	Instrumentos

Variable independiente: Deepfakes en Facebook	Los deepfakes son contenidos audiovisuales manipulados mediante inteligencia artificial capaces de alterar	Manipulación audiovisual	- Alteración de imágenes- Alteración de voz- Edición de videos- Simulación de identidad	Encuesta	Cuestionario
	imágenes, voces o videos con un alto nivel de realismo, dificultando la diferenciación entre contenidos	Viralización digital	- Frecuencia de difusión- Compartidos - Alcance de contenidos- Interacción digital	Encuesta	Cuestionario
	reales y falsificados. Según Robert Chesney y Danielle Citron (2019), representan una amenaza para la credibilidad informativa y la confianza digital.	Desinformación digital	- Difusión de información falsa- Dificultad para verificar contenidos- Confusión informativa- Credibilidad de publicaciones	Encuesta	Cuestionario

Variable dependiente: Opinión pública digital	La opinión pública digital es el conjunto de percepciones, actitudes y juicios contruidos colectivamente en entornos virtuales a partir de la interacción social y el consumo de contenidos digitales. Según Jürgen Habermas, la opinión pública se forma mediante procesos comunicacionales dentro de la esfera pública.	Credibilidad informativa	-Confianza en la información publicada – Verificación de fuentes – Percepción de autenticidad. –Nivel de credibilidad otorgado a Facebook	Encuesta	Cuestionario
		Percepción social	- Interpretación de contenidos- Influencia emocional- Formación de criterios- Reacciones ante publicaciones	Encuesta	Cuestionario

		Participación digital	– Comentarios - Compartir publicaciones- Interacción en redes sociales- Opinión sobre temas públicos	Encuesta	Cuestionario
--	--	-----------------------	--	----------	--------------

2.4.Variable independiente

2.4.1. Deepfakes en Facebook

Los deepfakes son contenidos audiovisuales manipulados mediante inteligencia artificial que permiten alterar imágenes, voces y videos con un alto nivel de realismo, dificultando la identificación entre contenidos auténticos y falsificados. Según Citron y Chesney, (2023) los deepfakes representan una amenaza para la privacidad, la credibilidad informativa y la democracia debido a su capacidad para manipular percepciones sociales y generar desinformación digital.

Por otra parte, Jenkins, (2006)sostiene que las plataformas digitales favorecen una cultura participativa donde los usuarios consumen, producen y comparten contenidos constantemente. Desde esta perspectiva, los deepfakes pueden viralizarse rápidamente dentro de redes sociales como Facebook, incrementando la difusión de información manipulada y contenidos engañosos.

Asimismo, Farid, (2019) afirma que los deepfakes constituyen una de las principales amenazas de la era digital debido a que las tecnologías de inteligencia artificial permiten falsificar contenidos audiovisuales con altos niveles de precisión y realismo. Según el autor, estas manipulaciones afectan la confianza pública y generan dificultades para verificar la autenticidad de la información compartida en redes sociales.

En relación con la presente investigación, los deepfakes en Facebook representan contenidos digitales manipulados que pueden influir en la percepción social, alterar la credibilidad informativa y afectar la construcción de la opinión pública digital de los usuarios de la provincia de Santa Elena.

2.4.2. Dimensiones Deepfakes

– Dimensión 1: Manipulación audiovisual

La manipulación audiovisual corresponde a la alteración digital de imágenes, voces y videos mediante herramientas de inteligencia artificial con el propósito de modificar la percepción de la realidad. Los deepfakes utilizan algoritmos tecnológicos capaces de simular rostros, expresiones faciales y voces humanas con un alto nivel de realismo, dificultando la identificación entre contenidos reales y falsificados.

La alteración de contenidos en Facebook tiene un impacto importante en la percepción de los usuarios, ya que el contenido alterado puede llevar a confusión social, desinformación y disminución de la credibilidad informativa.

Indicadores

- Modificación de imágenes.
- Modificación de la voz.
- Falsificación en el formato audiovisual.

Dimensión 2: Viralización digital

La viralización digital se refiere a la rápida propagación de contenido a través de redes sociales y plataformas digitales. Facebook posibilita que los usuarios distribuyan información de forma instantánea, lo cual propicia la difusión a gran escala de publicaciones audiovisuales en comunidades digitales altamente conectadas.

Los deepfakes tienen un gran potencial para volverse virales, ya que pueden generar curiosidad, interacción entre los usuarios e impacto emocional. Este escenario fomenta el crecimiento de información falsa en las plataformas digitales y hace que aumente la difusión de contenidos manipulados.

Indicadores

- Velocidad de propagación.
- Interacción.
- Compartidos.
- Alcance digital.

Dimensión 3: Desinformación

La propagación de contenidos engañosos o falsos, que trastocan la percepción social y obstaculizan la verificación de la información, se conoce como desinformación. Los deepfakes constituyen una modalidad de información engañosa en el ámbito digital, ya que alteran audiovisualmente hechos, identidades o declaraciones con el propósito de engañar. Dentro de

Facebook, la desinformación afecta la credibilidad de los contenidos compartidos y genera incertidumbre respecto a la autenticidad de la información difundida en redes sociales.

Indicadores

- Fake news.
- Percepción errónea.
- Contenido engañoso.

2.4.3. Opinión pública digital

– Dimensión 1: Credibilidad informativa

La credibilidad informativa se relaciona con el nivel de confianza y percepción de veracidad que poseen los usuarios frente a los contenidos difundidos dentro de plataformas digitales como Facebook.

Indicadores

- Confianza en la información publicada
- Verificación de fuentes
- Percepción de autenticidad
- Nivel de credibilidad otorgado a Facebook.

Dimensión 2: Percepción social

La percepción social corresponde a la interpretación y valoración que realizan los usuarios frente a los contenidos digitales compartidos dentro de redes sociales.

Indicadores

- Interpretación de contenidos.

- Influencia emocional.
- Formación de criterios.

– **Dimensión 3: Participación digital**

La participación digital hace referencia a las interacciones realizadas por los usuarios dentro de plataformas digitales mediante comentarios, publicaciones y difusión de opiniones.

Indicadores

- Interacción.
- Comentarios.
- Difusión de opiniones.

2.5. Relación entre deepfakes y opinión pública digital

Los deepfakes representan una de las principales problemáticas comunicacionales dentro de la sociedad digital contemporánea debido a su capacidad para manipular contenidos audiovisuales mediante inteligencia artificial. La difusión de videos, imágenes y audios manipulados en Facebook tiene un impacto importante en cómo los usuarios perciben las cosas a nivel social. Esto crea escenarios de desinformación digital, donde se incluyen contenidos que parecen auténticos, pero no lo son, lo cual dificulta distinguir entre información real y falsa. Esta circunstancia tiene un impacto directo en cómo se interpretan los eventos políticos, sociales y mediáticos en las plataformas digitales.

Además, los deepfakes modifican la credibilidad de la información, ya que producen desconfianza e incertidumbre en torno a la veracidad de los contenidos que se publican en Facebook. Los usuarios pueden desarrollar dudas sobre la veracidad de las publicaciones compartidas dentro de las redes sociales, debilitando la confianza digital.

De igual manera, los deepfakes influyen en el comportamiento digital debido a que generan reacciones emocionales, comentarios, compartidos e interacción masiva dentro de Facebook.

La viralización de contenidos manipulados favorece la difusión de fake news y desinformación digital dentro de la opinión pública contemporánea.

Las teorías de Byung-Chul Han, Jürgen Habermas y Manuel Castells posibilitan el entendimiento de cómo las plataformas digitales se transforman en ámbitos en los que la manipulación a través de medios audiovisuales puede afectar las percepciones de los ciudadanos y modificar los procesos de comunicación dentro del espacio público digital.

Finalmente, la relación entre ambas variables demuestra que los deepfakes difundidos en Facebook poseen efectos comunicacionales, sociales y perceptivos capaces de influir en la opinión pública digital de los usuarios de la provincia de Santa Elena durante el período 2025-2026.

3. METODOLOGÍA

3.1.Paradigma de investigación

La investigación se desarrolló bajo el paradigma positivista, ya que permitió analizar de manera ordenada y objetiva como los deepfakes en Facebook influyeron en la opinión pública digital de la Provincia de Santa Elena. Este enfoque facilitó observar la realidad como algo que puede ser medido y explicado a partir de datos concretos, sin depender únicamente de interpretaciones subjetivas

El concepto de paradigma se basa en los aportes de Thomas Kuhn (1962), quien explica que los paradigmas son formas de pensamiento científico aceptadas por la sociedad durante un período de tiempo que sirven como guía para comprender qué problemas investigar y cómo resolverlos. En otras palabras, un paradigma funciona como una especie de lente que orienta cómo los investigadores observan y analizan la realidad.

Desde este enfoque, el paradigma positivista condujo esta investigación a la medición de datos concretos y a la comprobación de hipótesis, dando prioridad a información verificable y objetiva. Esto permitió un análisis más claro de la magnitud de la influencia del contenido falso en Facebook sobre la formación de la opinión pública digital en la provincia de Santa Elena.

3.2. Enfoque de investigación

El estudio se llevó a cabo con un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), ya que permitió analizar el fenómeno de los deepfakes en Facebook desde dos perspectivas complementarias: la medición de datos y la comprensión de significados. Desde un enfoque cuantitativo, se recolectaron datos numéricos a través de encuestas aplicadas a usuarios de Facebook en la provincia de Santa Elena. Esto nos permitió medir la exposición de contenido profundamente falso hasta el nivel de credibilidad percibida y su impacto en la opinión pública digital. A partir del enfoque cualitativo se interpretó la percepción, experiencia y opiniones de usuarios y experto en comunicación digital, lo que facilitó comprender cómo se construye el significado de la información manipulada.

Según Hernández Sampieri et al., (2014) el enfoque mixto integra lo cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio, con el propósito de tener una visión más completa del fenómeno

investigado. En este sentido, la combinación de ambos enfoques permitió no solo la magnitud del impacto de los deepfakes, sino también las razones y significados detrás de su influencia en la opinión pública digital en la provincia de Santa Elena.

3.3. Tipo o alcance de la investigación

La presente investigación tuvo un alcance descriptivo y correlacional, debido a que permitió identificar las características del fenómeno de los deepfakes en Facebook y analizar su relación con la opinión pública digital de los usuarios de la provincia de Santa Elena durante el periodo 2025-2026.

De acuerdo con Hernández Sampieri et al., (2014), el alcance descriptivo especifica las características, y perfiles de los usuarios, grupos u otros fenómenos que son objeto de análisis. El propósito es recopilar y medir datos sobre las variables que se emplean en la investigación. Esto posibilita una descripción exhaustiva de cómo se expresa el fenómeno en un contexto concreto, lo cual ayuda a identificar modelos y tipos de comportamiento, contribuyendo así a una mejor comprensión de la realidad que se está investigando.

En este contexto, el alcance descriptivo posibilitó la detección de los tipos de deepfakes propagados en Facebook y también la evaluación del grado en que los usuarios digitales de la provincia de Santa Elena están expuestos a estos contenidos y los reconocen. Además, facilitó caracterizar las percepciones de los participantes respecto a la credibilidad de la información que circula en esta red social.

Así mismo, Hernández Sampieri et al., (2014) afirma que el propósito de la investigación correlacional es determinar la relación o nivel de asociación que existe entre dos o más teorías, categorías o variables en un estudio determinado. Este tipo de alcance permite medir el análisis de cada variable y luego su relación, identificando tendencias o comportamientos comunes. Desde esta perspectiva, el alcance correlacional permitió analizar la relación existente entre la exposición a contenidos manipulados mediante inteligencia artificial y la construcción de la opinión pública digital. De igual manera, facilitó examinar la asociación entre variables como el reconocimiento de contenidos manipulados, la credibilidad de la información difundida en Facebook y las percepciones generadas por los usuarios frente a temas de interés social.

