

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3448>

## Impacto de los medios digitales en la construcción de la opinión pública en Ecuador

Impact of digital media on the construction of public opinion in the Ecuador

**José Francisco Suárez Poveda**

Jpoveda@unemi.edu.ec  
<https://orcid.org/0009-0007-9376-6820>  
Universidad Estatal de Milagro  
Milagro – Ecuador

**Jessica Vallejo Cepeda**

jesvallejo@mgs.ecotec.edu.ec  
<https://orcid.org/0009-0001-7346-2148>  
Universidad Ecotec  
Guayaquil – Ecuador

**Guillermo Del Campo Saltos**

gdsaltos@unemi.edu.ec  
<https://orcid.org/0000-0003-0120-9802>  
Universidad Estatal de Milagro  
Milagro – Ecuador

Artículo recibido: 30 de enero de 2025. Aceptado para publicación: 13 de febrero de 2025.  
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

### Resumen

El presente estudio analizó el impacto de los medios digitales en la construcción de la opinión pública en Ecuador, específicamente como caso de estudio se escogió la provincia de Santa Elena, considerando su influencia en la percepción ciudadana sobre temas políticos, sociales y económicos. La investigación se centró en los principales medios digitales de la región, incluyendo *El Faro Digital*, *Santa Elena Digital* y *Radio San Jacinto Online*, los cuales han ganado relevancia en la difusión de información local y regional. Se identificaron los factores que influyen en su uso y percepción por parte de la población, evaluando su alcance informativo, credibilidad e interacción generada con la comunidad. El estudio adoptó un enfoque mixto, combinando encuestas a 450 ciudadanos de distintos cantones de la provincia y entrevistas con expertos en comunicación digital, lo que permitió examinar la relación entre los contenidos difundidos y su incidencia en la formación de la opinión pública. Los resultados revelaron que los medios digitales analizados desempeñan un papel crucial en la difusión de información sobre problemáticas locales, noticias de actualidad, turismo y cultura, aunque persisten desafíos relacionados con la confiabilidad de la información y la participación ciudadana. Se concluye que estos medios constituyen una fuente de información clave para la comunidad, pero requieren estrategias de fortalecimiento para mejorar su posicionamiento y credibilidad. Se recomienda la implementación de iniciativas que promuevan la alfabetización mediática y la participación activa de la ciudadanía en la creación y consumo de contenido digital.


**Palabras clave:** medios digitales, opinión pública, comunicación digital, Santa Elena, impacto informativo

### Abstract

The present study analyzed the impact of digital media on the construction of public opinion in

Ecuador, specifically selecting the province of Santa Elena as a case study, considering its influence on citizens' perceptions of political, social, and economic issues. The research examined the most relevant digital media platforms in the region, including *El Faro Digital*, *Santa Elena Digital*, and *Radio San Jacinto Online*, which have gained prominence in disseminating local and regional information. Factors influencing their use and public perception were identified, evaluating their informational reach, credibility, and community interaction. A mixed-methods approach was adopted, combining surveys of 450 citizens from various cantons of the province and interviews with digital communication experts, enabling an in-depth analysis of the relationship between disseminated content and its influence on public opinion. The results showed that the analyzed digital media play a crucial role in spreading information on local issues, current events, tourism, and culture; however, challenges persist regarding information reliability and citizen engagement. It was concluded that these media platforms are essential sources of information for the community but require strengthening strategies to improve their positioning and credibility. The study recommends implementing initiatives to promote media literacy and encourage active citizen participation in content creation and consumption.

*Keywords:* digital media, public opinion, digital communication, Santa Elena, informational impact

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Suárez Poveda, J. F., Vallejo Cepeda, J., & Del Campo Saltos, G. (2025). Impacto de los medios digitales en la construcción de la opinión pública en Ecuador. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 6 (1), 1733 – 1748. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3448>

## INTRODUCCIÓN

En la era digital, los medios de comunicación han experimentado una transformación significativa, dando paso a la proliferación de medios digitales que han reconfigurado la forma en que la información es producida, distribuida y consumida. En la provincia de Santa Elena, esta evolución ha impactado notablemente en la construcción de la opinión pública, ya que plataformas como El Faro Digital, Santa Elena Digital y Radio San Jacinto Online se han convertido en canales fundamentales para la difusión de noticias locales, promoviendo la participación ciudadana y la generación de discursos colectivos sobre temas políticos, económicos, sociales y culturales. En este contexto, el presente estudio tiene como propósito analizar el impacto de los medios digitales en la configuración de la opinión pública en la provincia de Santa Elena, con el fin de identificar su influencia en la percepción de la comunidad sobre los acontecimientos relevantes de la región.

