



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
EXTENSIÓN QUEVEDO



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN**

COMUNICACIÓN SOCIAL

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA
EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**IMPACTO DE LOS FAKE NEWS EN LA CREDIBILIDAD DEL
PERIODISMO DEL MEDIO DIGITAL AL DÍA AÑO 2022**

AUTOR:

ACURIO BARRIOS YELITZA ANAHI

TUTOR:

MSc. ARAGUNDI GARCIA LUIS IVAN

QUEVEDO – ECUADOR

2022

DEDICATORIA

A Dios por permitirme llegar a este momento tan especial de mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más, a mi madre por ser la persona que me ha acompañado durante todo este trayecto estudiantil quien con sus consejos ha sabido guiarme para culminar mi carrera profesional.

A mis amigos Edith Moreira, Kevin Maza, Niurys Loor y Damaris Muñoz que gracias al equipo que formamos logramos llegar hasta el final del camino.

YELITZA ANAHI ACURIO BARRIOS

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A mi madre, que con demostración de una madre ejemplar me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos.

A mis docentes, gracias por su tiempo, por su apoyo, así como la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

YELITZA ANAHI ACURIO BARRIOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **ACURIO BARRIOS YELITZA ANAHI**, portador(a) de la cédula de ciudadanía **080456278-3**, en calidad de autor (a) de la Dimensión Práctica del Examen Complexivo De Grado, previo a la Obtención del Título de Licenciado (o) en **COMUNICACIÓN SOCIAL**, declaro que soy autor (a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el problema:

IMPACTO DE LAS FAKE NEWS EN LA CREDIBILIDAD DEL PERIODISMO DEL MEDIO DIGITAL AL DÍA AÑO 2022

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

ACURIO BARRIOS YELITZA ANAHI
CL. 080456278-3





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Quevedo, 21 de marzo de 2023

CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO
PROBATORIO DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO
PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.

En mi calidad de Tutor del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo, designado mediante Oficio Cir. 005-UIC-FCJSE-2023, con fecha 2 de febrero del 2023, por RESOLUCIÓN ordinaria del Honorable Consejo Directivo de la facultad de ciencias jurídicas sociales y de la educación celebrada el 31 de enero del 2023.

Certifico que:

El/La egresado (a) La **ACURIO BARRIOS YELITZA ANAHI**, ha desarrollado el documento probatorio dimensión práctica del examen complejo denominado:

IMPACTO DE LAS FAKE NEWS EN LA CREDIBILIDAD DEL PERIODISMO
DEL MEDIO DIGITAL AL DÍA AÑO 2022

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo y lo entregue a la coordinación de la Carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar la comisión de especialistas de sustentación designado para la defensa del mismo.


Msc. ARAGUNDI GARCIA LUIS IVAN
DOCENTE DE LA FCJSE



RESUMEN

El presente trabajo investigativo cuyo tema definido es impacto de las fake news en la credibilidad del periodismo del medio digital Al Dia año 2022, tiene como objetivo principal identificar Analizar de qué manera las “Fake News” influyen en la credibilidad del periodismo del mencionado medio de comunicación. Por lo tanto, se utilizó la técnica de entrevista para obtener resultados viables, cuyos datos revelaron que, el medio digital ALDIA ha desarrollado un sinnúmero de cambios de su estructura mediante fue pasando los años, se ha adaptado a las diversas formas de hacer publicaciones tras la nueva era digital. Las redes sociales que contienen mayor seguidores e interactividad es Facebook, estos datos estadísticos están reflejados en la página principal en su medio digital, las publicaciones con mayor influencia son las que están en el área de sucesos o crónica roja.

Palabras clave: fake news, credibilidad periodística, medios digitales.

SUMMARY

The present investigative work whose defined theme is the impact of fake news on the credibility of journalism of the digital media Al Dia in 2022, has as its main objective to identify how the "Fake News" influence the credibility of the journalism of the aforementioned media communication. Therefore, the interview technique was used to obtain viable results, whose data revealed that the ALDIA digital media has developed countless changes in its structure over the years, it has adapted to the various ways of making publications after the new digital age. The social networks that contain the greatest followers and interactivity is Facebook, these statistical data are reflected on the main page in its digital medium, the publications with the greatest influence are those that are in the area of events or red news.

Keywords: fake news, journalistic credibility, digital media.



**RESULTADO DEL DOCUMENTO PROBATORIO
MODALIDAD EXÁMEN COMPLEXIVO (TESINA)**

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO, TITULADO: “IMPACTO DE LOS FAKE NEWS EN LA CREDIBILIDAD DEL PERIODISMO DEL MEDIO DIGITAL AL DÍA AÑO 2022”

PRESENTADO POR LA SEÑORITA:

YELITZA ANAHI ACURIO BARRIOS

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:

**DRA. BLANCA ARACELI
AURIA BURGOS, PhD.
DELEGADO DE LA DECANA**

**MSc. FRANCISCO ENRIQUE
BUSTAMANTE PIGUAVE
PROFESOR ESPECIALISTA**

**ING. LUIS EDUARDO
ANDRADE ALCIVAR, MBA
DELEGADO DE LA UIC**

**ABG. SANDRA VITERI GARCÍA
SECRETARIA DE LA
FAC.CC.JJ.JJ.SS.EE**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Quevedo, 20 de marzo, 2023

CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS
FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO

En mi calidad de Tutor del estudiante; **ACURIO BARRIOS YELITZA ANAHI**, una vez revisado el informe final del proyecto de investigación cuyo tema es: **IMPACTO DE LAS FAKE NEWS EN LA CEDIBILIDAD DEL PERIODISMO DEL MEDIO DIGITAL AL DÍA AÑO 2022**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio, obteniendo como porcentaje de similitud de [9%], resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el trabajo final el porcentaje máximo permitido según el **Artículo 61 de la Normativa de la Unidad de Integración Curricular de la Universidad Técnica de Babahoyo** considera hasta el 20%, se **APRUEBA** el trabajo de titulación para que el estudiante continúe a la fase de defensa.

Se adjunta el informe del sistema antiplagio como evidencia del porcentaje indicado.