La combinación de ambos alcances aportó significativamente al desarrollo de la investigación que no solo permitió describir las características y el comportamiento del fenómeno de los deepfakes en Facebook, sino también comprender la relación existente entre estos contenidos y la formación de opiniones entre los usuarios de la provincia de Santa Elena, contribuyendo a una mejor comprensión de los desafíos que enfrenta la comunicación en la era de la inteligencia artificial.

El estudio incluyó un componente de propuesta, ya que se propusieron estrategias de alfabetización mediática digital para identificar y prevenir deepfakes en Facebook con el objetivo de fortalecer la alfabetización informacional de los usuarios y promover un uso más crítico y responsable de la información en el entorno digital.

3.4.Diseño de investigación

La presente investigación se desarrolló bajo un diseño transversal, el cual permitió analizar el fenómeno de los deepfakes en Facebook y su incidencia en la opinión pública digital de los usuarios de la provincia de Santa Elena durante el periodo 2025-2026.

De acuerdo con Hernández Sampieri et al., (2014), Los alcances transversales permiten la recopilación de datos en tiempo real para describir variables y analizar su ocurrencia e interrelación a lo largo del tiempo. Este tipo de alcance nos permite observar e investigar fenómenos tal como ocurren de forma natural, brindando fácil acceso a información específica sobre la realidad bajo estudio.

En este estudio, el diseño transversal permitió recopilar información sobre la exposición de los usuarios a contenidos deepfakes, su capacidad para identificarlos y las percepciones que generan en torno a la información que circula en Facebook. La recopilación de datos se realizó una sola vez, lo que facilitó conocer la situación de los participantes durante el periodo a realizar.

El diseño se mantuvo en línea con el enfoque mixto de la investigación, pues permitió adquirir información cualitativa por medio de expertos y datos cuantitativos a través de encuestas. Asimismo, se vinculó con el alcance descriptivo y correlacional de la investigación, lo que posibilitó caracterizar el fenómeno e investigar la conexión entre los deepfakes y la opinión pública en línea.

Su implementación ayudó a lograr los propósitos que se habían propuesto, porque posibilitó descubrir las clases de deepfakes que circulaban en Facebook, establecer hasta qué punto los usuarios estaban expuestos a estos contenidos y los reconocían, examinar su impacto en la credibilidad de la información y estudiar el vínculo que tenían con la formación de la opinión pública digital en la provincia de Santa Elena.

3.5.Métodos de investigación

Para el desarrollo de la investigación se emplearon los métodos hipotético-deductivo y analítico-sintético, los cuales permitieron comprender de manera integral el fenómeno de los deepfakes en Facebook y su incidencia en la opinión pública digital de la provincia de Santa Elena.

De acuerdo con Hernández Sampieri et al., (2014), el método hipotético-deductivo Se inicia con la formulación de hipótesis basadas en supuestos, que se prueban mediante recopilación y análisis previos. Este método permite extraer conclusiones específicas basadas en enfoques generales que facilitan el contraste de variables y el examen de los fenómenos estudiados.

En este estudio, este método permitió fundamentar la investigación en teorías relacionadas con los deepfakes, la desinformación digital y la opinión pública, para posteriormente verificar dichos planteamientos a través de datos obtenidos de los usuarios de Facebook. Su aplicación contribuyó a determinar si existe una relación entre la exposición a contenidos manipulados mediante la inteligencia artificial y la forma en que los usuarios perciben y contribuyen sus opiniones en el entorno digital.

Además, se empleó el método analítico-sintético. De acuerdo con Rodríguez y Pérez (2017), consiste en descomponer un problema o fenómeno en sus partes fundamentales para analizarlas individualmente y después volver a unirlos para entender el fenómeno completo. Esta técnica posibilitó un análisis exhaustivo de los deepfakes y su efecto en la opinión pública, lo cual ayudó a entender completamente el asunto de investigación.

En la presente investigación, este método permitió analizar aspectos como los tipos de deepfakes que circulan en Facebook, el nivel de exposición de los usuarios, la credibilidad otorgada a la información y la influencia de estos contenidos en la opinión pública digital.

Posteriormente, toda esta información fue integrada para obtener una comprensión más completa del fenómeno estudiado.

La aplicación de estos métodos aportó al cumplimiento de los objetivos de la investigación, ya que permitió examinar el problema desde una perspectiva teórica y práctica, identificar las características del fenómeno y analizar la relación existente entre los deepfakes y la opinión pública digital de los usuarios de la provincia de Santa Elena

3.6. Técnicas de investigación

Según Hernández Sampieri et al., (2014), Una encuesta es un método para obtener información de un grupo de personas mediante el uso de un conjunto estandarizado de preguntas para conocer las opiniones, actitudes y comportamientos específicos de la población, facilitando sistemáticamente la recopilación de datos para luego medir las variables y analizar las relaciones entre ellas. Además, su uso es útil en investigaciones cuantitativas, pues permite obtener información objetiva sobre el fenómeno en estudio.

Su aporte a este estudio es obtener datos cuantificables sobre el conocimiento, percepción e impacto de los deepfakes de Facebook en la opinión pública digital de los residentes de la provincia de Santa Elena.

Según Hernández Sampieri (2014) afirman que una entrevista es una técnica de recolección de datos basada en una conversación dirigida para obtener información detallada sobre un tema específico. Su contribución a este estudio es profundizar en las opiniones y experiencias de los profesionales de la comunicación digital y las redes sociales sobre el profundo impacto de los deepfakes en la formación de la opinión pública digital.

3.7. Instrumentos de investigación

Para recolectar información se realizó un cuestionario estructurado con una guía de entrevista semiestructurada, herramientas que permitieron obtener datos sobre noticias o información falsas en Facebook y su impacto en la opinión pública digital en la provincia de Santa Elena.

Según Hernández Sampieri et al., (2014), un instrumento de investigación es un recurso utilizado por un investigador para registrar y recopilar información sobre las variables de

investigación de manera organizada y sistemática. La elaboración de herramientas adecuadas permite obtener datos fiables y confiables, contribuyendo al logro de los objetivos asumidos.

Cuestionario estructurado. Según Hernández Sampieri et al., (2014), un cuestionario consta de un conjunto de preguntas sobre una o más variables que se desea medir. La herramienta está disponible para los usuarios de Facebook de la provincia de Santa Elena e incluye preguntas cerradas en escala Likert con cinco opciones de respuesta. Su marco está organizado en dimensiones relacionadas con el impacto del contenido deepfake, la aceptación de contenido manipulado, la confiabilidad de la información y la opinión pública digital. Su uso ayuda a recopilar información cuantitativa sobre las percepciones y experiencias de los participantes sobre el fenómeno.

Según Kvale (2011), Las guías de trabajo semiestructuradas en una entrevista es una conversación profesional encaminada a comprender el mundo desde la perspectiva del participante y obtener información relevante sobre sus experiencias y conocimientos. La investigación empleó una guía de entrevista semiestructurada concebida para expertos en áreas como las tecnologías de la información, el periodismo y los medios digitales. La herramienta contiene preguntas abiertas que se agrupan en categorías temáticas, como las noticias falsas, la credibilidad de la información, la desinformación digital y la opinión pública en línea.

Su utilización posibilita un análisis más detallado de otros elementos que se derivan de las conclusiones alcanzadas en la encuesta. Para garantizar la validez de los instrumentos, se realizó una revisión por parte de expertos para evaluar la relevancia, claridad e importancia de cada pregunta en función del objetivo del estudio. Asimismo, se llevó a cabo una prueba piloto del cuestionario para detectar eventuales problemas de entendimiento y hacer las rectificaciones necesarias antes de su aplicación definitiva. El coeficiente alfa de Cronbach se utilizó para probar la fiabilidad del cuestionario y así garantizar que los resultados sean confiables, evaluando la consistencia interna de las variables.

3.8.Población

Según Hernández Sampieri et al., (2014), una población o universo es un conjunto de todos los casos que cumplen ciertos parámetros y comparten características comunes relevantes para un

problema de investigación. Definir con precisión la población determinará los sujetos sobre los cuales se recopilará la información necesaria para lograr los objetivos del estudio.

En este estudio, la población incluyó a residentes de la provincia de Santa Elena. Según INEC (2010), Los cantones de Salinas, La Libertad y Santa Elena albergan a una población registrada de 308.693 personas en la provincia de Santa Elena. Esta agrupación representa el universo de la investigación, ya que comprende a las personas con mayor probabilidad de ser expuestas al contenido que se difunde en Facebook y, por ende, más propensas a los impactos de la falsificación en la formación de la opinión pública digital.

La selección de este asunto es pertinente, teniendo en cuenta la índole del problema investigado. El estudio se enfoca en un análisis exhaustivo de la prevalencia de falsificaciones en Facebook y su vinculación con la opinión pública digital entre los habitantes de la provincia de Santa Elena durante el periodo 2025-2026. Los estándares de inclusión fueron individuos que vivían en la provincia de Santa Elena, tenían más de 18 años y eran usuarios activos de Facebook. Los criterios de exclusión contemplaron a individuos que no empleaban esta red social y a los menores de edad.

3.9.Muestra

Según Hernández Sampieri et al., (2014) la muestra es un subconjunto de la población del cual se recolectan datos necesarios para responder a los objetivos de investigación. Debido a que el presente estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto se establecieron procedimiento de muestreo diferenciado para la fase cuantitativa y cualitativa.

3.10. Fase cuantitativa

Se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple porque todos los residentes de la provincia de Santa Elena mayores de 18 años que utilizan Facebook tenían la misma probabilidad de ser seleccionados. Este tipo de muestreo se relaciona con el enfoque cuantitativo, pues hizo posible conseguir datos que representaban a la población y formular conclusiones estadísticas acerca del fenómeno objeto de estudio. La muestra es representativa con base en criterios estadísticos que tuvieron en cuenta una población de 308.693, un margen de error del 5%, un nivel de confianza del 95% y una proporción esperada de 0,50. Se empleó una fórmula para poblaciones acotadas, con la que se generó una muestra de 384 participantes;

esta cantidad es suficiente para examinar la prevalencia de deepfakes en Facebook y su vinculación con la opinión pública digital en Santa Elena.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$N = 308.693$$

$$Z = 1.96(95\% \text{ confianza})$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$e = 0.05$$

3.11. Fase cualitativa

Para la fase cualitativa se empleó un muestreo no probabilístico de tipo intencional o teórico, seleccionando a participante que cuenta con experiencia y conocimientos en áreas como comunicación digital, periodismo, redes sociales, verificación de información, inteligencia artificial y desinformación en entornos digitales. Este tipo de muestreo resulta coherente con el enfoque cualitativo, ya que prioriza la profundidad, la comprensión detallada y la riqueza de la información por encima de la representatividad estadística.

La validez de la muestra se fundamentó en el criterio de saturación teórica, que se logra cuando las entrevistas no ofrecen más información o categorías emergentes que sean significativas para el análisis. En esta ocasión, la muestra estuvo compuesta por un informante clave, quien es docente universitario, periodista y experto en comunicación digital relacionados con el análisis de contenidos y las dinámicas informativas en ambientes digitales.