El objetivo general de la investigación es evaluar la relación entre el consumo de medios digitales y la formación de la opinión pública en Santa Elena, considerando factores como la confianza en la información, la interacción con los contenidos y la diversidad de perspectivas presentadas. De manera específica, se busca: (1) identificar los principales medios digitales que influyen en la provincia, (2) analizar el nivel de credibilidad que la población les otorga, (3) evaluar la participación ciudadana en estos espacios digitales y (4) proponer estrategias para mejorar el uso responsable de estos medios como herramientas de información.

La digitalización ha permitido una mayor democratización del acceso a la información, sin embargo, también ha generado desafíos asociados a la veracidad de los contenidos y la polarización de opiniones. El problema de investigación radica en la necesidad de comprender hasta qué punto los medios digitales están influyendo en la construcción de la opinión pública y cómo esta influencia repercute en la toma de decisiones de los ciudadanos en diferentes ámbitos, como el político, económico y social.

Desde una perspectiva teórica, la investigación se fundamenta en enfoques comunicacionales que abordan la influencia de los medios en la sociedad, como la teoría de la agenda-setting, propuesta por McCombs y Shaw (1972), la cual sostiene que los medios de comunicación tienen el poder de establecer los temas que serán discutidos por la opinión pública. Además, se considera el modelo de usos y gratificaciones, desarrollado por Katz, Blumler y Gurevitch (1974), que explora las motivaciones detrás del consumo de medios digitales por parte de los individuos y cómo estos satisfacen sus necesidades informativas, sociales y de entretenimiento.

Investigaciones previas han analizado el papel de los medios digitales en la configuración de la opinión pública en distintos contextos. Por ejemplo, estudios realizados por Vargas y Pérez (2021) en comunidades costeras de Ecuador han evidenciado que los medios digitales locales desempeñan un papel crucial en la difusión de información sobre problemáticas comunitarias, aunque se han identificado desafíos relacionados con la falta de rigor periodístico y la propagación de noticias falsas. De manera similar, Martínez y Gómez (2020) analizaron la influencia de los medios digitales en la participación ciudadana en regiones rurales, concluyendo que la accesibilidad a la información digital ha fomentado una mayor implicación de la población en la toma de decisiones locales, pero también ha generado riesgos de manipulación informativa.

En el caso de Santa Elena, la presencia de medios digitales ha crecido exponencialmente en la última década, reflejando un aumento en el consumo de contenidos informativos a través de plataformas como Facebook, YouTube y sitios web locales. Sin embargo, aún persisten interrogantes sobre la calidad de la información que circula en estos espacios, así como sobre el impacto que tienen en la percepción ciudadana de temas clave como la seguridad, la gestión pública y el turismo.

Para abordar estas cuestiones, la investigación se apoya en un enfoque metodológico mixto que combina el análisis cuantitativo, a través de encuestas aplicadas a 150 ciudadanos de distintos cantones de Santa Elena, y el análisis cualitativo, mediante entrevistas en profundidad con expertos en comunicación digital. Esta combinación metodológica permite obtener una visión holística del fenómeno, identificando tanto patrones de consumo informativo como percepciones y valoraciones sobre los medios digitales locales.

Es importante destacar que la proliferación de medios digitales en Santa Elena plantea desafíos y oportunidades para la comunidad. Por un lado, el acceso a una mayor variedad de fuentes informativas contribuye a la diversificación del debate público y al empoderamiento de la ciudadanía. Por otro lado, la sobreabundancia de información y la presencia de desinformación representan riesgos que deben ser abordados mediante estrategias de alfabetización mediática. En este sentido, la presente investigación busca no solo describir el impacto de los medios digitales en la provincia, sino también proponer recomendaciones para fortalecer la educación mediática de la población, fomentando un consumo crítico y responsable de la información digital.

Desde el punto de vista práctico, los hallazgos de este estudio pueden ser de utilidad para diversos actores sociales, incluyendo autoridades locales, medios de comunicación y organizaciones comunitarias, quienes podrán desarrollar estrategias más efectivas de comunicación digital que respondan a las necesidades y expectativas de la población. Asimismo, los resultados pueden contribuir al diseño de políticas públicas orientadas a mejorar la calidad del ecosistema mediático en la provincia de Santa Elena, garantizando un acceso a la información veraz, objetiva y de calidad. A través de un análisis detallado de los medios digitales más influyentes en la provincia de Santa Elena, se espera aportar una comprensión más profunda de los procesos de consumo informativo y participación ciudadana en el entorno digital, brindando así herramientas para la construcción de una sociedad más informada y crítica.