Msc. ARAGUNDI GARCIA LUIS IVAN
DOCENTE DE LA FCJSE



INDICE GENERAL

| | |
|---|-------------|
| DEDICATORIA | I |
| AGRADECIMIENTO..... | II |
| AUTORIZACIÓN DE LA AUTORIA INTELECTUAL | III |
| CERTIFICADO DE APROBACION DEL TUTOR..... | IV |
| RESUMEN..... | V |
| SUMMARY | VI |
| RESULTADO DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN..... | VII |
| INFORME FINAL DEL SISTEMA URKUND | VIII |
| INDICE GENERAL | X |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. DESARROLLO | 2 |
| 2.1. JUSTIFICACIÓN..... | 2 |
| 2.2. OBJETIVOS | 3 |
| 2.3. Objetivo general:..... | 3 |
| 2.4. Objetivos específicos..... | 3 |
| 2.5. SUSTENTO TEÓRICO | 4 |
| 2.6. Técnicas de investigación..... | 16 |
| 2.7. RESULTADOS OBTENIDOS | 17 |
| 2.8. SOLUCIONES PLANTEADAS | 20 |
| III. CONCLUSIONES | 21 |
| IV. RECOMENDACIONES | 22 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 23 |
| ANEXOS..... | 25 |

I. INTRODUCCIÓN

En la era de la información en línea, la propagación de noticias falsas, conocidas como "fake news", se ha convertido en un problema cada vez más preocupante para el periodismo digital. La facilidad de información con la que se puede compartir en línea y la falta de control sobre su veracidad han dado lugar a una creciente desconfianza en la credibilidad de las noticias que se presentan en medios digitales como Aldia.

El impacto de las fake news en la credibilidad del periodismo digital no solo afecta a la reputación de los medios, sino también a la confianza del público en las noticias y en los periodistas en general. Cuando las noticias falsas se propagan en línea, pueden causar confusión, desinformación y pánico, lo que puede llevar a la toma de decisiones erróneas y dañar la reputación de los medios.

Para combatir la propagación de las fake news, los medios digitales como Aldia están implementando medidas para verificar la veracidad de las noticias y garantizar que solo se publiquen contenidos de alta calidad. También están trabajando para educar a los lectores sobre cómo identificar y evitar las noticias falsas.

En resumen, el impacto de las fake news en la credibilidad del periodismo digital es un problema que sigue en aumento, pero los medios están tomando medidas para abordar el problema y restaurar la confianza del público en el periodismo de calidad.

II. DESARROLLO

2.1.JUSTIFICACIÓN

Las plataformas sociales han dado un giro radical respecto a la forma en la que el público accede, consume y difunde noticias, lo cual contrasta dos partes, una positiva y la otra negativa, estos cambios son cruciales principalmente para el periodismo y los medios de comunicación. A medida han pasado los años el reto de los periodistas ha sido grande ya que competir con el monstruo de las plataformas sociales y la era de la desinformación, han hecho de esta profesión algo difícil. Con el acceso y creación fácil de contenido posteo en las principales plataformas digitales, han logrado desprestigiar el contenido serio que antes se realizaba para un determinado medio.

Los periodistas en el Ecuador no han sido la excepción y muchos se han visto involucrados en problemas por terceros han utilizado sus nombres para poder firmar contenido falso. Las Fake News es información falsa, difundida bien por los medios tradicionales o por las redes sociales, cuya finalidad es engañar o manipular al público para lograr determinados objetivos. El trabajo actual de los profesionales de la rama del periodismo está siendo plagiado por distintos personajes con diferentes fines.

Es por eso que en mi presente investigación plantearé uno de los objetivos principales que es conocer la problemática principal y encontrar posibles soluciones. A la información analizada en esta investigación se determina que uno de los conductos más fáciles para viralizar contenido en nuestro país es la de la política, que en los últimos meses ha tenido mayor protagonismo en las diferentes plataformas. Una de las cuestiones claves para poder entender este fenómeno de las Fake News, es que estas toman poder cada que un usuario comparte la información falsa y la hacen ver como cierta.

2.2. OBJETIVOS

2.3. Objetivo general:

Analizar de qué manera las “Fake News” influyen en la credibilidad del periodismo del medio digital Al Dia.

2.4. Objetivos específicos:

- Identificar las publicaciones con mayor contenido falso y que más información tuvieron durante el año 2022.
- Determinar la importancia de rectificar una noticia antes de publicarla.
- Proponer herramientas digitales que ayuden a disminuir la proliferación de noticias falsas.

SUSTENTO TEÓRICO

2.5.1. Fake News

El término ‘Fake News’ es un anglicismo utilizado para describir y referirse a las noticias con contenido falso e irreal que pueden estar presentes en diferentes medios de comunicación, representando así, un problema al momento que se pretende mediatizar las engañosas informaciones y propagándolas dentro de una determinada población o grupo de interés que desea informarse sobre algún tema.

Cabe recalcar que esto no es un fenómeno nuevo, pero sí se evidencia un mayor apogeo debido a la gran acogida que han tenido las redes sociales en todo el mundo y, asimismo, a una falta de regulación legal por parte de las mismas redes sociales y de los poderes legislativos de cada sociedad.

En cada época se han utilizado los medios existentes para difundir propaganda y falsedades, para informar o desinformar. Actualmente, la web ha cambiado la dinámica de la transmisión de la información y los hechos se mezclan con verdades y mentiras para generar mezclas informativas que impulsan y multiplican la especulación y el entretenimiento. (Parra y Oliveira, 2018, p. 12).

La cantidad de noticias falsas existentes en la actualidad han surgido gracias a la facilidad y rapidez con la que se propagan dentro de las redes sociales y por el impacto que estas generan ya que, por lo general, abordan temas de mucho interés y que despiertan la atención rápidamente de los usuarios activos.

Noticias fraudulentas o frágiles; información falsa (en general con fuentes forjadas), manipulada, adulterada o fabricada o “plantada” (con la intención de engañar); (que no se puede ver ni mal, sino que, a veces, fuera de contexto, para causar daños [mal

informados]; noticias antiguas viejas; sensacionalismo (propio de los tabloides) mentiras, maquillajes, rumores, hechos alternativos, entre otros. (Parreira, 2019, p.16).

Esta situación ha llegado a aumentar las afectaciones derivadas de la pandemia representando problemas muy graves que pueden poner en riesgo la salud e integridad de las personas que llegan a consumir los contenidos con noticias falsas, que después de su viralización, influyen en la conciencia colectiva.