La articulación entre la fase cuantitativa y cualitativa permitió obtener una visión complementaria del fenómeno estudiado, integrando datos numéricos y percepciones expertas

para comprender de manera más completa la incidencia de los deepfakes en Facebook sobre la opinión pública digital de los habitantes de la provincia de Santa Elena durante el periodo 2025–2026.

3.12. Procedimientos

En la presente investigación sobre el impacto de los deepfakes en la opinión pública digital de la provincia de Santa Elena durante el periodo 2025-2026 se realizó el procedimiento metodológico estructurado correspondiente al enfoque mixto, integrando fases cuantitativa y cualitativa.

Como primer punto se realizó la planificación del proceso de investigación definiendo los objetivos, variables, categorías de análisis e instrumento de recolección de datos. Por lo tanto, se elaboró un protocolo de investigación que incluye las teorías seleccionadas.

En la fase cualitativa, se utilizó un muestreo intencional para seleccionar informantes clave como estudiantes de comunicación y profesionales involucrados en el análisis de contenidos digitales manipulados. Se llevo a cabo una entrevista semiestructurada, lo que permitió la posibilidad de ahondar en las percepciones, experiencias y conocimientos vinculados con los deepfakes. Con el objetivo de asegurar la fiabilidad y la coherencia de los datos, se llevó a cabo una triangulación que comparó los hallazgos entre los participantes y la literatura analizada.

Asimismo, se fortaleció la transferibilidad al describir el contexto y las particularidades de los participantes; a su vez, mediante una auditoría metodológica que posibilitó examinar cada fase del proceso de investigación, se garantizó la fiabilidad. Respecto a los elementos éticos, todos los implicados firmaron un consentimiento informado que detallaba el objetivo de la investigación, la confidencialidad de la información entregada y el carácter voluntario de su participación. Además, se obtuvo la autorización institucional correspondiente y se aseguró la salvaguarda de los datos personales de los individuos implicados. Por último, los datos recopilados se analizaron de forma conjunta, lo cual posibilitó tener un panorama extenso y profundo acerca de la manera en que los deepfakes inciden sobre la creación de la opinión pública digital en la provincia de Santa Elena.

3.13. Procedimientos de datos:

El análisis de datos en esta investigación se realizó mediante un enfoque mixto, que combinó métodos cualitativos y cuantitativos con el fin de lograr una comprensión más extensa del fenómeno estudiado. Durante la etapa cuantitativa, se empleó Microsoft Excel para organizar, detallar y tabular los datos obtenidos a partir de encuestas. Esto posibilitó la clasificación y estructuración de la información recopilada. Para determinar las tendencias y patrones que existían en la percepción de los deepfakes y su efecto sobre la opinión pública digital, se emplearon técnicas de estadística descriptiva como tabulaciones cruzadas, porcentajes y frecuencias. La información adquirida en las entrevistas semiestructuradas fue transcrita y clasificada para su análisis posterior durante la etapa cualitativa. Para llevar a cabo este proceso, se empleó el software ATLAS.ti, que hizo más fácil la codificación, categorización y tematización de los datos.

La codificación axial dio lugar a conexiones entre categorías y la codificación abierta identificó conceptos importantes, lo que generó temas fundamentales acerca de cómo la falsificación profunda afecta la percepción social. Para la integración de los hallazgos, se empleó un diseño mixto convergente, donde primero se examinaron los datos cualitativos y cuantitativos por separado y luego, a través de una triangulación metodológica, se llevaron a cabo comparaciones e integraciones. Este procedimiento posibilitó la comparación entre los hallazgos estadísticos y las vivencias y puntos de vista de los participantes, lo que consolidó la validez de los resultados y proporcionó un panorama general del problema investigado. Por otra parte, la triangulación de datos ayudó a detectar superposiciones, diferencias y complementariedades entre ambos enfoques, lo que permitió una interpretación más exacta y fiable del efecto de la falsificación profunda en la opinión pública digital en la provincia de Santa Elena.

4. RESULTADOS

4.1. Análisis cuantitativo: encuesta

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta sobre los deepfakes en Facebook y su incidencia en la opinión pública de Santa Elena 2025-2026.

La información se organiza de acuerdo con los objetivos específicos de la información se organiza de acuerdo con los objetivos específicos de la investigación se presenta mediante tablas y gráficos estadísticos, acompañados de una descripción objetiva de los datos obtenido
Tabla 1

Sexo de las personas encuestadas

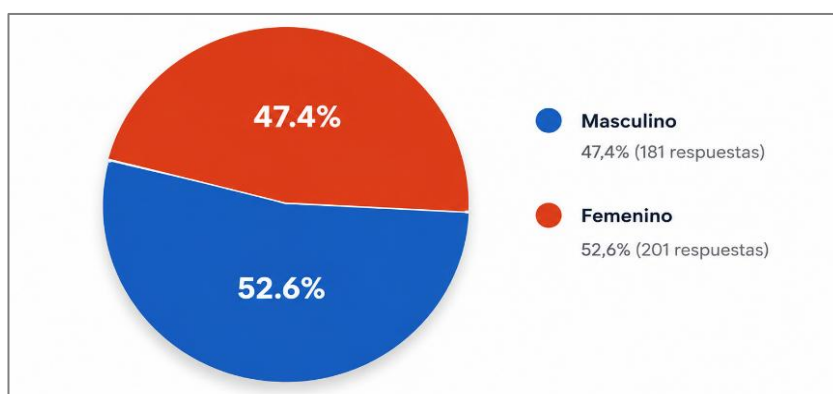
Sexo	Frecuencia (n)	Porcentaje
Masculino	181	47,4 %
Femenino	201	52,6 %
Total	382	100 %

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katuska Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Figura 1 Sexo de las personas encuestadas



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katuska Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Análisis de interpretación: Esta muestra se observó que el estudio contó con la participación de 384 ciudadanos de la provincia de Santa Elena. Al analizar la distribución según el sexo de los encuestados, los datos reflejan que el 52.6% (correspondiente a 201 personas) pertenece al sexo femenino, mientras que el 47.4% restante (que equivale a 181 personas) corresponde al sexo masculino. Estos porcentajes evidencian una presencia mayoritaria de mujeres dentro del grupo de estudio, guardando una relación equilibrada entre ambos géneros que permite analizar la incidencia de los deepfakes en Facebook sin sesgos de representatividad por sexo en el territorio peninsular.

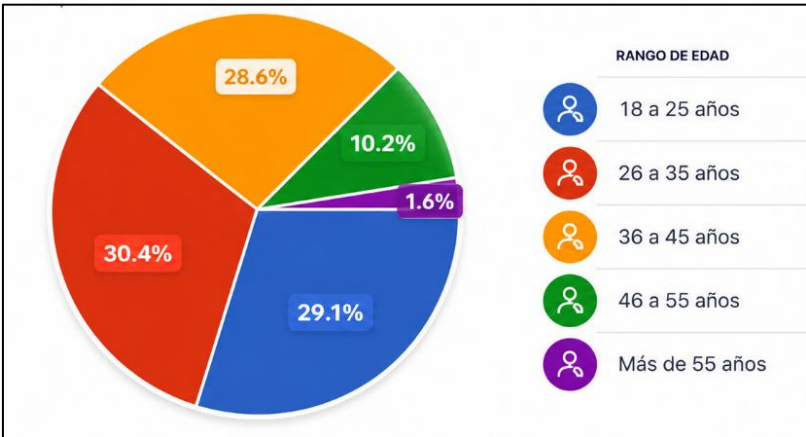
Tabla 2

Edad de los encuestados

Edad	Frecuencia (n)	Porcentaje
18 a 25 años	111	29,1 %
26 a 35 años	116	30,4 %
36 a 45 años	109	28,6 %
46 a 55 años	39	10,2 %
Más de 55 años	6	1,6 %
Total	381	100 %

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026
Elaborado por: Bryan Yagual y Katuska Yagual
Fecha: 1 de julio de 2026

Figura 2 Edad de los encuestados



Fuente:
Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026
Elaborado por: Bryan Yagual y Katuska Yagual
Fecha: 1 de julio de 2026

Análisis de interpretación: La muestra estuvo conformada por 384 participantes; sin embargo, esta pregunta obtuvo 381 respuestas válidas. Los resultados muestran que el grupo de 26 a 35 años registró la mayor participación (30,4%), seguido por las personas de 18 a 25 años (29,1%) y de 36 a 45 años (28,6%). En menor proporción participaron los encuestados de 46 a 55 años (10,2%) y los mayores de 55 años (1,6%). En conjunto, los datos evidencian que la investigación contó principalmente con la participación de adultos jóvenes y de mediana edad, quienes constituyen la población con mayor presencia en Facebook y aportan una perspectiva relevante para el análisis de los deepfakes y su incidencia en la opinión pública digital en la provincia de Santa Elena durante el período 2025-2026.

Tabla 3

Cantón donde reside

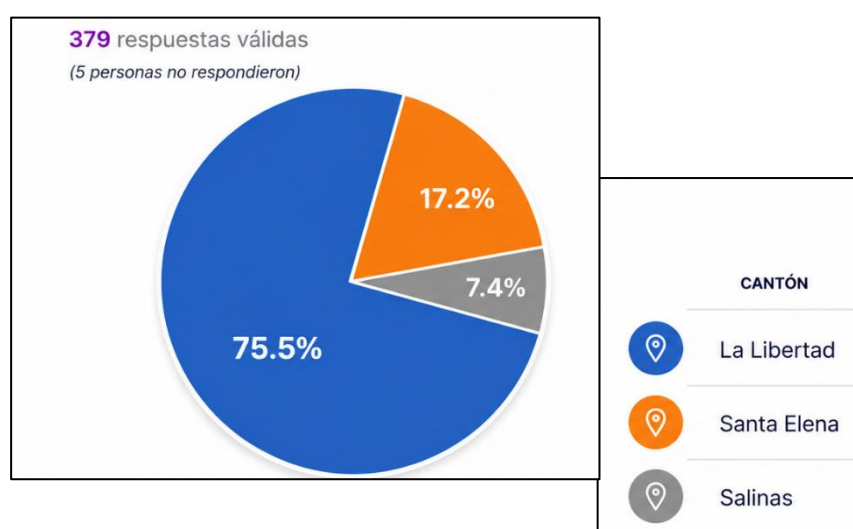
Cantón	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
La Libertad	286	75,5 %
Santa Elena	65	17,2 %
Salinas	28	7,4 %
Total	379	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katiуска Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Figura 3 Cantón donde reside



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katiуска Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Análisis de interpretación: La muestra total estuvo compuesta por 384 participantes; Sin embargo, esta pregunta arrojó 379 respuestas válidas ya que cinco personas no respondieron. Según los resultados obtenidos, la mayoría de los encuestados vive en el cantón La Libertad, representando el 75,5% de las respuestas. En segundo lugar, se encuentra el cantón Santa Elena con un 17,2%, mientras que el cantón Salinas registra un 7,4% de participantes. Estos datos muestran que la mayoría de respuestas provienen de la población del cantón La Libertad.