### **Construcción de la opinión pública a través de los medios**

La construcción de la opinión pública ha sido un tema de estudio recurrente en las ciencias sociales y la comunicación, especialmente en el contexto actual donde los medios digitales desempeñan un papel cada vez más influyente. De acuerdo con McCombs y Shaw (1972), los medios de comunicación tienen la capacidad de establecer la agenda pública al seleccionar y priorizar ciertos temas, moldeando así las percepciones y preocupaciones de la ciudadanía. En el caso de la provincia de Santa Elena, los medios digitales han emergido como plataformas clave en la difusión de información local, configurando el debate público en torno a cuestiones políticas, sociales y económicas.

Según Katz (1974), la teoría de usos y gratificaciones proporciona un marco teórico útil para entender cómo los individuos interactúan con los medios digitales en función de sus necesidades y expectativas. En este sentido, los ciudadanos de Santa Elena recurren a plataformas como El Faro Digital, Santa Elena Digital y Radio San Jacinto Online para satisfacer su necesidad de información inmediata, participación social y entretenimiento. Sin embargo, a medida que el consumo de información digital se intensifica, surgen interrogantes sobre la fiabilidad de los contenidos, la manipulación informativa y el impacto de la desinformación en la percepción ciudadana (Pérez & García, 2021).

En línea con lo anterior, Castells (2009) argumenta que la comunicación digital ha transformado las dinámicas tradicionales de formación de la opinión pública, permitiendo una mayor horizontalidad en la difusión de información. No obstante, a pesar de la democratización del acceso a la información, los ciudadanos pueden verse expuestos a burbujas informativas que refuerzan sus creencias preexistentes, dificultando así el desarrollo de una perspectiva crítica e informada. Al respecto, Hernández y Ramírez (2020) sostienen que la sobreabundancia de información en plataformas

digitales genera un fenómeno de infoxicación, en el cual los usuarios experimentan dificultades para discernir entre fuentes confiables y contenidos falsos o sesgados.

Por otro lado, autores como Hallin y Mancini (2004) destacan que la credibilidad de los medios digitales depende en gran medida de su capacidad para ofrecer contenidos veraces, oportunos y equilibrados. En el caso de Santa Elena, la percepción de credibilidad varía significativamente entre los diferentes segmentos de la población, ya que mientras algunos ciudadanos confían plenamente en la información proporcionada por los medios digitales locales, otros expresan escepticismo debido a la falta de regulación y supervisión de los contenidos difundidos (López & Torres, 2022).

Asimismo, la participación ciudadana es un factor determinante en la configuración de la opinión pública a través de los medios digitales. Según Dahlgren (2009), los entornos digitales ofrecen oportunidades para el empoderamiento ciudadano, facilitando la deliberación y el debate sobre asuntos de interés común. No obstante, la participación efectiva depende de diversos factores, como la alfabetización mediática, el acceso a las tecnologías de la información y la capacidad crítica de los usuarios para evaluar la calidad de la información consumida. En Santa Elena, estudios recientes han demostrado que la participación ciudadana en medios digitales se encuentra en crecimiento, pero aún enfrenta limitaciones relacionadas con la falta de formación en competencias digitales y el acceso desigual a la conectividad en zonas rurales (Martínez, 2023).

En relación con la alfabetización mediática, Buckingham (2019) señala que es fundamental dotar a los ciudadanos de habilidades críticas para analizar, evaluar y crear contenido digital de manera responsable. En este sentido, iniciativas educativas dirigidas a la población de Santa Elena pueden contribuir a fortalecer la capacidad de la ciudadanía para identificar noticias falsas, reconocer sesgos informativos y participar activamente en la construcción de una opinión pública informada. De acuerdo con Pérez et al. (2021), la implementación de programas de alfabetización mediática en comunidades vulnerables ha demostrado ser una estrategia eficaz para fomentar un consumo crítico de la información digital.

En términos de alcance e impacto, los medios digitales en Santa Elena han demostrado ser una herramienta fundamental para la difusión de información sobre turismo, cultura y problemáticas locales. Según Fernández y Morales (2021), la creciente digitalización de la información ha permitido que las comunidades rurales tengan un mayor acceso a noticias relevantes, aunque la carencia de regulación y el aumento de contenidos sensacionalistas representan desafíos importantes para la calidad de la información.

Además, la influencia de las redes sociales en la configuración de la opinión pública no puede ser subestimada. Facebook, WhatsApp y YouTube se han consolidado como los principales canales de distribución de información en la provincia, permitiendo la rápida difusión de contenidos noticiosos, pero también contribuyendo a la viralización de información no verificada (Rojas & Herrera, 2022). Esta situación resalta la necesidad de establecer mecanismos de verificación de información para evitar la propagación de desinformación y rumores que puedan afectar la percepción pública.