2.5.2. Redes Sociales y Noticias Falsas

Una red social desde la perspectiva tecnológica, es un espacio virtual que facilita la interacción entre personas sobre una diversidad amplia de temas que pueden ser publicados o compartidos. Las herramientas diseñadas y que se usan por medio de la Web 2, han tenido una evolución acelerada, dificultando por ende su definición y análisis. (Pérez, Moya y Alarcón, 2017, p. 20).

En la actualidad las noticias falsas están muy presentes dentro de las redes sociales que, en su mayoría, no cuentan con una regulación que combata o elimine todo tipo de publicación que promueva una información errónea y haya llegado a millones de usuarios repercutiendo en su estabilidad emocional y social.

Ya se ha evidenciado molestias por parte de líderes políticos quienes se han visto perjudicados por la cantidad de cuentas desde las que se emiten informaciones erróneas y amañadas con fines conspirativos y, por ello, han tomado la iniciativa de promover leyes que permitan regular el contenido que se emite en las redes sociales, pero muchas veces esos proyectos de ley son rechazados por los mismos poderes legislativos.

Realmente la falta de regulación dentro de las redes sociales puede llegar a afectar la democracia y tranquilidad de una población, ya que al no censurar las cuentas que promueven

‘Fake News’ se da una libre potestad de crear caos, desestabilización y desinformación que produce alteraciones al orden público.

En Ecuador, el fenómeno de las noticias falsas se produce especialmente en las redes sociales donde se aprovechan contextos electorales o políticos para la creación de contenido que tiene como fin crear oposición hacia figuras o temas específicos. Las noticias falsas de manera general, son un resultado de los cambios tecnológicos y los comportamientos que usuarios han desarrollado ante los mismos. (Benítez e Hidalgo, 2020, p.7).

2.5.3. Historia de las plataformas digitales

Los 90 fue la década donde se estableció la llegada de las que hoy llamamos plataformas digitales, es aquí en donde originó de una manera más específica que los ciudadanos puedan compartir todo contenido publicando o colgando alguna foto o video en sus redes, las plataformas son el lugar indicado de las personas que las usan para sus recuerdos puesto que, tiene un pequeño recordatorio con el pasar de los años.

La funcionalidad de estas plataformas son de tal manera que están enganchadas a diversos sistemas operativos los cuales hacen que su funcionalidad sea más concreta para lo que los usuarios están buscando.

Las características son fundamentales en cualquier plataforma porque deben prestar ya sea una gran variedad de cosas a sus usuarios, los creadores de contenidos o los llamados streamer conocidos de esa manera porque su contenido es en vivo ya sea en videojuegos, noticias o algún reportaje de forma directa. La empresa Apple es una de las que se considera cerrado o propietaria, mientras que Android o algunas empresas de telecomunicaciones tratan de crear su propia línea para así no favorecer a terceros.

Lo que se aspira por parte de las plataformas digitales es tratar de abarcar las webs pues ofrecen una manera de innovación las transmisiones premian con un mayor contenido, pero en esta ocasión con la mayor resolución para que el visualizador pueda sentirse satisfecho.

En si las redes sociales ocupan un espacio muy principal en nuestro diario vivir, son estas plataformas digitales las que nos ayudan a comunicarnos de varias formas con los demás, a través de audio, llamadas por WhatsApp, Messenger, Instagram o cualquier otra red social. En la actualidad la mayoría de las personas cuentan con un dispositivo electrónico conectado con Internet lo que les permite realizar varias cosas a la vez.

Toda la colectividad en la actualidad está sumergida en un pequeño espacio de mutación los cuales se han generado con varios cambios en todo campo ya sea político, cultural, económico y de educación, todo genera varios cambios.

Estados Unidos fue uno de los primeros países en dar a conocer o disfrutar de la digitalización y el desarrollo de las redes sociales. Las Tecnologías de la Comunicación y la

Información (TIC), fueron las primeras aplicaciones asincrónicas, en donde cada uno de los usuarios no podía distribuir en un mismo espacio con los demás.

A la culminación de los 80 el finlandés (Jarkko Oikarimen) fue el creador de un sistema el cual podías chat en red y se llamaba Internet Relay Chat – IRC, de lo cual lo fundamental en su creación era crear una red la cual en si pudieses chat sin importar las redes.

En 1991 la digitalización de las redes y su aprobación con sus estándares eran parte técnica de la telefonía mobile, se los llamo Global System for Movable Communications (GSM) luego de aquello dio apertura a la difusión del celular. La mayor característica que reunía este nuevo sistema es que el usuario podía enviar mensajes con 160 caracteres desde un dispositivo móvil a otro, esta vez haciendo útil un teclado para escribir y obviamente la pantalla para leer.

Cada una de estas herramientas tenían varias conexiones con otras funciones por ejemplo esta se la llamó Short Message Service (SMS). En el año 1992 desde Reino Unido se envió el primer mensaje, de esta manera esta clase de herramienta de comunicación más ágil y sobre todo fácil entre algunos de sus usuarios fue muy bien vista, el único todo era gratis pero luego con el tiempo se colocó un precio por el servicio ya que era muy rentable.

Los envíos de mensajes desde un celular a otro continuaron por mucho tiempo y la lógica forma de tener una interacción de forma textual, ya con esta manera de comunicarse fue una base para la llegada del chat, pero ahora a través de la web o el e-mail.

Una de las vías de acceso de mayor rapidez son las plataformas digitales en las cuales los ciudadanos pueden encontrar bienes y servicios que necesitan en ese momento, los jóvenes son los que tienen esa mayor interactividad con las plataformas por el mayor tiempo que pasan indagando en sus cuentas de redes sociales. Hoy en día hay un sinnúmero de actividades con las cuales pueden los internautas participar, ya sean en transmisiones en vivo, al leer una noticia que ve en su página la cual sigan, también se reconoce que estas plataformas ayudan a encontrar más amigos a nivel mundial por la gran cobertura que tienen.

Según Ferrer (2017), Los jóvenes han adoptado estas cualidades de una forma natural, extrayendo valor a la oferta y aportándola de múltiples formas, también emprendiendo en negocios basados en plataformas. (p.30)

Analizando la situación contextual de las plataformas digitales pues sí, se han convertido en una herramienta fundamental para generar recursos económicos los cuales han tomado mayor forma desde la llegada del Covid – 19 al mundo, lo cual lo torna como un modelo de negocio perfecto por lo que las empresas han sacado mucho provecho de aquello.