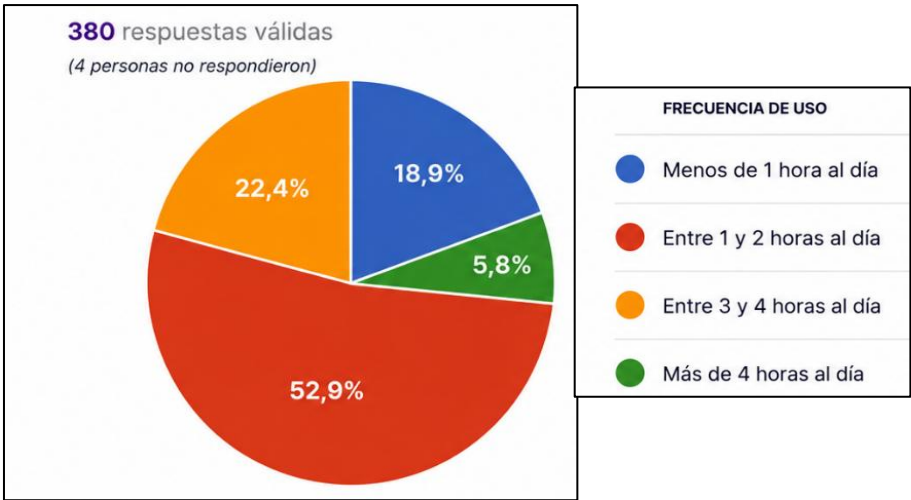
Tabla 4

¿Con qué frecuencia utiliza Facebook al día?

Frecuencia de uso	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Menos de 1 hora al día	72	18,9 %
Entre 1 y 2 horas al día	201	52,9 %
Entre 3 y 4 horas al día	85	22,4 %
Más de 4 horas al día	22	5,8 %
Total	380	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026
Elaborado por: Bryan Yagual y Katuska Yagual
Fecha: 1 de julio de 2026

Figura 4 ¿Con qué frecuencia utiliza Facebook al día?



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026
Elaborado por: Bryan Yagual y Katuska Yagual
Fecha: 1 de julio de 2026

Análisis de interpretación: La muestra estuvo conformada por 384 participantes, de los cuales 380 respondieron esta pregunta. Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados (52,9 %) utiliza Facebook entre una y dos horas al día. En segundo lugar, el 22,4 % indicó usar la plataforma entre tres y cuatro horas diarias, mientras que el 18,9 % la utiliza menos de una hora al día. Finalmente, solo el 5,8 % manifestó utilizar Facebook más de cuatro horas al día, siendo la categoría con menor representación. Estos resultados evidencian que el uso de Facebook entre los participantes es predominantemente moderado.

Tabla 5

Nivel de instrucción

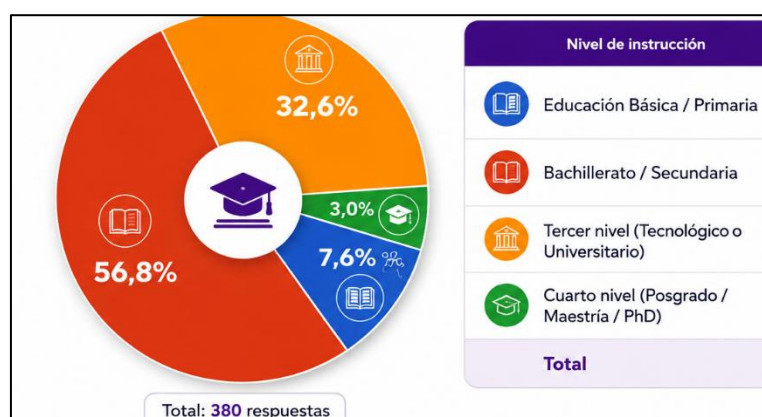
Nivel de instrucción	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Educación Básica / Primaria	29	7,6 %
Bachillerato / Secundaria	216	56,8 %
Tercer nivel (Tecnológico o Universitario)	124	32,6 %
Cuarto nivel (Posgrado / Maestría / PhD)	11	3,0 %
Total	380	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katuska Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Figura 5 Nivel de instrucción



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katuska Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Análisis de interpretación: La muestra total estuvo conformada por 384 participantes; sin embargo, esta pregunta registró 380 respuestas válidas, debido a que cuatro personas no respondieron. Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados (56,8 %) posee un nivel de instrucción correspondiente a Bachillerato o Secundaria. En segundo lugar, el 32,6 % indicó haber alcanzado un tercer nivel (tecnológico o universitario), mientras que el 7,6 % manifestó contar con educación básica o primaria. Finalmente, solo el 3,0 % señaló poseer un cuarto nivel (posgrado, maestría o PhD), siendo la categoría con menor representación. Estos resultados evidencian que la población encuestada está conformada principalmente por personas con educación secundaria y superior, lo que proporciona una muestra con un nivel de formación académica adecuado para analizar la percepción sobre los deepfakes y su impacto en Facebook .

Tabla 6

¿Con qué frecuencia consume o lee noticias a través de Facebook?

Frecuencia de consumo	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca o casi nunca	32	8,4 %
Pocas veces por semana	225	58,9 %
Todos los días (1 o 2 veces al día)	109	28,5 %
Constantemente durante todo el día	16	4,2 %
Total	382	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katuska Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Figura 6 ¿Con qué frecuencia consume o lee noticias a través de Facebook?



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katuska Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Análisis de interpretación: La muestra total estuvo compuesta por 384 participantes; sin embargo, esta pregunta registró 382 respuestas válidas, debido a que dos personas no respondieron. Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados (58,9 %) consume o lee noticias en Facebook pocas veces por semana. Asimismo, el 28,5 % indicó que lo hace todos los días, entre una y dos veces al día, mientras que el 8,4 % manifestó que nunca o casi nunca utiliza esta red social para informarse. Finalmente, el 4,2 % señaló que consume noticias constantemente durante todo el día, siendo la categoría con menor representación.

En conjunto, estos resultados evidencian que Facebook constituye una fuente habitual de consulta de noticias para la mayoría de los participantes, aunque su consumo se realiza principalmente de forma ocasional y no de manera continua.

Tabla 7

Dimensión: Exposición y reconocimiento de deepfakes

Categoría de respuesta	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	157	10,2 %
En desacuerdo	123	8,0 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	104	6,8 %
De acuerdo	1.060	69,0 %
Totalmente de acuerdo	91	5,9 %
Total	1.535	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katiuska Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Figura 7 Dimensión: Exposición y reconocimiento de deepfakes



Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katiuska Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Análisis de interpretación: Análisis e Interpretación de Resultados: Dimensión Exposición y Reconocimiento de Deepfakes

El análisis de la dimensión centrada en la exposición y el reconocimiento de los deepfakes muestra una realidad compleja sobre cómo los ciudadanos de la provincia de Santa Elena interactúan con los contenidos audiovisuales en Facebook.

Al desglosar el comportamiento de la muestra a través de las cuatro variables consultadas, representadas de manera individual en los gráficos precedentes, se observa que la gran mayoría de los usuarios convive a diario con material manipulado mediante inteligencia artificial, muchas veces de forma inconsciente.

La relación matemática de esta sección es clave para entender la magnitud del problema: al aplicar las cuatro preguntas a los 384 encuestados de la muestra, se genera un consolidado acumulado de 1,536 respuestas que dan forma a la Tabla 7.

Al analizar individualmente cada reactivo, se evidencian los siguientes hallazgos:

- **En la figura 1 (Exposición a contenidos manipulados con IA):** Un rotundo 70,6% de los participantes afirma haber visualizado videos, imágenes o audios que en un principio parecían reales, pero que posteriormente confirmaron que habían sido alterados mediante inteligencia artificial. Esto demuestra que la circulación de estas producciones es masiva en el entorno digital de la provincia.
- **En la figura 2 (Percepción sobre la frecuencia de contenidos falsos):** El 69,5% de los encuestados considera que actualmente es sumamente común toparse con información falsa o manipulada dentro de Facebook, lo que evidencia que la desinformación ya se percibe como una característica habitual de la plataforma.
- **En la figura 3 (Dificultad para reconocer un deepfake):** El 65,9% de la muestra admite experimentar serias dificultades al momento de identificar si un video o imagen ha sido procesado con herramientas de inteligencia artificial, lo que pone de manifiesto la alta calidad técnica y el realismo de los formatos sintéticos actuales.
- **En la figura 4 (Dudas sobre la autenticidad del contenido):** Como consecuencia directa de esta falta de certeza visual, el 70,3% de los ciudadanos encuestados manifiesta haber tenido dudas concretas sobre la veracidad de los contenidos que consume habitualmente en la red social.

Esta saturación de estímulos y la evidente dificultad técnica para diferenciar lo real de lo simulado explican por qué estos contenidos se viralizan con tanta facilidad.

Tabla 8

Dimensión: Credibilidad de la información

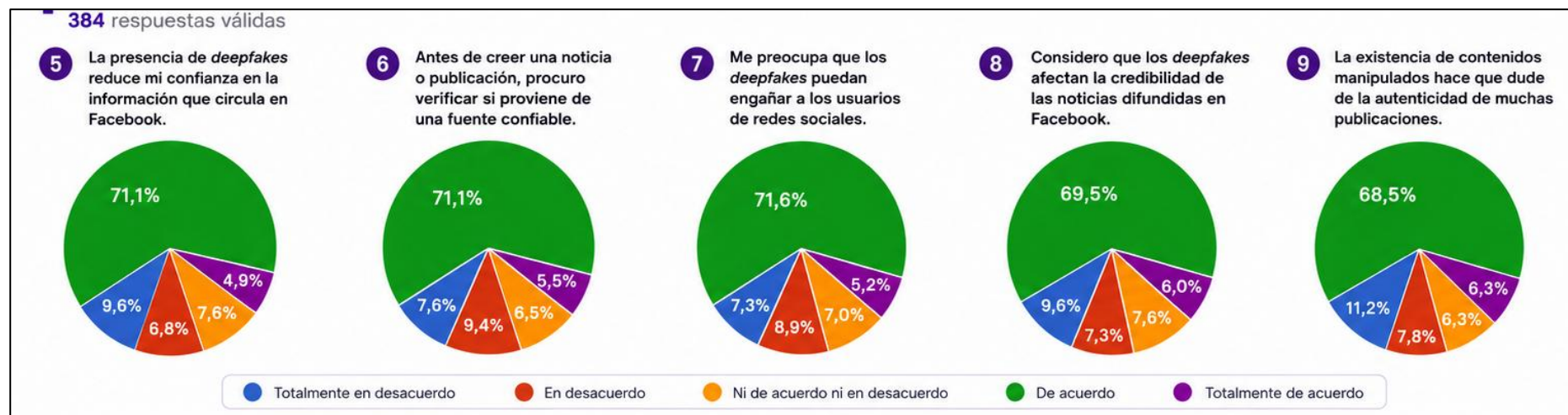
Categoría de respuesta	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	174	9,1 %
En desacuerdo	154	8,0 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	134	7,0 %
De acuerdo	1.351	70,4 %
Totalmente de acuerdo	107	5,6 %
Total	1.920	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katiуска Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Figura 8 Dimensión: Credibilidad de la información



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katiуска Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Análisis de interpretación: Análisis e Interpretación de Resultados: Dimensión Credibilidad de la Información

La relación matemática de esta dimensión permite dimensionar los resultados obtenidos. Al aplicar los cinco reactivos correspondientes a esta variable a los 384 encuestados, se obtuvo un total acumulado de 1.920 respuestas, las cuales conforman la Tabla 8 y representan el comportamiento general de la muestra respecto a la confianza y credibilidad de la información difundida en Facebook:

- **En la figura 5 (La presencia de deepfakes reduce mi confianza en la información que circula en Facebook):** El 71,1% de los participantes manifestó estar de acuerdo en que la existencia de deepfakes disminuye la confianza en la información difundida en la plataforma, mientras que un 4,9% indicó estar totalmente de acuerdo. Esto significa que aproximadamente tres de cada cuatro ciudadanos consideran que la manipulación audiovisual afecta la percepción de confiabilidad del contenido publicado en la red social.
- **En la figura 6 (Antes de creer una noticia o publicación, procuro verificar si proviene de una fuente confiable):** El 71,1% de los encuestados respondió estar de acuerdo y un 5,5% totalmente de acuerdo con esta afirmación. Estos resultados reflejan que la mayoría de los usuarios ha desarrollado una actitud más crítica frente a la información que consume, adoptando la verificación de fuentes como un mecanismo para reducir el riesgo de ser víctima de desinformación.
- **En la figura 7 (Me preocupa que los deepfakes puedan engañar a los usuarios de redes sociales):** El 71,6% manifestó estar de acuerdo y un 5,2% totalmente de acuerdo, constituyendo uno de los niveles de aceptación más altos de esta dimensión. Este resultado evidencia una preocupación generalizada sobre la capacidad de los deepfakes para engañar a los usuarios mediante contenidos altamente realistas que dificultan distinguir entre lo verdadero y lo falso.
- **En la figura 8 (Considero que los deepfakes afectan la credibilidad de las noticias difundidas en Facebook):** El 69,5% de la muestra indicó estar de acuerdo y un 6,0% totalmente de acuerdo con esta afirmación. Esto demuestra que la mayoría de los ciudadanos percibe que la difusión de contenidos manipulados deteriora la credibilidad de las noticias que circulan en la plataforma, incrementando la desconfianza hacia la información compartida.
- **En la figura 9 (La existencia de contenidos manipulados hace que dude de la autenticidad de muchas publicaciones):** El 68,5% de los participantes respondió estar de acuerdo y un 6,3% totalmente de acuerdo, alcanzando un 74,8% de aceptación. Este resultado confirma que la presencia constante de contenidos manipulados genera incertidumbre entre los usuarios, quienes cada vez muestran mayores dudas sobre la autenticidad y veracidad de las publicaciones que observan en Facebook.

Tabla 9

Dimensión: Influencia en las percepciones y opiniones

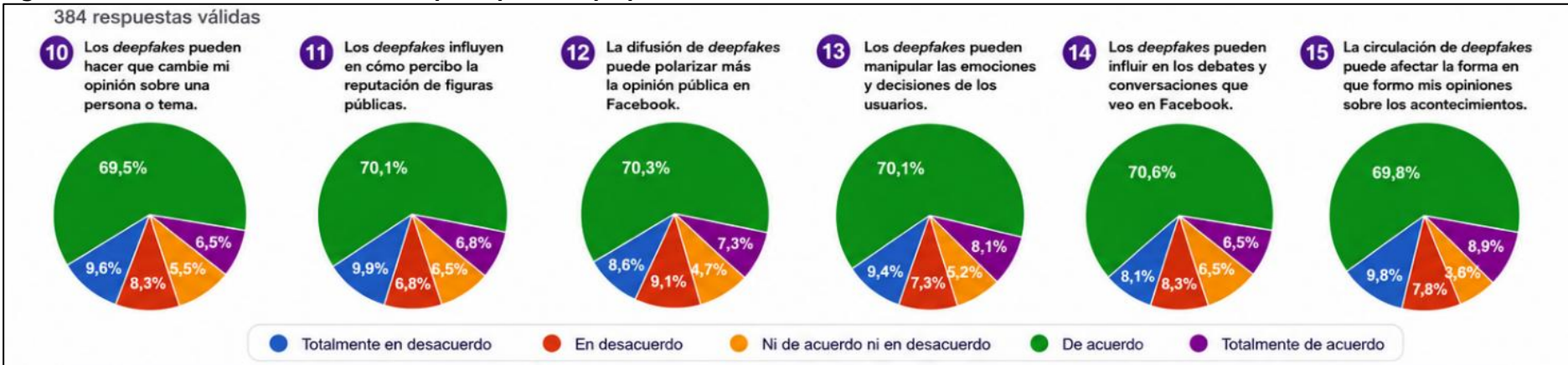
Categoría de respuesta	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	215	9,3 %
En desacuerdo	183	7,9 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	123	5,3 %
De acuerdo	1.614	70,1 %
Totalmente de acuerdo	169	7,3 %
Total	2.304	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katiuska Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Figura 9 Dimensión: Influencia en las percepciones y opiniones



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katiuska Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Análisis e Interpretación de Resultados: Dimensión Influencia en las Percepciones y Opiniones

El análisis de la dimensión Influencia en las percepciones y opiniones evidencia que los habitantes de la provincia de Santa Elena perciben que los deepfakes pueden generar efectos significativos en la forma en que los usuarios interpretan la información, construyen sus opiniones y valoran los acontecimientos difundidos en Facebook. Al consolidar las seis preguntas que integran esta dimensión, aplicadas a los 384 participantes, se obtiene un total de 2.304 respuestas válidas, cuyos resultados se presentan en la Tabla 9 y la Figura 9.

- **En la Figura 10**, relacionada con la posibilidad de que los deepfakes cambien la opinión de una persona o sobre un tema, el 69,5 % de los encuestados se encuentra de acuerdo. Este resultado evidencia que la mayoría de los participantes reconoce que los contenidos audiovisuales manipulados mediante inteligencia.
- **En la Figura 11**, correspondiente a la influencia de los deepfakes en la percepción de figuras públicas, el 70,1 % de los participantes manifiesta estar de acuerdo. Este resultado demuestra que la manipulación de imágenes, videos o audios puede incidir directamente en la reputación y valoración que los ciudadanos construyen sobre personas con presencia pública.
- **En la Figura 12**, relacionada con la posibilidad de que la difusión de deepfakes polarice las opiniones públicas en Facebook, el 70,3 % de los encuestados expresa estar de acuerdo.
- **En la Figura 13**, sobre la posibilidad de que los deepfakes manipulen las emociones y decisiones de los usuarios, el 70,1 % de los participantes está de acuerdo. Este resultado evidencia que los encuestados reconocen que los contenidos falsificados no solo pueden transmitir información engañosa, sino también provocar reacciones emocionales capaces de influir en las decisiones y comportamientos de las personas.
- **En la Figura 14**, relacionada con la influencia de los deepfakes en las opiniones y conversaciones que se desarrollan en Facebook, el 70,6 % de los participantes manifiesta estar de acuerdo. Este resultado confirma que los contenidos manipulados pueden incorporarse a las conversaciones digitales y orientar los temas de discusión, las percepciones y las opiniones de los usuarios.
- **En la Figura 15**, que analiza si la circulación de deepfakes puede afectar la forma en que las personas opinan sobre los acontecimientos, el 69,8 % de los encuestados se encuentra de acuerdo. Esto demuestra que la mayoría de los participantes considera que la exposición a contenidos manipulados puede influir en la interpretación de hechos y acontecimientos de interés público.

Tabla 10

Dimensión: Formación crítica de la opinión

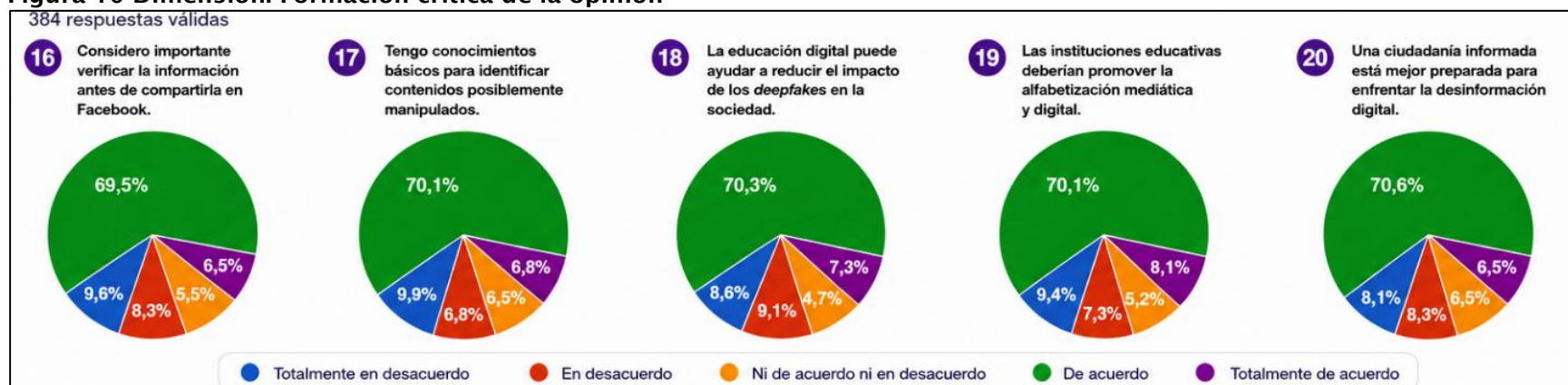
Categoría de respuesta	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	177	9,2 %
En desacuerdo	153	8,0 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	109	5,7 %
De acuerdo	1.346	70,1 %
Totalmente de acuerdo	135	7,0 %
Total	1.920	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katiуска Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Figura 10 Dimensión: Formación crítica de la opinión



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Santa Elena, 2026

Elaborado por: Bryan Yagual y Katiуска Yagual

Fecha: 1 de julio de 2026

Análisis e Interpretación de Resultados: Dimensión Formación Crítica de la Opinión

El análisis de la dimensión Formación crítica de la opinión evidencia una percepción mayoritariamente favorable por parte de los habitantes de la provincia de Santa Elena respecto a la importancia de desarrollar capacidades críticas para identificar, analizar y enfrentar la desinformación y los contenidos manipulados mediante inteligencia artificial en Facebook. Al consolidar las cinco preguntas que integran esta dimensión, aplicadas a los 384 participantes, se obtiene un total de 1.920 respuestas válidas, cuyos resultados se presentan en la Tabla 10 y la Figura 10.

- **En la Figura 16**, relacionada con la importancia de verificar la información antes de compartirla en Facebook, el 69,5 % de los encuestados manifiesta estar de acuerdo. Este resultado evidencia que la mayoría de los participantes reconoce la necesidad de comprobar la veracidad de los contenidos antes de contribuir a su difusión, lo cual constituye una práctica fundamental para reducir la circulación de información falsa o manipulada.
- **En la Figura 17**, correspondiente a los conocimientos básicos para identificar contenidos posiblemente manipulados, el 70,1 % de los participantes se encuentra de acuerdo. Este resultado demuestra que existe una percepción favorable sobre la importancia de contar con conocimientos que permitan reconocer posibles deepfakes y otros contenidos alterados mediante herramientas de inteligencia artificial.
- **En la Figura 18**, relacionada con la capacidad de la educación digital para reducir el impacto de los deepfakes en la sociedad, el 70,3 % de los encuestados manifiesta estar de acuerdo. Este porcentaje evidencia que los participantes consideran la educación digital como una herramienta importante para fortalecer las capacidades de análisis y disminuir la influencia de los contenidos manipulados.
- **En la Figura 19**, referente a la responsabilidad de las instituciones educativas en la promoción de la alfabetización mediática y digital, el 70,1 % de los encuestados expresa estar de acuerdo. Este resultado refleja que la mayoría de los participantes reconoce la importancia de que las instituciones educativas participen activamente en la formación de ciudadanos capaces de evaluar críticamente la información que circula en los entornos digitales.
- **En la Figura 20**, relacionada con la importancia de contar con una ciudadanía informada y mejor preparada para enfrentar la desinformación digital, el 70,6 % de los participantes se encuentra de acuerdo. Este resultado constituye el porcentaje más alto de la dimensión y demuestra que los encuestados consideran fundamental fortalecer la preparación ciudadana para responder ante los riesgos asociados con la circulación de contenidos falsos y manipulados.