En el contexto de la provincia de Santa Elena, la percepción de la opinión pública está fuertemente influenciada por la cobertura mediática de temas como la seguridad ciudadana, la gestión gubernamental y el desarrollo turístico. Estudios previos realizados por Zambrano y Ortiz (2020) sugieren que la cobertura de noticias locales en medios digitales influye directamente en las actitudes y comportamientos de la comunidad, generando tanto cohesión como fragmentación social dependiendo de la naturaleza del contenido difundido.

Por otra parte, la digitalización de los medios de comunicación ha generado una mayor competencia entre los medios tradicionales y las plataformas digitales emergentes. Mientras que los periódicos

impresos han visto reducida su audiencia, los medios digitales han capitalizado la inmediatez y la interactividad para captar la atención de la población (Castro, 2021). Sin embargo, la falta de profesionalización del periodismo digital en la provincia representa un desafío, ya que la ausencia de estándares éticos y de calidad puede afectar la percepción de confiabilidad de los medios (Mendoza, 2022).

## **METODOLOGÍA**

El presente estudio adoptó un enfoque de investigación mixto, de naturaleza descriptiva y exploratoria, con el objetivo de analizar el impacto de los medios digitales en la construcción de la opinión pública en la provincia de Santa Elena. Este enfoque permitió obtener una comprensión profunda y detallada de la relación entre el consumo de medios digitales y la percepción ciudadana sobre los temas más relevantes para la comunidad. La combinación de métodos cuantitativos y cualitativos facilitó una aproximación integral al fenómeno estudiado, proporcionando datos empíricos sustanciales y una interpretación contextualizada de los hallazgos.

Para la obtención de los datos, se utilizaron encuestas estructuradas aplicadas a una muestra representativa de la población de Santa Elena, además de entrevistas en profundidad con expertos en comunicación digital y representantes de los principales medios digitales de la región. Las encuestas se diseñaron con preguntas cerradas y abiertas para captar tanto la percepción cuantitativa de los ciudadanos sobre la credibilidad, uso e impacto de los medios digitales, como las opiniones y valoraciones cualitativas sobre la calidad de la información consumida. Las entrevistas, por su parte, permitieron explorar en detalle las estrategias comunicacionales de los medios locales y su capacidad para influir en la opinión pública, aportando una visión más profunda del entorno mediático.

El procedimiento de selección de la muestra se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, tomando en cuenta la accesibilidad y disposición de los participantes para colaborar en el estudio. La muestra incluyó a 450 ciudadanos de distintos cantones de la provincia, garantizando una representación equilibrada en términos de género, edad y nivel educativo. Este criterio de selección permitió recoger una variedad de perspectivas que reflejan la diversidad demográfica y sociocultural de la región. Asimismo, se entrevistó a 10 expertos en comunicación, periodistas y líderes de opinión locales con el fin de complementar los datos recopilados a través de las encuestas con una visión experta sobre el papel de los medios digitales en la formación de la opinión pública.

Para garantizar la validez y confiabilidad de los datos, se llevó a cabo una prueba piloto con un grupo reducido de 20 participantes antes de la aplicación general de la encuesta. Esta prueba permitió identificar posibles ambigüedades en las preguntas y realizar los ajustes necesarios para asegurar la claridad y pertinencia del instrumento. Posteriormente, las encuestas fueron aplicadas en formato presencial y digital, aprovechando las redes sociales de los medios digitales locales para maximizar la participación ciudadana y obtener una muestra más representativa del entorno digital de Santa Elena.

En cuanto al análisis de los datos, se aplicaron técnicas de análisis estadístico descriptivo para las respuestas cuantitativas, utilizando medidas de tendencia central como la media y la mediana, así como análisis de frecuencias y distribución de los datos recopilados. Para el análisis cualitativo, se empleó la técnica de análisis de contenido temático, basada en la identificación de categorías emergentes que reflejan las principales preocupaciones, percepciones y expectativas de la comunidad respecto a los medios digitales. Se utilizó el software NVivo para la codificación y organización de la información cualitativa, lo que permitió un procesamiento sistemático de los datos y la identificación de patrones de significado dentro del discurso de los participantes.

El diseño del estudio también incluyó un análisis comparativo entre los diferentes medios digitales evaluados, con el propósito de identificar fortalezas y debilidades en términos de alcance, credibilidad

y nivel de interacción con la comunidad. Este análisis se llevó a cabo a partir de la revisión de métricas de audiencia proporcionadas por las plataformas de medios, como el número de seguidores, interacciones en publicaciones y alcance de las noticias difundidas. De esta manera, fue posible establecer diferencias significativas entre medios con una presencia digital consolidada y aquellos que aún están en proceso de expansión dentro del ecosistema mediático local.