Las interactividades son de manera directa negociante y comprador de algún servicio que en ese momento desee adquirir, las redes sociales las cuales tienen enganchados a más de

un usuario, la forma digital en línea ayuda a que las empresas sin importar su capacidad y magnitud puedan organizarse de una buena manera con cada uno de sus productos.

Las aplicaciones que usen en su beneficio son derechos directamente de las empresas en busca de un bien común para todos.

2.5.4. Evolución de las plataformas digitales

La evolución desde las soluciones de portal hasta las plataformas de experiencias digitales viene provocada por la necesidad de crear soluciones que den respuesta a los retos derivados de la transformación digital.

Con el pasar del tiempo los portales web y plataformas digitales se han convertido en aquellas que adquieren experiencia en el ámbito digital, la mayor relevancia en algunos de los acontecimientos que están cruzando las empresas con las transformaciones en esta nueva era digital. (Liferay, 2017, p.34)

La evolución principal de estas plataformas digitales las cuales están incluidas las redes sociales están en que sean totalmente flexibles para colocarlo en el mercado de productos y servicios, porque los usuarios cuentan con una variedad muy amplia de plataformas las cuales están al alcance de todos, pero la realidad es que si hay campo para la comparación en indagaciones por Global Single Source en 54 países la red que más es utilizada por los jóvenes es Tik Tok que se encuentra en lo más alto, mientras que Facebook se coloca primera pero el mayor uso es de sus usuarios adultos.

Las plataformas digitales a las que estamos dando un cada vez mayor uso tienen diversos elementos característicos que resultan de enorme interés desde un punto de vista social y económico, las plataformas visualizan una mayor capacitación de la ciudadanía para organizarse e interaccionar globalmente con menores barreras que otros sistemas. (Ferrer, 2017, p.20)

Las perspectivas de las plataformas digitales de una manera amplia pues hay que mirar hacia el pasado con todo el recorrido de la digitalización en el mundo, todo tiene su origen a través de la revolución digital, con la creación del transistor en el año 1947, cuando este aparato electrónico ayudaba a que se regule el flujo de corriente o tensión.

Este fue un salto en las innovaciones, de lo analógico y mecánico al mundo digital los cuales estaban asistidos por los ordenadores, estos cambios e inventos se los colocó como uno de los logros grandes de la humanidad, con estos cambios generados a lo largo del tiempo se modernizó con los diseños y sistemas complejos.

Las plataformas digitales presentan una oportunidad para impulsar el crecimiento económico en América Latina y el Caribe. Sin embargo, para potenciar su alcance, es necesario incrementar las inversiones en infraestructura digital para expandir la conectividad de los países.

2.5.5. Las redes Sociales

La red que fue la primera en aparecer fue Arpa net con si siglas en inglés (ARPAN) esta es una de las precursoras de las redes sociales, también es conocida como la más arcaica de las redes. Esta es una red que permitió que se intercambien las informaciones entre varias escuelas en lo que corresponde a la educación dentro de Norte América ya que fue una de las piezas del internet.

El primer email que se envió fue en el año de 1971 y el comienzo del nuevo proyecto tuvo el nombre Gutenberg (Biblioteca online gratis) esto fue en 1978. A los inicios del 1991 el internet tomó otro rumbo para ser una potencia mundial con la llegada de www (World Wide Web) y así es como lo conocemos en la actualidad. La llegada de internet, hace ya algunos años, generó un antes y un después en las diferentes civilizaciones, sobre todo porque abrió paso a una nueva manera de comunicación entre usuarios que

no necesariamente necesitaban estar dentro de la misma habitación. El correo electrónico, las páginas web o los foros. (Hera, 2021, p. 30)

Luego de la gran aparición de las WWW creada por Tim Berners, pero la conexión solo se hacía por celulares, algunas personas no contaban con uno y además, eran muy pocas que contaban con un correo electrónico y uno de los principales buscadores era Netscape.

En el 1997 es donde hace su arribo SixDegrees, es aquí el primer sitio para las redes sociales ya hacían sus apariciones, en la actualidad este sitio aún permanece habilitado, aunque algunos fallos se realizaron en su comercialización a principio de su aparición, tomo mucha fuerza por la gran capacidad que tenía en que podía tener a más personas conectadas y que permita tener conectividad con algunos circulo sociales y sobre todo con personas bastante distantes al emisor.

Andrew Weinreich fue quien creó el directorio electrónico que conectaba a los usuarios con los que conocían más y los otros con las demás personas cercanas a ellos y así sucesivamente se armaba una gran cadena de seguidores que de una u otra manera tenían alguna relación. Six Degrees (Seis Grados) este nombre está relacionado con un nombre básico puesto que; las personas estaban conectadas con otras por más de seis vínculos. Las redes sociales son estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos. (Normo, 2011, p.28)

Así como se llegó a tener mayor conectividad y además tener a más personas vinculadas existía un problema, en lo que se agregaba a un amigo a tu red ya no había más que hacer, es por eso que existieron y salieron al mercado otras redes como MiGente, AsianAvenue y Match.com, y estas redes les permitieron a los usuarios entrelazarse de una manera personal y agregando que podía crear una cita en línea.

En la actualidad no se puede decir que Facebook y Twitter tienen una exclusividad con un determinado grupo comunitario. El gran porvenir de muchas aplicaciones y sobre todo no todas aplicaciones ofrecen a sus usuarios las garantías de cuidar tus datos personales, puesto que algunos de los usuarios son muy exigentes con varias de las normativas porque no saben en realidad que tan seguro están los datos que se coloca al momento de crear un usuario en cualquier red social.

Las plataformas digitales se han convertido en el canal de comunicación más importante de las empresas e instituciones ya que les permite llegar a una cantidad ilimitada de usuarios al mismo tiempo, agilizando los tiempos de respuesta, modernizando los procesos a fin de hacerlos más cómodos para el usuario. (Rodríguez, 2019, p.23)

En la historia de las redes sociales encontramos en el 2001 la aparición de Ryze.com la cual su función era su ayuda a las conexiones de sus usuarios de manera profesional, en forma de asociación Ryze estrechó lazos con otras redes las cuales fueron LinkedIn, Tribe.com y Friendster. La unión de estas otras redes ya con sus empresarios fue unir fuerzas para ayudarse de una manera mutua sin competencia, lo que hoy en día estos lazos ya no existen porque, Tribe se ubicó en un mercado nicho lo cual sigue siendo muy relevante, Razer no logró éxito de LinkedIn y Friendster fue borrado del mapa por Facebook.