4.2. Análisis de entrevista

Matriz de análisis, interpretación y triangulación de la entrevista

Entrevistada: Lic. Gabriela Lourdes Vélez Bermello

Técnica: Entrevista semiestructurada

Tema: IA generativa, deepfakes y opinión pública digital.

Categoría	Hallazgo de la entrevista	Fundamentación teórica	Interpretación investigativa	Triangulación	Aporte a la investigación
Evolución de la IA generativa	La entrevistada manifiesta que las herramientas de IA generativa han evolucionado rápidamente y permiten crear deepfakes cada vez más sofisticados. Sin embargo, considera que ningún sistema de detección es completamente confiable y que la verificación humana continúa siendo indispensable.	Chesney y Citron (2019) sostienen que los deepfakes representan una de las amenazas más importantes derivadas de la inteligencia artificial por su alto grado de realismo. Wardle y Derakhshan (2017) afirman que la verificación humana sigue siendo fundamental para combatir la desinformación.	La evolución tecnológica incrementa la dificultad para distinguir contenidos auténticos de los manipulados, favoreciendo la circulación de información falsa en Facebook.	Existe coincidencia entre la opinión de la especialista, la literatura científica y los resultados esperados de la encuesta respecto a la dificultad para identificar deepfakes.	Fundamenta la necesidad de fortalecer los procesos de verificación digital y desarrollar herramientas complementarias basadas en alfabetización mediática.

Narrativas con mayor capacidad de engaño	Los videos poseen el mayor poder de persuasión porque presentan movimientos faciales, expresiones y sincronización audiovisual altamente realistas, dificultando su identificación.	Westerlund (2019) señala que los deepfakes audiovisuales tienen mayor capacidad para generar credibilidad y manipular percepciones sociales.	Los contenidos audiovisuales representan el formato de mayor riesgo para la desinformación digital debido a la confianza que generan en la audiencia.	Se evidencia concordancia entre la percepción experta y la teoría especializada sobre manipulación audiovisual.	Justifica la necesidad de desarrollar programas de educación orientados al análisis crítico de contenidos audiovisuales.
Factores de vulnerabilidad	La entrevistada identifica la falta de educación, alfabetización mediática y competencias digitales como los principales factores que incrementan la vulnerabilidad ciudadana, especialmente en zonas rurales.	La UNESCO (2021) sostiene que la alfabetización mediática fortalece la capacidad crítica frente a la desinformación.	La vulnerabilidad frente a los deepfakes depende más del nivel de alfabetización digital que del acceso a la tecnología.	La evidencia empírica coincide con la teoría al señalar que una ciudadanía mejor formada posee mayores capacidades para identificar contenidos manipulados.	Sustenta el diseño de estrategias educativas dirigidas a fortalecer la alfabetización mediática en la provincia de Santa Elena.
Algoritmos de Facebook	Señala que los algoritmos y las burbujas de filtro incrementan la exposición de los usuarios a contenidos	Pariser (2011) explica que las burbujas de filtro reducen la diversidad informativa. Castells (2009) sostiene que las	Los algoritmos de Facebook potencian la viralización de contenidos	Existe correspondencia entre la opinión de la entrevistada y las teorías sobre	Evidencia la necesidad de fortalecer la transparencia algorítmica y

	relacionados con sus intereses, favoreciendo la difusión de deepfakes y desinformación.	plataformas digitales condicionan la construcción del significado social.	manipulados al priorizar la interacción sobre la veracidad de la información.	plataformas digitales y economía política de la comunicación.	promover el consumo crítico de información.
Opinión pública digital	Considera que los deepfakes transforman los procesos tradicionales de formación de la opinión pública y requieren respuestas interdisciplinarias, políticas públicas y regulación.	Habermas (1989) sostiene que la opinión pública depende del acceso a información veraz. Castells (2009) explica que la comunicación en red redefine la construcción de la opinión pública.	La proliferación de deepfakes compromete la confianza ciudadana y modifica la percepción de la realidad social y política.	Se observa convergencia entre la teoría y la evidencia empírica al reconocer que la desinformación afecta la formación de la opinión pública digital.	Justifica la implementación de políticas públicas orientadas a combatir la desinformación generada mediante inteligencia artificial.
Impacto democrático	La entrevistada considera que los deepfakes afectan la honra, la identidad, la estabilidad psicológica y los derechos democráticos, además de evidenciar vacíos normativos.	Chesney y Citron (2019) advierten que los deepfakes representan riesgos para la reputación, la democracia y los derechos fundamentales.	La manipulación digital constituye un problema tecnológico, jurídico y social que requiere atención institucional.	Los hallazgos coinciden con la literatura científica respecto a los riesgos democráticos asociados a los deepfakes.	Fundamenta la necesidad de fortalecer los marcos regulatorios relacionados con la inteligencia artificial.
Alfabetización mediática	Propone incorporar asignaturas sobre fact-checking, media	UNESCO (2021) considera la alfabetización mediática una estrategia esencial	La educación representa la principal estrategia	Existe plena coincidencia entre la propuesta de la	Sustenta la creación de programas permanentes de

	forensics, deepfakes y alfabetización mediática en todos los niveles educativos.	para fortalecer la resiliencia frente a la desinformación.	preventiva para reducir la incidencia de los deepfakes en la ciudadanía.	entrevistada y las recomendaciones internacionales de alfabetización mediática.	formación en competencias digitales críticas.
Regulación legal	Considera indispensable actualizar la legislación, aunque reconoce que la velocidad del desarrollo tecnológico supera la capacidad de respuesta de los sistemas jurídicos.	Floridi (2023) sostiene que la gobernanza de la inteligencia artificial requiere marcos regulatorios dinámicos y multidisciplinarios.	La regulación constituye un mecanismo necesario, pero insuficiente si no se acompaña de educación, innovación tecnológica y cooperación institucional.	La evidencia empírica coincide con los enfoques contemporáneos sobre gobernanza digital y ética de la inteligencia artificial.	Fundamenta la formulación de políticas integrales para enfrentar los riesgos derivados de los deepfakes.

Triangulación general de la entrevista

Triangulación de datos.

Se contrastaron las respuestas de la especialista con los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a la población de la provincia de Santa Elena. Triangulación teórica: Los hallazgos fueron confrontados con los planteamientos de Wardle y Derakhshan (2017), Chesney y Citron (2019), Castells (2009), Habermas (1989), Pariser (2011), UNESCO (2021) y Floridi (2023).

Triangulación metodológica Denzin (1978): Se integraron tres fuentes de evidencia: la entrevista a la experta, los datos cuantitativos obtenidos mediante la encuesta y el sustento teórico. La convergencia de estas fuentes permitió validar que la evolución de la inteligencia artificial, el funcionamiento de los algoritmos de Facebook y las limitadas competencias de alfabetización mediática favorecen la incidencia de los deepfakes en la construcción de la opinión pública digital en la provincia de Santa Elena.

5. DISCUSIONES

La presente investigación tuvo como objetivo general analizar la incidencia de los deepfakes difundidos en Facebook en la opinión pública digital de la población de la provincia de Santa Elena durante el periodo 2025-2026. A partir de los resultados cuantitativos obtenidos en la encuesta aplicada a 384 ciudadanos y la perspectiva cualitativa aportada por la entrevista en profundidad a un experto en comunicación y tecnologías emergentes, se plantea una interpretación integral de los hallazgos en contraste con la fundamentación teórica, los antecedentes investigativos y las implicaciones socio comunicacionales del problema.

En relación con el nivel de exposición y la capacidad de reconocimiento de contenidos manipulados mediante Inteligencia Artificial, los datos cuantitativos reflejan que un 70,6% de los encuestados ha presenciado materiales audiovisuales alterados y un 65,9% admite experimentar serias dificultades para identificar un deepfake. Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Chadwick et al. (2023), quienes sostienen que la acelerada circulación de contenidos simulados dificulta la discriminación crítica por parte de las audiencias. De igual manera, se alinean con la investigación de Cárdenas et al. (2025), en Ecuador, donde se comprobó que los usuarios de Facebook presentan marcadas limitaciones para diferenciar contenidos verídicos cuando la desinformación apela a la emotividad. Desde la dimensión cualitativa, bajo la categoría de análisis de percepción de verosimilitud y sofisticación técnica, el experto entrevistado enfatizó que "la capacidad de persuasión de la desinformación audiovisual actual no radica únicamente en el texto, sino en la perfecta hiperrealidad del rostro y la sincronización labial (lip-sync), lo que anula la duda razonable en la mente del usuario común antes de que este pueda reflexionar". Este testimonio valida teóricamente la Teoría de la Simulación y los Simulacros de Baudrillard (1981), en la que los deepfakes actúan como simulacros hiperreales que reemplazan la realidad tangible, y ratifica las posturas de Westerlund (2019) y Farid (2019) sobre las amenazas del fotorrealismo sintético.

Respecto a la credibilidad e incidencia en la opinión pública digital, el 71,1% de los encuestados afirmó que la presencia de deepfakes reduce su confianza en Facebook, mientras que un 69,5% coincide en que estos contenidos pueden alterar la postura individual y un 70,3% considera que polarizan los criterios colectivos. Estos datos corroboran las advertencias de Chesney y Citron

(2019), así como los aportes de Colina et al. (2024) y Urgilés et al. (2022) en el contexto ecuatoriano, sobre la erosión de la credibilidad en entornos virtuales y el aumento de la vulnerabilidad ante la falta de verificación directa. Al analizar la categoría de manipulación de la agenda deliberativa, el especialista consultado sostuvo que "el peligro mayor de los deepfakes no es solo que la gente crea una mentira, sino que se genere una parálisis de la confianza colectiva donde nada de lo que se ve en la esfera digital parece ser real". Este hallazgo valida la hipótesis del estudio y se fundamenta teóricamente en la Teoría de la Esfera Pública de Habermas (1989) y en el concepto de Infocracia de Han (2022). Al distorsionarse la veracidad de la información en Facebook, se alteran las dinámicas de debate e interacción deliberativa descritas por Castells (1996), en la Sociedad Red, donde el sesgo algorítmico y la emoción desplazan al diálogo informado.

A partir de una interpretación crítica y reflexiva de los hallazgos, la combinación entre una alta exposición a deepfakes y la incapacidad percibida para detectarlos no debe entenderse únicamente como una deficiencia técnica del ciudadano, sino como la consolidación de un entorno de vulnerabilidad cognitiva. En la provincia de Santa Elena, el receptor digital se expone a estímulos hiperreales que neutralizan de forma paulatina los filtros racionales del pensamiento crítico. Este fenómeno desencadena una paradoja en la comunicación digital: por un lado, se democratiza el acceso a herramientas de Inteligencia Artificial generativa; por otro, se destruye el principio de veracidad necesario para la convivencia democrática. La desconfianza generada en la plataforma demuestra que la vulnerabilidad local no responde solo a la sofisticación algorítmica, sino a la inexistencia de mecanismos institucionales de verificación accesible y a la escasa cultura de comprobación de fuentes en el consumo mediático cotidiano.

No obstante, los logros alcanzados, se reconocen de manera rigurosa las limitaciones metodológicas que condicionan la investigación sin desvirtuar sus resultados. En el plano contextual y muestral, si bien la muestra ($n=384$) es estadísticamente representativa de la provincia de Santa Elena, los hallazgos responden a un entorno sociodemográfico semiurbano e intermedio, por lo que la extrapolación de los resultados a megaciudades o regiones con distintos niveles de conectividad debe realizarse con cautela. Asimismo, el empleo de encuestas de autoinforme representa una limitante ligada a la percepción subjetiva de los participantes, quienes podrían sobrestimar o subestimar su capacidad real de detección frente a una evaluación

técnica controlada. En la dimensión cualitativa, aunque se contó con la perspectiva especializada de un experto en comunicación y tecnología, el análisis se habría enriquecido con la inclusión de desarrolladores de IA y reguladores del marco jurídico local.