Uno de los aspectos clave considerados en el diseño metodológico fue la transferencia de los resultados a otros contextos similares. Dado que Santa Elena presenta características socioculturales y económicas comparables a otras provincias costeras del Ecuador, los hallazgos de esta investigación pueden ser extrapolados con ciertas precauciones a contextos donde el acceso a la información digital y la percepción ciudadana de los medios juegan un papel determinante en la construcción de la opinión pública.

La investigación se realizó respetando los principios éticos establecidos para estudios de carácter social, garantizando la confidencialidad de los datos y el consentimiento informado de los participantes. Antes de la aplicación de las encuestas y entrevistas, se explicó detalladamente a los participantes los objetivos del estudio, la forma en que se utilizarían sus respuestas y su derecho a retirarse en cualquier momento sin repercusiones. Además, se evitó cualquier sesgo en la formulación de preguntas para asegurar la objetividad y neutralidad de los resultados obtenidos.

Un aspecto importante fue la contextualización de los resultados en el marco de los desafíos actuales de la comunicación digital, tales como la propagación de noticias falsas y la polarización del debate público. Se buscó entender cómo estos fenómenos globales se reflejan en el contexto local de Santa Elena y de qué manera la comunidad responde ante ellos. A través de los testimonios de los entrevistados y los datos recopilados en las encuestas, se identificó la percepción de la población sobre la confiabilidad de los medios digitales y las estrategias utilizadas para verificar la veracidad de la información consumida.

La metodología empleada permitió una visión holística y contextualizada del fenómeno investigado, combinando herramientas de análisis cuantitativo y cualitativo para una interpretación más completa de los datos. Los resultados obtenidos no solo reflejan la realidad informativa de la provincia de Santa Elena, sino que también proporcionan insumos valiosos para la formulación de políticas y estrategias de comunicación que promuevan un ecosistema mediático más participativo, transparente y orientado a la comunidad.

## RESULTADOS

**Tabla 1**

*Nivel de Credibilidad de los Medios Digitales en Santa Elena*

Medio Digital	Nivel de Credibilidad (%)
El Faro Digital	70%
Santa Elena Digital	60%
Radio San Jacinto Online	50%

**Fuente:** elaboración propia.

La media del nivel de credibilidad de los medios digitales es del 60%, lo que indica que, en promedio, los ciudadanos perciben que los medios digitales tienen un nivel de credibilidad moderado. Mientras que la moda es del 70%, lo que significa que el nivel de credibilidad más frecuente entre los medios es el de El Faro Digital, que es percibido como el más confiable. La varianza es de 66.67, lo que indica que

hay una dispersión significativa en los niveles de credibilidad entre los diferentes medios. Esto sugiere que la percepción de credibilidad varía considerablemente dependiendo del medio digital que se consulte. El Faro Digital tiene el mayor nivel de credibilidad (70%), seguido de Santa Elena Digital (60%) y Radio San Jacinto Online (50%). Esto refleja que los medios con mayor enfoque en noticias locales y cobertura relevante son percibidos como más confiables.

Por su parte, de acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 2, la media del interés en los temas es del 25%, lo que indica que, en promedio, los ciudadanos tienen un interés moderado en los temas cubiertos por los medios digitales. En ese sentido, los resultados indican que el 40% de los consultados tiene mayor interés en las noticias locales. Por su parte, la varianza es de 166.67, lo que refleja una dispersión moderada en los intereses de los ciudadanos. Esto sugiere que hay una variabilidad significativa en los temas que más interesan a la población. Las noticias locales son el tema de mayor interés para el 40% de los ciudadanos, seguido por el turismo y la cultura con un 30%. La política y la economía tienen un interés menor, con un 20% y un 10% respectivamente.

**Tabla 2**

*Temas de Interés en los Medios Digitales*

Tema de Interés	Porcentaje (%)	Media	Moda	Varianza
Noticias Locales	40%	25%	40%	166.67
Turismo y Cultura	30%	25%	40%	166.67
Política	20%	25%	40%	166.67
Economía	10%	25%	40%	166.67

**Fuente:** elaboración propia.

En relación a la participación ciudadana, se revela que el 50% de los ciudadanos tienen una participación moderada en los medios digitales, limitándose principalmente a la lectura de noticias. Un 40% muestra una participación activa, interactuando con los contenidos a través de comentarios y compartiendo noticias. Solo un 10% tiene una participación baja. La media de participación es del 33.33%, lo que indica que, en promedio, un tercio de la población participa activamente en los medios digitales. La moda es del 50%, lo que refleja que el tipo de participación más común es la moderada. La varianza de 288.89 indica una alta dispersión en los niveles de participación, lo que sugiere que hay una gran variabilidad en cómo los ciudadanos interactúan con los medios digitales.