El internet en el año 2002 trajo algunas grandes promesas en redes por el lanzamiento de varias redes y la que más llamó la atención fue Friendster, esta red social tenía en cuanto ser mejor que Match.com. Quería ser una red más en lograr citas con sus usuarios, esta red social planificó para que se rompa solo esa forma de conectarse entre amigos, sino que deseaba que dos usuarios extraños tengan una conexión con gustos igualitarios.

Un año después (2003) esta red tuvo una mayor cobertura, en una ocasión pasó los 300,000 usuarios, este incremento llamó la atención de los llamados Bloggers, lo malo en esta red es que su crecimiento fue tan rápido que empezaron a tener algunas falencias en aspectos técnicos y físicas por lo cual hacían que la red ya no se utilizó como al principio, la incomodidad fue tan grande que casi todos los usuarios podían observar lo que realizabas en tu cuenta.

La tecnología forma parte de nuestra vida diaria, y por eso cada vez son más los procesos digitales que sustituyen las operaciones que antes se hacían de manera presencial. El principal objetivo de estas plataformas es facilitar la ejecución de tareas con ayuda de estos programas en un mismo lugar en la web. (búho, 2021, p. 15)

Con la llegada de las redes sociales, han llegado a ser una herramienta fundamental día a día, por eso Facebook se ha convertido en la actualidad en la numero 1, por cómo ha evolucionado para el bien común de todos sus usuarios de tal manera hasta realizar algún negocio, puesto que; ayuda a las nuevas generaciones sobre sus nuevos emprendimientos en lo cual desean posesionarse y una de las maneras en a través de las diferentes plataformas digitales que brindan la facilidad de hacerlo.

Con el pasar del tiempo esta plataforma acusó de no tener medidas de seguridad para los usuarios menores de edad, pues con una acusación de predadores infantiles estaba en aumento lo que sucedía en esta red.

A la altura de ese año ya las redes sociales estaban en todo su apogeo y crecimiento en el mundo, ya algunas de estas redes habían tomado ciertas partes del mundo sin tener un dominio en estas zonas, un ejemplo de aquello fue en México donde el Hi5 se convirtió en la red con un crecimiento bárbaro.

Cuando las redes empezaron a crecer en el mercado nicho y se fueron desplazando en un territorio extenso de comunidades, cuando se extendía las redes apareció Facebook en línea.

A la altura del año 2005 fue la expansión de las redes y los estudiantes de Harvard fueron también parte de esta nueva innovación, Facebook fue una de las redes que indujeron a que los estudiantes sean parte fundamental de su nueva plataforma digital, a lo que se conllevaba a más de un billón de usuarios conectados diariamente.

Las redes sociales como herramientas de comunicación política han tenido un crecimiento permanente durante la última década. La confluencia masiva en estos espacios favorece la imposición de sentidos por parte de los actores dominantes, más allá de los tradicionales medios de comunicación. (Pujalte, 2018, p.10)

La juventud es la que en si tiene adaptado estas cualidades las cuales son parte fundamental de este crecimiento de redes sociales en los últimos años, han innovado de una manera buena el negocio de las redes sociales y en si han incrementado los grupos de usuarios que brindan un servicio al cliente a través de las plataformas digitales.

Redes como Instagram y YouTube no forman parte de la sociedad activa a lo que se refiere a la interactividad de los sus usuarios, algunas redes sociales ya forman parte de la vida diaria de las personas las cuales se han consolidados en el mercado internacional, siempre están sujetas a varios cambios que se les haga a estas redes.

2.5.6. Facebook como medio de comunicación digital

Las redes sociales surgen como una alternativa de comunicación y distracción entre pares, muy lejanas al ámbito del aprendizaje, que con el tiempo fueron siendo captadas como herramientas de distribución de la educación. Facebook es la mayor y más reconocida red social a nivel mundial, es por eso que se decide analizar la influencia de este fenómeno dentro de la educación y definir cuál es su función dentro de la comunicación educativa. (Elías, 2014, p.9)

Mark Zuckerberg, creador de Facebook anteriormente haya dicho que Facebook no era un medio de comunicación hoy en día es todo lo contrario y es donde dice que, si es un medio de comunicación, en una transmisión en vivo junto a la jefa de operaciones Sheryl Sandberg, lo cual fue para ver los cambios a futuro que se le venía a la compañía desde el 2016.

Saber que Facebook es un nuevo tipo de este nuevo grupo de plataformas digitales, hoy en día esta red social si se caracteriza por ser un medio de comunicación digital lo cual lo identifica por las diferentes formas d publicar los contenidos.

Hoy en día comunicarse es algo muy factible y total meta rápido, porque la tecnología ha avanzado de una manera rauda los cuales las trasmisiones e informaciones que se comparten a través de las redes sociales es algo muy persuasivo que siempre se da a notar a los usuarios que tiene redes sociales activas.

Lo importante es que las personas se han adaptado de una manera muy buena a todo su entorno incluyendo las variantes de la evolución de las tecnologías, lo negativo de las evoluciones es que se ha visto afectado en varias oportunidades a las personas en la comunicación.

Una Fan page de Facebook para tu negocio te abre múltiples posibilidades para encontrar a tus clientes y una mejor imagen de tu marca. Podrás tener bajo control una gran serie de facilidades con un poderoso canal de comunicación de alcance global. Algunas de las razones por las qué es importante para tu negocio contar con una Fan Page de Facebook. (Guzmán, 2018, p. 23)

En pleno siglo XXI todos entran con un acceso a Facebook como parte principal en la evolución de la herramienta en lo que corresponde a los medios de comunicación digitales, la creación de las FanPage es una página ya sea para marcas o personas públicas, los cuales desean

es tener mayor interacción con sus seguidores, ahora lo que las grandes empresas hacen es promocionar sus productos.

El mundo digital es lo que está aliado a lo que hoy en día es el verdadero mundo digital, el trabajo que realiza el medio de comunicación AIDia es tener interacciones con los seguidores de esta página creada en Facebook, lo que realmente publica este medio son noticias a nivel nacional, provincial e internacional de una manera constante.

La prioridad de esta red social es tener una mayor amplitud en todas sus publicaciones y sobre todo tener ese alcance e interacción con los seguidores, lo cual le permite a seguir creciendo de una manera bastante buena. La gran necesidad de la creación de una FanPage es por el gran uso que la juventud con herramientas tecnológicas y además las personas que tienen un aparato electrónico pueden acceder a una cuenta de Facebook o cual red social.