Este estudio aporta de forma significativa a la disciplina de la Comunicación Social al ofrecer evidencia empírica pionera en la región costera sobre el impacto del material audiovisual sintético. Para la práctica profesional, se sugiere la adopción urgente de protocolos de peritaje digital y fact-checking en los medios de comunicación locales antes de replicar contenidos virales. En materia de política pública y sociedad, se propone el diseño e implementación de programas territoriales de Alfabetización Mediática e Informativa (AMI), impulsados conjuntamente por las instituciones de educación superior y los gobiernos locales. Por último, se proyectan como futuras líneas de investigación: el desarrollo de experimentos controlados para medir de forma objetiva la capacidad de detección de deepfakes, el estudio del impacto de la IA generativa en campañas políticas locales distribuidas por mensajería instantánea (WhatsApp y Telegram), y la evaluación de la efectividad de herramientas digitales de verificación al servicio del periodismo comunitario.

6. CONCLUSIÓN

El presente estudio analizó la prevalencia de deepfakes difundidos en Facebook y su incidencia en la opinión pública digital entre la población de la provincia de Santa Elena entre 2025 y 2026, lo que lleva a las siguientes conclusiones:

- Los resultados obtenidos evidencian que los usuarios de Facebook en la provincia de Santa Elena están expuestos con frecuencia a contenidos manipulados mediante inteligencia artificial (deepfakes). Esta realidad influye en la forma en que interpretan la información que circula en las redes sociales y dificulta la identificación de contenidos falsos cuando presentan características visuales y sonoras similares a las de un contenido auténtico.
- Se comprobó la hipótesis de investigación al demostrar que la exposición a deepfakes en Facebook incide en la formación de la opinión pública digital de los habitantes de la provincia de Santa Elena. La información obtenida mediante la encuesta y la entrevista realizada a la especialista permitió establecer una relación entre el consumo de este tipo de contenido y la percepción que tienen los usuarios sobre hechos de interés público.
- La investigación aporta evidencia sobre el impacto de los deepfakes en el contexto de la provincia de Santa Elena y constituye un antecedente para futuras investigaciones relacionadas con la inteligencia artificial, la desinformación y la comunicación digital. Además, el instrumento utilizado podrá servir como referencia para estudios similares en otros contextos.

7. RECOMENDACIONES

A partir de los resultados de este estudio sobre la prevalencia de deep fakes en Facebook y su impacto en la opinión pública digital en la provincia de Santa Elena entre 2025 y 2026, se realizan las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda a las instituciones de educación media y superior incorporar estrategias de alfabetización mediática e informacional que fortalezcan las competencias de estudiantes y docentes para identificar, analizar y verificar contenidos generados o alterados mediante inteligencia artificial.
- Se recomienda a los gobiernos locales y a las instituciones públicas desarrollar campañas permanentes de educación y sensibilización sobre los riesgos de la desinformación digital, promoviendo el uso responsable de las redes sociales y el pensamiento crítico de la ciudadanía.
- Se recomienda a los medios de comunicación y a los periodistas fortalecer los procesos de verificación de la información antes de difundir contenidos provenientes de redes sociales, especialmente aquellos que puedan haber sido manipulados mediante inteligencia artificial, con el propósito de contribuir a una comunicación más ética, responsable y confiable.

8. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Alejandra Colina, M. E. (2024). *PERCEPCIONES Y REACCIONES ANTE LAS FAKE NEWS EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS*. Riobamba, Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo. doi:10.37135/chk.002.25.01

Alton Grizzle, C. W. (2021). *Media and Information Literate Citizens: Think Critically, Click Wisely!* Francia: UNESCO. Obtenido de <https://www.unesco.org/es/articles/ciudadania-alfabetizada-en-medios-e-informacion>

Andrea Apolo, F. T. (2022). FAKE NEWS E INCREMENTO DESINFORMATIVO DURANTE EL ESTADO DE EXCEPCIÓN 2020: CASO EL MERCIOCO, ECUADOR. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*. doi:<https://doi.org/10.37135/chk.002.16.02>

Andrew Chadwick, C. V. (2023). *The Campaign Disinformation Divide: Believing and Sharing News in the 2019 UK General Election*. Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido: Taylor & Francis.

Baudrillard, B.-C. H. (1981). *Simulacros y simulación (Simulacres et Simulation)*.

Baudrillard, J. (1981). *Simulacra and Simulation*. Michigan: editorial University of Michigan Press. doi:<https://doi.org/10.3998/mpub.9904>

Baudrillard, J. (1998). *Simulacros y simulación*. Barcelona: Editorial Kairós.

Castells, M. (1996). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial. Obtenido de <https://www.economia.unam.mx/lecturas/inae3/castellsm.pdf>

Castells, M. (1996). *La sociedad red*. Madrid, España: Alianza Editorial. doi:https://www.amsafe.org.ar/wp-content/uploads/Castells-LA_SOCIEDAD_RED.pdf

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Reino Unido: Oxford University Press. Obtenido de https://books.google.com.ec/books/about/Communication_Power.html?id=m2uA0AEACAAJ&redir_esc=y

Chomsky, N. (1988). *The Political Economy of the Mass Media*. London, Nueva York: Pantheon Books.

- Citron, R. C. (2019). *Deep fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security*. Estados Unidos: California Law Review, Inc. Obtenido de <https://www.californialawreview.org/print/deep-fakes-a-looming-challenge-for-privacy-democracy-and-national-security>
- Citron, R. C. (2019). *Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security*. Berkeley, California: Revista California Law Review .
- Citron, R. C. (2019). *Deep Fakes: Un desafío inminente para la privacidad, la democracia y la seguridad nacional*. California: California Law Review.
doi:<https://doi.org/10.15779/Z38RV0D15J>
- Citron, R. C. (2019). *Deep Fakes: Un desafío inminente para la privacidad, la democracia y la seguridad nacional*. Texas. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3213954&utm_source=chatgpt.com
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. Estados Unidos: McGraw-Hill. Obtenido de https://books.google.com.ec/books/about/The_research_act.html?id=gfS1AAAAIAAJ&redir_esc=y
- Derakhshan, C. W. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary*. Reino Unido: Council of Europe. Obtenido de <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>
- Diana Vega, F. V. (21 de Marzo de 2024). *Desinformación en la era digital: el papel de las redes*. Quito, Ecuador: Redilat. doi:<https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1865>
- Farid, H. (2019). *Fake Photos*. MIT Press. Massachusetts: Editorial universitaria MIT Press.

- Floridi, L. (2023). *The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities*. Reino Unido: Oxford University Press. Obtenido de *The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities*
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili. Obtenido de <https://dn720001.ca.archive.org/0/items/habermas-j.-historia-y-critica-de-la-opinion-publica-1994/Habermas%2C%20J.%20-%20Historia%20y%20cr%C3%ADtica%20de%20la%20opini%C3%B3n%20p%C3%ABblica%20%5B1994%5D.pdf>
- Habermas, J. (1989). *La transformación estructural de la esfera pública: investigación sobre una categoría de la sociedad burguesa*. Madrid: Cátedra: Editorial Gustavo Gili.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Estados Unidos: The MIT Press. Obtenido de <https://mitpress.mit.edu/9780262081801/the-structural-transformation-of-the-public-sphere/>
- Han, B. C. (2022). *Infocracia: La digitalización y la crisis de la democracia*. Barcelona, España: Taurus (Penguin Random House). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9651636>
- Han, B.-C. (2022). *Infocracia: la digitalización y la crisis de la democracia*. Barcelona, España: Taurus. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-43602022000100209>
- Han, B.-C. (2022). *Infocracia: La digitalización y la crisis de la democracia*.
- Hernández Sampieri, R. F. (2014). *metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill. Obtenido de https://biblioteca.isaeuniversidad.ac.pa/bib/380?utm_source=chatgpt.com
- Horkheimer, T. A. (1947). *Dialectic of Enlightenment*. Amsterdam: Querido Verlag. Obtenido de <https://journals.ku.edu/auslegung/article/view/13179/12475>

Instituto Nacional de Estadística y Censos . (2010). *Resultado del censo 2010*. Ecuador.
Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual/Resultados-provinciales/santa_elena.pdf

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nueva York: Editorial de la Universidad de Nueva York.
doi:<https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2011.n20-09>

Jenkis, H. (2009). *Convergencia cultural: donde chocan los medios antiguos y nuevos*. España: Ed. española.

Jiménez, D. L. (2016). *La construcción de la Opinión Pública en Ecuador a partir de la participación política en redes sociales*. Cuenca, Ecuador: Universidad del Azuay.
doi:<https://doi.org/10.25029/od.2016.103.11>

Kuhn, T. S. (1962). *Internet Archive – The Structure of Scientific Revolutions*. Obtenido de <https://archive.org/details/structureofscien0000kuhn>

Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en investigacion Cualitativas*. Madrid: Ediciones Morata.
Obtenido de <https://www.calameo.com/read/007569037895431608326>

Lee, Y. M. (2020). *The Creation and Detection of Deepfakes: A Survey*. Georgia: Georgia Institute of Technology. Obtenido de <https://arxiv.org/pdf/2004.11138>

Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. Nueva York: Harcourt, Brace and Company. Obtenido de <https://www.gutenberg.org/cache/epub/6456/pg6456-images.html>

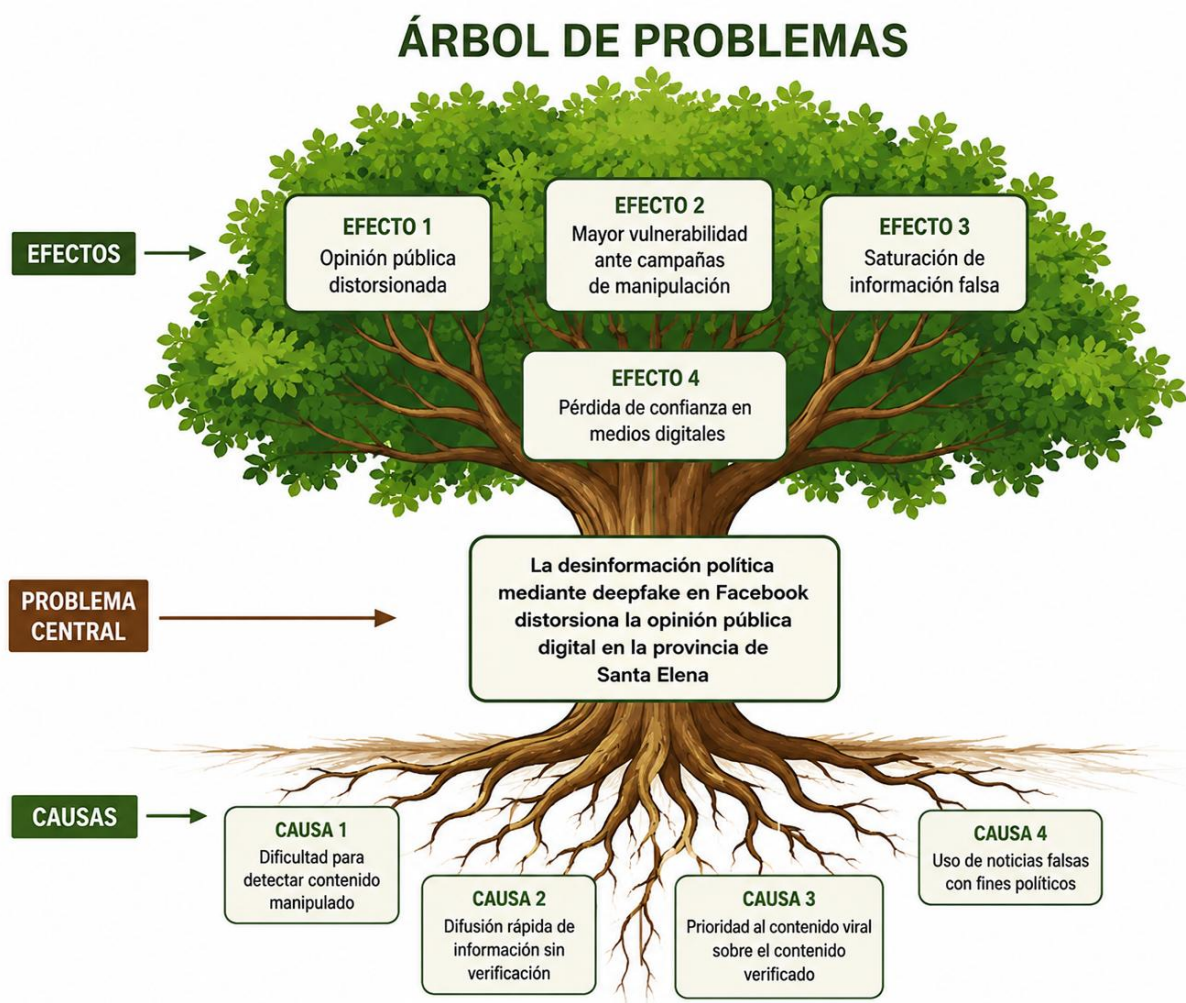
Luis. (s.f.).