**Tabla 3**

*Participación Ciudadana en Medios Digitales*

Tipo de Participación	Porcentaje (%)
Participación Activa	40%
Participación Moderada	50%
Participación Baja	10%

**Fuente:** elaboración propia.

**Tabla 4**

*Frecuencia de Uso de Medios Digitales*

Frecuencia de Uso	Porcentaje (%)
Diario	60%
Varias veces por semana	30%
Semanal	10%

**Fuente:** elaboración propia.

Los resultados de la tabla 4 muestran que el 60% de los ciudadanos utiliza los medios digitales diariamente, lo que refleja una alta dependencia de estas plataformas para mantenerse informados. Un 30% los usa varias veces por semana, y solo un 10% lo hace semanalmente. La media de la frecuencia de uso es del 33.33%, lo que indica que, en promedio, los ciudadanos utilizan los medios digitales con una frecuencia moderada. La moda es del 60%, lo que refleja que el uso diario es el más común. La varianza de 422.22 indica una alta dispersión en la frecuencia de uso, lo que sugiere que hay una gran variabilidad en cómo los ciudadanos acceden a los medios digitales.

**Tabla 5**

*Análisis por Rango de Edad*

Rango de Edad	Credibilidad	Uso Frecuente Interacción	Inf Relevante media	Varianza	Desviación Estándar
18-24	60	65	70	68	65.75 13.58 3.69
25-34	75	80	85	78	79.50 22.66 4.76
35-44	70	75	78	72	73.75 11.92 3.45
45+	50	60	6	58	58.25 28.58 5.34

**Fuente:** elaboración propia.

El grupo de edad 25-34 años destaca con la media más alta (79.50%), indicando que este segmento de la población es el más activo en el uso, credibilidad e interacción con los medios digitales. Sin embargo, la varianza de 22.66 sugiere que existe cierta dispersión en la percepción dentro de este grupo etario. La desviación estándar de 4.76% confirma una variabilidad moderada en las respuestas.

Por otro lado, el grupo de 35-44 años tiene una media de 73.75%, con la varianza más baja (11.92), lo que indica respuestas bastante homogéneas, es decir, los encuestados de este grupo tienden a tener percepciones similares sobre la credibilidad y uso de los medios digitales. La desviación estándar de 3.45% respalda esta uniformidad en la percepción.

En el segmento de 18-24 años, la media es de 65.75%, con una varianza de 13.58, lo que señala una percepción más variada entre los jóvenes, aunque la desviación estándar de 3.69% muestra que la mayoría de las respuestas se agrupan en torno a la media.

El grupo de 45 años o más registra la media más baja (58.25%), con la varianza más alta (28.58) y una desviación estándar de 5.34%, lo que sugiere una percepción mucho más dispersa en torno al impacto de los medios digitales. Estos resultados podrían reflejar una menor familiaridad o confianza en la información que ofrecen los medios digitales, así como una brecha generacional en el uso de estas plataformas.

El análisis de los datos por género y edad permite identificar patrones relevantes en la percepción de los medios digitales en la provincia de Santa Elena. Los hombres y el grupo de 25 a 34 años son los que más confían y utilizan los medios digitales, mientras que los grupos mayores de 45 años y aquellos que prefieren no declarar su género muestran menor confianza y uso de estos medios.

El nivel de varianza sugiere que la percepción sobre los medios digitales no es homogénea en todos los grupos, lo que indica la necesidad de estrategias de comunicación diferenciadas para abordar las expectativas y necesidades de cada segmento poblacional. La desviación estándar confirma la existencia de cierta consistencia en la percepción de algunos grupos, como el de 35-44 años y el de personas no binarias, mientras que en otros, como los mayores de 45 años, hay una variabilidad más pronunciada.

Por su parte, el análisis cualitativo de esta investigación permite comprender de manera profunda las percepciones, interpretaciones y significados que los ciudadanos de Santa Elena atribuyen a los medios digitales como fuentes de información. A través de técnicas como el Análisis Crítico del Discurso (ACD) y entrevistas en profundidad con expertos en comunicación y periodismo digital, se han obtenido hallazgos relevantes que aportan valor al estudio.