2.6. Técnicas de investigación

Entrevista: La entrevista va dirigida al director de noticias del medio digital Aldia mediante vía telefónica, fue realizada para recolectar la información necesaria para la investigación, y resolución del objetivo general.

Exploratoria: los datos recopilados se pueden analizar para identificar las opiniones de los usuarios y periodistas sobre las fake news y su impacto en la credibilidad del periodismo.

RESULTADOS OBTENIDOS

Con la gran aspiración de poder cumplir con el objetivo principal del estudio de caso, se llevó a cabo con la eficacia necesaria donde aportamos con la recopilación de los datos, tales como la revisión de la red social de Facebook del medio digital ALDia, para recoger la información que aporte a sustentar este trabajo, así como la entrevista al gerente y propietario del medio.

Los resultados expuestos a continuación se basan en la información entregada por el gerente Lcdo. Guido Bricio. A través de una entrevista previamente pautada que se realizó mediante vía Zoom para obtener datos de primera mano mediante un cuestionario realizado con anticipación.

¿Qué es Aldia y a que se dedica como tal?

Aldia es un medio de comunicación, fue constituida en el 2012 que edita, produce y crea contenido noticioso en plataforma digitales, medios impresos, producen audio y video como también contenido creativo.

¿Qué políticas tiene Aldia para verificar la veracidad de las noticias antes de publicarlas en su sitio web?

Siempre la verificación como tenemos un grupo humano, hay dos formas de comunicar una cuando se presentan contenidos fortuitos, por ejemplo, un accidente el periodista va, acude y recoge la información para luego publicar, la otra noticia es cuando creamos contenido es decir vamos a trabajar con un tema específico a ver porque hay mucho desempleo entonces es un trabajo creado y modificado por el medio para producir entonces con todos esos parámetros estamos garantizando que el contenido que Aldia publica es totalmente creíble, verificado, planificado y no es un contenido que de pronto se lo ve en las redes sociales vengo y listo lo

copio y público en el muro, sino que nosotros realmente creamos contenido previamente verificado, creando paso a paso los videos las notas que se redactan.

¿Cómo se jerarquiza la información recabada en el día a día según su importancia para que se pueda publicar en la red social de la empresa?

Se manejan las tendencias, es decir no podemos hablar de caramelos cuando se está hablando huevo, en este momento el huevo esta subido de precio entonces es una tendencia que tenemos que trabajar lo que la gente quiere saber, el huevo subió de precio y entonces trabajamos en base a esa tendencia donde todo el mundo en redes sociales está hablando ha subido de precio entonces nosotros vamos verificamos a nuestros lectores porque ha subido el incremento de la unidad del huevo

¿Qué medidas toma Aldia para evitar la propagación de noticias falsas en sus plataformas digitales?

Siempre es la verificación, el monitoreo es decir noticias falsas rápidamente metieron preso a un alcalde, que es lo malo allí que yo publique metieron preso al alcalde de Babahoyo sin que yo verifique ese es el error, por eso hoy en día todo el mundo intenta ser comunicación porque un ciudadano común coje su teléfono graba y sube en sus cuentas de redes sociales. Pero por eso nosotros los periodistas le damos tratamiento a la información aunque hay muchos compañeros periodistas que realmente copian y pegan yo creo que es conocimiento de cada estudiante de cada profesional que se vaya a graduar que tanto de conocimiento tiene en su cabeza no está bien preparado antes los desafíos se convertirá en un periodista de copia y pega no tendrá la capacidad de crear contenido nuevo, creativo simplemente copia de lo que los otros crean y allí terminamos copiando noticias falsas, replicando noticias falsas y al final no se va a tener un contenido de calidad para la comunidad, básicamente estos temas son de una lucha

constante y diarias porque hoy en día muchos creen abrir una página de Fans page de Facebook y tener un teléfono ya están haciendo comunicación, pero es mucho más allá.

¿Cómo aborda Aldia la difusión de información engañosa por parte de fuentes externas, como las redes sociales?

Tenemos un equipo de verificadores que lo que es viable publicamos y ampliamos agregando más contenido y lo que no simplemente no se le para bola o se hace una aclaración que lo que circula en redes sociales es falso y que realmente lo que está sucediendo es tal cosa.

¿Qué tipo de capacitación en periodismo ético y verificación de hechos se ofrece a los periodistas de Aldia?

Nosotros tenemos algunas vinculaciones con entidades internacionales y nacionales por ejemplo en Ecuador tenemos chequea Ecuador es una organización que a través de funda medio trabaja en la verificación de contenido es decir basado a los parámetros tenemos mucha ayuda organismos internacionales sobre todo ONG y entidades también nacionales que nos colaboran mucho con los temas de capacitación y cómo manejar sobre todo la verificación de contenidos para preparar al equipo y no vernos sorprendido por alguna demagogia de un candidato o un político o de alguna entidad que le puede estar mintiendo a la sociedad.

¿Cómo ve Aldia el futuro del periodismo digital y su papel en la lucha contra las noticias falsas?

Bueno basándonos a nosotros tenemos ya 11 años basando en información hemos formado una generación que tenía 10 ahora ya tiene 22 años el que tenía 15 ya tiene 26 años entonces basados a esta generación que Aldia va formando van creciendo en el medio de comunicación, entiendo siempre que tenemos que estar en lo que se llama innovación, el control, la verificación las oportunidades que pueden estar desafiante nosotros tenemos que estar activos para poder estar en el medio de lo contrario simplemente moriremos en el intento.

2.8. SOLUCIONES PLANTEADAS

Verificación de hechos: Los medios digitales deben tener un equipo dedicado a verificar la veracidad de las noticias antes de publicarlas. Esta verificación debe incluir la corroboración de los hechos y fuentes citadas en la noticia.

Utilización de herramientas digitales: Estas 3 herramientas digitales ayudaran a la rectificación de noticias, ya sea texto o imágenes.

| BERIFY | GOOGLE IMAGE | VISUALIZADOR DE METADATOS |
|--|--|---|
| Esta aplicación ayuda a la verificación de noticias ya sea en foto o video. (www.berify.com) | En Google imagen también se puede rectificar noticias mediante imágenes. (www.images.google.com) | Ofrece datos sobre una imagen, como cuándo y dónde se tomó la fotografía. (http://exif.regex.info/exif.cgi) |

Promover la educación en alfabetización mediática: Las personas necesitan aprender a identificar las noticias falsas y a verificar la información antes de compartirla. Las organizaciones de medios de comunicación pueden desempeñar un papel importante al educar a sus lectores sobre cómo identificar las noticias falsas.