Mario Urgiles, J. N. (2022). ¿Informar o desinformar? El poder comunicacional de las redes sociales. *Recimundo*, 144-152.
doi:[https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(4\).octubre.2022.144-152](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(4).octubre.2022.144-152)

- Mónica Cardenas, Y. R. (2025). *Patrones de consumo de noticias en los jóvenes amazónicos ecuatorianos: ¿Medios tradicionales o digitales? Patrones de consumo de noticias en la juventud amazónica ecuatoriana: ¿medios tradicionales o digitales?* Riobamba, Ecuador: Editorial Esprint. doi: <https://doi.org/10.61347/ei.v4i1.123>
- Noelle-Neiman, E. (1984). *The Spiral of Silence: Public Opinion*. Chicago: University of Chicago Press.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Estados Unidos: Penguin Books. Obtenido de <https://www.penguinrandomhouse.com/books/309214/the-filter-bubble-by-eli-pariser/9781101515129/>
- Paulo López, A. M. (2023). La desinformación en las democracias de América Latina y de la península ibérica: De las redes sociales a la inteligencia artificial (2015-2022). *Revista de Comunicación y Cultura*, 69-70. doi:<https://doi.org/10.32719/26312514.2023.8.5>
- Pérez, A. R. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. Bogotá: Universidad EAN. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Proaño, L. (2022). *La red social Facebook como herramienta de comunicación política en la provincia de Santa Elena*. Santa Elena: Repositorio Upse. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8162>

9. ANEXOS

Anexo 1: Árbol de problema



Anexo 2: Matriz de validación de instrumentos

Técnica: Encuesta con escala de Likert

Instrumento: Cuestionario

Tema: Deepfakes en facebook y su incidencia en la opinión pública digital en la Provincia de Santa Elena 2025-2026

Objetivo General: analizar la incidencia de los deepfakes difundidos en Facebook de la opinión pública digital de la provincia de Santa Elena durante el periodo 2025-2026.

Escala: Totalmente en desacuerdo 1, en desacuerdo 2, ni en acuerdo ni desacuerdo 3, de acuerdo 4, totalmente de acuerdo 5

I. INFORMACIÓN GENERAL

1. Sexo

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino

2. Edad

- ☐ 18 a 25 años
- ☐ 26 a 35 años
- ☐ 36 a 45 años
- ☐ 46 a 55 años
- ☐ Más de 55 años

3. Cantón donde reside

- ☐ Santa Elena
- ☐ La Libertad
- ☐ Salinas

4. ¿Con qué frecuencia utiliza Facebook?

- ☐ Menos de una hora al día
- ☐ Entre una y dos horas al día
- ☐ Entre tres y cuatro horas al día
- ☐ Más de cuatro horas al día

II. DEEPFAKES EN FACEBOOK

Dimensión: Exposición y reconocimiento de deepfakes

N.º	Afirmación	1	2	3	4	5
1	En Facebook he visto videos, imágenes o audios que posteriormente descubrí que eran falsos o manipulados.					
2	Considero que actualmente es común encontrar contenidos manipulados mediante inteligencia artificial en Facebook.					
3	Me resulta difícil identificar cuándo un video o imagen ha sido alterado digitalmente.					
4	He tenido dudas sobre la autenticidad de algunos contenidos que circulan en Facebook.					

Dimensión: Credibilidad de la información

N.º	Afirmación	1	2	3	4	5
5	La presencia de deepfakes reduce mi confianza en la información que circula en Facebook.					
6	Antes de creer una noticia o publicación, procuro verificar si proviene de una fuente confiable.					

7	Me preocupa que los deepfakes puedan engañar a los usuarios de redes sociales.					
8	Considero que los deepfakes afectan la credibilidad de las noticias difundidas en Facebook.					
9	La existencia de contenidos manipulados hace que dude de la autenticidad de muchas publicaciones.					

III. OPINIÓN PÚBLICA DIGITAL

Dimensión: Influencia en las percepciones y opiniones

N.º	Afirmación	1	2	3	4	5
10	Los deepfakes pueden influir en la opinión de las personas sobre temas sociales de actualidad.					
11	Los deepfakes pueden afectar la imagen pública de personas, instituciones o autoridades.					
12	La difusión de deepfakes puede generar confusión sobre hechos reales.					
13	Los deepfakes pueden contribuir a la propagación de desinformación en redes sociales.					
14	Los deepfakes pueden influir en las opiniones de los ciudadanos sobre asuntos políticos o electorales.					
15	La circulación de contenidos manipulados puede afectar la forma en que las personas interpretan la realidad.					

Dimensión: Formación crítica de la opinión

N.º	Afirmación	1	2	3	4	5
16	Considero importante verificar la información antes de compartirla en Facebook.					
17	Tengo conocimientos básicos para identificar contenidos posiblemente manipulados.					
18	La educación digital puede ayudar a reducir el impacto de los deepfakes en la sociedad.					
19	Las instituciones educativas deberían promover la alfabetización mediática y digital.					
20	Una ciudadanía informada está mejor preparada para enfrentar la desinformación digital.					

Agradecimiento

Muchas gracias por su colaboración. Su participación aporta información valiosa para comprender cómo los deepfakes influyen en la construcción de la opinión pública digital y contribuye al desarrollo de investigaciones orientadas al fortalecimiento de una ciudadanía crítica e informada en los entornos digitales.

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO POR EXPERTO

Instrumento evaluado: Encuesta “Deepfakes en Facebook y su incidencia en la opinión pública digital de la provincia de Santa Elena, 2025–2026”.

Validadora: Dra. Gabriela Lourdes Vélez Bermello, PhD

Fecha de validación: 24 de junio de 2026

Luego de revisar la estructura general del instrumento, sus dimensiones, afirmaciones, escala de medición e instrucciones, se emite la siguiente valoración como juicio de experto.

Matriz de validación

Criterio	Valoración	Excelente	Bueno	Regular	Observación
Claridad	5	X			Los ítems presentan lenguaje comprensible para la población objetivo.
Coherencia	5	X			Las preguntas guardan relación con las variables y dimensiones del estudio.
Pertinencia	5	X			El contenido responde al tema de investigación sobre deepfakes y opinión pública digital.
Relevancia	5	X			Los ítems aportan información útil para el análisis propuesto.
Suficiencia	4		X		Se recomienda fortalecer la información sociodemográfica con nivel de instrucción y consumo de noticias en Facebook.
Redacción	5	X			La redacción es clara y adecuada para una encuesta

					académica.
Escala de medición	5	X			La escala Likert de cinco puntos es pertinente para medir niveles de acuerdo.

Observaciones específicas

El instrumento presenta una estructura adecuada y mantiene coherencia con el título de la investigación.

Las dimensiones propuestas permiten abordar la exposición a deepfakes, la credibilidad de la información, la influencia en percepciones y la formación crítica de la opinión pública digital.

El ítem 6 puede reformularse, ya que evalúa principalmente un comportamiento de verificación del encuestado y no directamente la credibilidad de la información.

Se recomienda incorporar preguntas sobre nivel de instrucción y frecuencia de consumo de noticias en Facebook para fortalecer el análisis sociodemográfico.

Dictamen de validación

APROBADO CON OBSERVACIONES. El instrumento cumple con los criterios de claridad, coherencia, pertinencia, relevancia y adecuación metodológica. Las observaciones realizadas no invalidan su aplicación; se recomienda incorporarlas para fortalecer la calidad del instrumento antes de su uso definitivo.

Constancia

En calidad de validadora experta, certifico que el instrumento revisado reúne las condiciones metodológicas necesarias para su aplicación en el marco de la investigación señalada.



Dra. Gabriela Lourdes Vélez Bermello, PhD
Validadora del instrumento

Anexo 3: Archivo fotográfico de encuesta



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

Sección 1 de 2

Deepfakes en Facebook y su incidencia en la opinión pública digital de la provincia de Santa Elena, 2025–2026

Estimado(a) participante:

☐ Salinas

4. ¿Con qué frecuencia utiliza Facebook al día?

☐ Menos de una hora al día

☐ Entre una y dos horas al día

☐ Entre tres y cuatro horas al día

☐ Más de cuatro horas al día

5. Nivel de instrucción (Educación alcanzada)

☐ Educación Básica / Primaria

☐ Bachillerato / Secundaria

☐ Tercer nivel (Tecnológico o Universitario)

☐ Cuarto nivel (Posgrado / Maestría / PhD)

6. ¿Con qué frecuencia consume o lee noticias a través de Facebook?

II. DEEPFAKES EN FACEBOOK

Dimensión: Exposición y reconocimiento de deepfakes

	Totalmente en ...	En desacuerdo	Ni de acuerdo ...	De acuerdo	Totalmente de...
En Facebook h...	☐	☐	☐	☐	☐
Considero que ...	☐	☐	☐	☐	☐
Me resulta difi...	☐	☐	☐	☐	☐
He tenido duda...	☐	☐	☐	☐	☐

Dimensión: Credibilidad de la información

	Totalmente en ...	En desacuerdo	Ni de acuerdo ...	De acuerdo	Totalmente de ...
La presencia d...	☐	☐	☐	☐	☐
Considero que ...	☐	☐	☐	☐	☐
Me preocupa q...	☐	☐	☐	☐	☐
Considero que ...	☐	☐	☐	☐	☐



+

📄

Tt

🖼️

▶️

☰

I. INFORMACIÓN GENERAL

1. Sexo

☐ Masculino
 ☐ Femenino

...

2. Edad

☐ 18 a 25 años
 ☐ 26 a 35 años
 ☐ 36 a 45 años
 ☐ 46 a 55 años
 ☐ Más de 55 años

3. Cantón donde reside

☐ Santa Elena
 ☐ La Libertad
 ☐