A partir de las entrevistas realizadas a expertos y ciudadanos de la provincia de Santa Elena, se identificaron diversas percepciones en torno a la credibilidad, accesibilidad y utilidad de los medios digitales analizados. La comunidad reconoce que estos medios juegan un papel crucial en la construcción de la opinión pública, principalmente en temas relacionados con la seguridad ciudadana, turismo y políticas locales.

No obstante, existe una preocupación latente sobre la proliferación de información no verificada en algunos medios, lo que genera desconfianza en la veracidad de los contenidos compartidos. Los encuestados manifestaron que la calidad del contenido informativo es un factor determinante para decidir qué medio consumir, priorizando aquellos que demuestran rigor periodístico y transparencia.

El ACD reveló que los medios digitales en Santa Elena utilizan estrategias narrativas que buscan captar la atención de la audiencia mediante el uso de titulares llamativos, lenguaje accesible y elementos visuales atractivos. Se observó que los medios más influyentes aplican estrategias de personalización de contenido, adecuando sus publicaciones a los intereses locales, lo que fortalece el vínculo con la comunidad.

Sin embargo, algunos medios muestran una tendencia a la espectacularización de la información, priorizando el impacto emocional sobre la profundidad analítica, lo que podría afectar la credibilidad a largo plazo.

Los resultados obtenidos mediante entrevistas y encuestas sugieren que los medios digitales tienen una influencia significativa en la percepción que los ciudadanos tienen sobre los problemas locales. Los encuestados afirmaron que las publicaciones frecuentes sobre temas de seguridad y política generan discusiones comunitarias y fomentan la participación ciudadana en debates públicos.

Además, los medios digitales permiten un acceso inmediato a la información, lo que empodera a los ciudadanos al momento de tomar decisiones informadas. No obstante, se identificaron preocupaciones sobre la parcialidad de ciertos medios, que podrían estar influenciados por intereses comerciales o políticos.

Entre las principales limitaciones señaladas por los ciudadanos se encuentran:

**Falta de credibilidad en algunos medios:** Los usuarios consideran que la falta de regulación y control sobre la veracidad de la información perjudica la confianza en los medios digitales.

**Exceso de contenido sensacionalista:** Se percibe que ciertos medios priorizan la viralidad sobre la calidad del contenido.

Desigualdad en el acceso digital: A pesar del crecimiento de los medios digitales, aún existen sectores de la población que tienen un acceso limitado a Internet, lo que restringe su participación informativa.

### **DISCUSIÓN**

La proliferación de plataformas digitales ha transformado las dinámicas de comunicación en la región, consolidándose como fuentes de información accesibles e inmediatas que influyen directamente en las decisiones individuales y colectivas. A partir de los resultados obtenidos, se confirma la creciente dependencia de la población en estos medios digitales, lo que subraya la importancia de comprender su alcance, limitaciones y potencial para contribuir al desarrollo de estrategias comunicacionales más eficaces y contextualizadas.

La percepción de los ciudadanos sobre la credibilidad y relevancia de los medios digitales es un factor crucial que determina su uso y aceptación. En este sentido, los resultados muestran que, si bien los medios digitales locales gozan de una aceptable credibilidad, existen preocupaciones latentes sobre la calidad y verificación de la información difundida. Esta situación es consistente con estudios previos realizados en otras regiones, donde la facilidad de acceso a la información digital se ha visto acompañada de un incremento en la desinformación y la propagación de noticias falsas. Así, la comparación con estudios previos realizados en la provincia de Manabí y en otros países latinoamericanos permite identificar similitudes en la percepción de los ciudadanos respecto a la fiabilidad de los medios digitales, aunque en Santa Elena se observa una mayor polarización en torno a la credibilidad de los medios más utilizados.

El Faro Digital y Santa Elena Digital han emergido como los principales referentes de información en la provincia, destacándose por su frecuencia de actualización y la variedad de temas abordados. Sin embargo, el análisis cualitativo evidencia que la credibilidad percibida de estos medios está influenciada por factores como la presencia de contenido sensacionalista, la falta de verificación de fuentes y la aparente parcialidad en la cobertura de ciertos temas. Estos hallazgos sugieren que, aunque estos medios han logrado consolidarse como fuentes informativas primarias, aún enfrentan desafíos en términos de objetividad y profesionalismo periodístico. De esta manera, es necesario que los medios digitales locales fortalezcan sus prácticas de verificación y adopten enfoques de transparencia para mantener la confianza de su audiencia.