III. CONCLUSIONES

Según el análisis realizado llegamos a la conclusión de que el medio digital ALDIA ha desarrollado un sinnúmero de cambios de su estructura mediante han pasado los años, se ha adaptado a las diversas formas de hacer publicaciones tras la nueva era digital.

Las redes sociales que contienen mayor seguidores e interactividad es Facebook, estos datos estadísticos están reflejados en la página principal en su medio digital, las publicaciones con mayor influencia son las que están en el área de sucesos o crónica roja.

Además, el uso de noticias falsas puede ser una forma de manipulación política, social o económica, lo que puede generar desconfianza en los medios y en la capacidad de la sociedad para tomar decisiones informadas. Por lo tanto, es importante que el medio digital Aldía mantenga altos estándares de calidad en su cobertura de noticias y verifiquen la información antes de publicarla.

En conclusión, el impacto de las fake news en la credibilidad del periodismo del medio digital ALDIA comenzó de la capacidad del medio para mantener altos estándares de calidad en su cobertura de noticias y verificar la información antes de publicarla.

IV. RECOMENDACIONES

Es importante que los periodistas de Aldia verifiquen la información de fuentes confiables antes de publicarla en su sitio web. Deben comprobar la veracidad de la información antes de publicarla.

Además, es crucial que el medio digital Aldia eduque a sus lectores sobre la importancia de verificar la información antes de compartirla en redes sociales o en otros medios. Los lectores deben entender que compartir información falsa puede tener consecuencias graves.

De esa manera Aldia puede aumentar la credibilidad de su periodismo en el medio digital y proteger a sus lectores de las noticias falsas que circulan en línea.

BIBLIOGRAFÍA

- Benítez, M. A., e Hidalgo, P. E. (2020). Comportamientos generacionales y contenidos informativos que construyen el mundo de las Fake News en Ecuador. *Revista Scientific*.
<https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.16.11.208-229>
- búho. (2021). búho. Obtenido de búho: <https://buhoagenciadigital.com/plataformas-digitales-tipos/>
- Elías, M. (agosto de 2014). Facultad de Diseño y Comunicación. Obtenido de Facultad de Diseño y Comunicación:
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=10667&id_libro=517
- Ferrer, M. (18 de marzo de 2017). Presente y futuro de las plataformas digitales. Obtenido de Presente y futuro de las plataformas digitales:
http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/41/publicaciones/4._presente_y_futuro_de_las_plataformas_digitales.pdf
- Guzmán, N. L. (9 de septiembre de 2018). Mom Marketing. Obtenido de Mom Marketing:
<https://mommkt.com/fan-page-de-facebook-para-tu-negocio-2/>
- Hera, C. d. (30 de junio de 2021). marketing4ecommerce. Obtenido de marketing4ecommerce:
<https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>
- Liferay. (13 de junio de 2017). Liferay Blog. Obtenido de <https://www.liferay.com/es/blog/es-es/transformacion-digital/plataformas-de-experiencia-digital-la-evolucion-del-portal-tradicional>

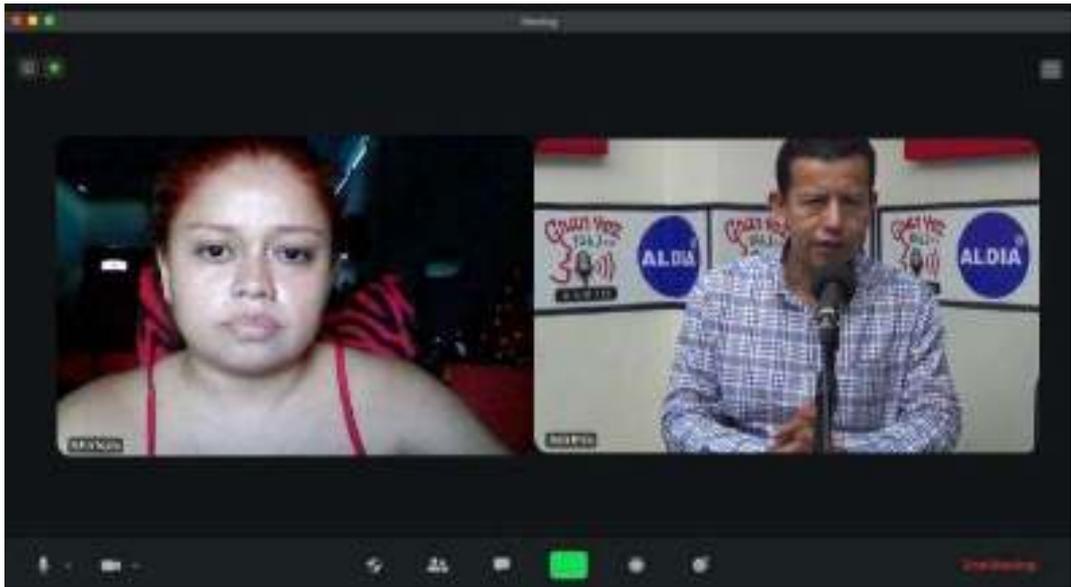
- Normo. (20 de diciembre de 2011). Historia de la Informática . Obtenido de Historia de la Informática: <https://histinf.blogs.upv.es/2011/12/20/redes-sociales/>
- Parra, P. y Oliveira, L. (2018). Fake News: Una revisión sistemática de la literatura. Observatorio (OBS).
- Pérez, G., Moya, B., Alarcón, K., (2017). Análisis Geográfico de la Red Social Twitter en Ecuador. Universidad Central del Ecuador. Quito. <file:///C:/Users/user/Downloads/580-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2281-1-10-20170713.pdf>
- Pujalte, L. Q. (2018). Acciones y estrategias de comunicación en plataformas digitales. El caso Cifuentes. Prisma Social. Obtenido de <https://revistaprismasocial.es/article/view/2585>

ANEXOS

1. ¿Qué es Aldia y a que se dedica como tal?
2. ¿Qué políticas tiene Aldia para verificar la veracidad de las noticias antes de publicarlas en su sitio web?
3. ¿Cómo se jerarquiza la información recabada en el día a día según su importancia para que se pueda publicar en la red social de la empresa?
4. ¿Qué medidas toma Aldia para evitar la propagación de noticias falsas en sus plataformas digitales?
5. ¿Cómo aborda Aldia la difusión de información engañosa por parte de fuentes externas, como las redes sociales?
6. ¿Qué tipo de capacitación en periodismo ético y verificación de hechos se ofrece a los periodistas de Aldia?
7. ¿Cómo ve Aldia el futuro del periodismo digital y su papel en la lucha contra las noticias falsas?



Captura de la página de Facebook del medio digital Aldia.



Entrevista vía Zoom al gerente del medio digital Aldia.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FECHA: 21/3/2023
HORA: 19:4

SR(A),
LCDO. JAIME NAVIA ALAVA
COORDINADOR DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN DE LA EXTENSION - QUEVEDO
EN SU DESPACHO.-

DE MI CONSIDERACIÓN:

EN ATENCIÓN A LA DESIGNACIÓN COMO DOCENTE TUTOR PARA GUIAR EL TRABAJO DE TITULACIÓN
CON EL TEMA:

| MODALIDAD | FASE | TEMA |
|----------------------------|-----------------|--|
| EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO | EXAMEN PRACTICO | IMPACTO DE LOS FAKE NEWS EN LA CREDIBILIDAD DEL PERIODISMO DEL MEDIO DIGITAL AL DÍA AÑO 2022 |

PERTENECIENTE A EL/LOS ESTUDIANTES:

| FACULTAD | CARRERA | ESTUDIANTE |
|----------|---------------------|------------------------------|
| EXTQVD | COMUNICACION SOCIAL | ACURIO BARRIOS YELITZA ANAHI |

AL RESPECTO TENGO A BIEN INFORMAR QUE EL/LOS ESTUDIANTES HAN CUMPLIDO CON LAS DISPOSICIONES ESTABLECIDAS EN EL REGLAMENTO E INSTRUCTIVO DE TITULACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO, EN LOS TIEMPOS ESTABLECIDOS PARA EL EFECTO.

POR LO ANTERIORMENTE EXPUESTO, EL TRABAJO DE TITULACIÓN ES APROBADO POR QUIEN SUSCRIBE, AUTORIZANDO CONTINUAR CON EL PROCESO LEGAL PERTINENTE

POR LA ATENCIÓN QUE SE SIRVA DAR AL PRESENTE ME SUSCRIBO.

ATENTAMENTE,

LUIS IVÁN ARAGUNDI GARCIA
DOCENTE TUTOR DEL EQUIPO DE TITULACIÓN

Por ti
UTB

Av. Universitaria Km 2 1/2 Via Montalvo
05 2570 368
rectorado@utb.edu.ec
www.utb.edu.ec



FECHA: 28/3/2023
HORA: 12:57

**EXTENSION - QUEVEDO
UNIDAD DE TITULACIÓN**

SEGUIMIENTO DE PROYECTOS DE TITULACIÓN

DOCENTE TUTOR: ARAGUNDI GARCIA LUIS IVAN
ESTUDIANTES: ACURIO BARRIOS YELITZA ANAHI
PERIODO TITULACIÓN: DICIEMBRE 2022 - MAYO 2023
MODALIDAD DE TITULACIÓN: EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
FASE DE MODALIDAD: EXAMEN PRACTICO
PROYECTO DE TITULACIÓN: IMPACTO DE LOS FAKE NEWS EN LA CREDIBILIDAD DEL PERIODISMO DEL MEDIO DIGITAL AL DIA AÑO 2022

INFORMACIÓN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

| IMPACTO DE LOS FAKE NEWS EN LA CREDIBILIDAD DEL PERIODISMO DEL MEDIO DIGITAL AL DIA AÑO 2022 | | | | | |
|--|------------|------------|-----------|-------|------------|
| FASE | F. INICIO | F. FIN | PROCESO | PORC. | ESTADO |
| EXAMEN PRACTICO | 2023-02-03 | 2023-03-29 | TERMINADO | 100% | HABILITADO |

INFORMACIÓN DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO

| INTRODUCCIÓN | | | | | |
|--------------|-----------|--------|---------|-------|--------|
| ACTIVIDAD | F. INICIO | F. FIN | PROCESO | PORC. | ESTADO |

| DESARROLLO | | | | | |
|--|------------|------------|-----------|-------|------------|
| ACTIVIDAD | F. INICIO | F. FIN | PROCESO | PORC. | ESTADO |
| DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO | 2023-02-08 | 2023-02-13 | TERMINADO | 100% | HABILITADO |
| JUSTIFICACIÓN | 2023-02-08 | 2023-02-13 | TERMINADO | 100% | HABILITADO |
| OBJETIVO | 2023-02-08 | 2023-02-13 | TERMINADO | 100% | HABILITADO |
| SUSTENTO TEÓRICO | 2023-02-22 | 2023-03-13 | TERMINADO | 100% | HABILITADO |
| TECNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN | 2023-02-22 | 2023-03-13 | TERMINADO | 100% | HABILITADO |
| BIBLIOGRAFÍA | 2023-02-22 | 2023-03-13 | TERMINADO | 100% | HABILITADO |
| RESULTADOS OBTENIDOS | 2023-03-20 | 2023-03-20 | TERMINADO | 100% | HABILITADO |

| CONCLUSIONES | | | | | |
|--------------|------------|------------|-----------|-------|------------|
| ACTIVIDAD | F. INICIO | F. FIN | PROCESO | PORC. | ESTADO |
| CONCLUSIONES | 2023-03-20 | 2023-03-20 | TERMINADO | 100% | HABILITADO |

| TRABAJO FINAL | | | | | |
|---------------|------------|------------|-----------|-------|------------|
| ACTIVIDAD | F. INICIO | F. FIN | PROCESO | PORC. | ESTADO |
| TRABAJO FINAL | 2023-03-20 | 2023-03-20 | TERMINADO | 100% | HABILITADO |

| RESUMEN Y PALABRAS CLAVE | | | | | |
|---------------------------|------------|------------|-----------|-------|------------|
| ACTIVIDAD | F. INICIO | F. FIN | PROCESO | PORC. | ESTADO |
| RESUMEN Y PALABRAS CLAVES | 2023-03-28 | 2023-03-29 | TERMINADO | 100% | HABILITADO |

ACURIO BARRIOS YELITZA ANAHI
ESTUDIANTE

ARAGUNDI GARCIA LUIS IVAN
DOCENTE TUTOR