El estudio también revela que la audiencia de Santa Elena no solo busca información en estos medios digitales, sino que también espera un mayor nivel de interacción y participación. La implementación de estrategias de comunicación bidireccional ha demostrado ser eficaz para fomentar la participación ciudadana y fortalecer el vínculo entre los medios y su audiencia. En este sentido, la introducción de secciones interactivas, foros de discusión y encuestas en línea podría mejorar significativamente el nivel de participación de la comunidad, permitiendo que los ciudadanos se sientan parte del proceso informativo. Este enfoque, además de promover una mayor transparencia y responsabilidad en la comunicación, podría ayudar a reducir la propagación de información errónea al permitir una retroalimentación inmediata por parte de los usuarios.

Un aspecto clave identificado en la investigación es la desigualdad en el acceso digital, lo que genera una brecha informativa entre diferentes sectores de la población. A pesar de la creciente penetración de internet en la provincia, ciertos grupos poblacionales, especialmente en zonas rurales, tienen un acceso limitado a los medios digitales. Esta situación limita su capacidad de mantenerse informados y participar activamente en el debate público. Para abordar este problema, es fundamental que las autoridades locales y las organizaciones comunitarias promuevan iniciativas que garanticen un acceso equitativo a la información digital, facilitando la alfabetización mediática y el desarrollo de competencias digitales en la población.

Desde una perspectiva metodológica, los resultados del estudio son transferibles a otras provincias ecuatorianas con características sociodemográficas similares. La aplicación del método cualitativo, basado en entrevistas en profundidad y análisis de contenido, ha permitido obtener una comprensión detallada de las percepciones de la audiencia. La triangulación de datos cuantitativos y cualitativos ha garantizado la validez de los resultados, proporcionando una base sólida para futuras investigaciones en el ámbito de la comunicación digital. Sin embargo, es importante reconocer las limitaciones inherentes al estudio, como el tamaño de la muestra y la subjetividad de las respuestas, lo que sugiere la necesidad de estudios complementarios con un enfoque más amplio y representativo.

El alcance estratégico de los resultados obtenidos radica en su potencial para orientar la formulación de políticas públicas orientadas a mejorar la calidad de la información digital en Santa Elena. Los hallazgos pueden ser utilizados por diversas partes interesadas, incluyendo medios de comunicación, autoridades locales y organizaciones de la sociedad civil, para desarrollar estrategias de comunicación más inclusivas y participativas. En particular, se recomienda la implementación de programas de alfabetización mediática dirigidos a capacitar a la población en la evaluación crítica de la información digital, así como la promoción de una cultura de verificación de datos para contrarrestar la propagación de información falsa.

El estudio también plantea diversas líneas de investigación futuras que podrían explorar con mayor profundidad la relación entre los medios digitales y la participación ciudadana en la toma de decisiones locales. La realización de estudios longitudinales permitiría identificar la evolución de las percepciones ciudadanas sobre los medios digitales y su impacto en la opinión pública a lo largo del tiempo. Además, sería valioso investigar el papel de las redes sociales como complemento de los medios digitales tradicionales, analizando cómo la interacción en estas plataformas contribuye a la difusión de información y al fortalecimiento del debate público.

A pesar de los desafíos detectados, estos medios representan una oportunidad invaluable para fortalecer el tejido social y democratizar el acceso a la información. Sin embargo, su consolidación como fuentes confiables y efectivas depende de la implementación de estrategias de transparencia, capacitación y participación comunitaria. La implementación de programas de alfabetización mediática y el fomento de la interacción crítica pueden contribuir significativamente a mejorar la calidad del ecosistema mediático en Santa Elena, promoviendo un entorno de información más seguro y confiable para sus ciudadanos.

## **CONCLUSIÓN**

El presente estudio permitió analizar el impacto de los medios digitales en la construcción de la opinión pública en la provincia de Santa Elena, revelando importantes hallazgos que contribuyen a comprender su influencia en la percepción ciudadana sobre temas políticos, sociales y económicos. En primer lugar, se identificó que los principales medios digitales de la región, como El Faro Digital, Santa Elena Digital y Radio San Jacinto Online, desempeñan un papel crucial en la difusión de información local y regional, posicionándose como fuentes clave de conocimiento para la comunidad.

Asimismo, los resultados reflejaron que, aunque estos medios digitales tienen un alcance significativo, existen disparidades en términos de credibilidad, interacción y uso frecuente. Por ejemplo, El Faro Digital destacó por su alta interacción con los usuarios, mientras que Santa Elena Digital sobresalió en términos de confianza percibida. No obstante, Radio San Jacinto Online presentó un menor impacto en comparación con los otros medios, lo que pone de manifiesto la necesidad de fortalecer su presencia digital para aumentar su influencia y participación en la región.

Otro aspecto relevante fue la identificación de desafíos relacionados con la confiabilidad de la información y la alfabetización mediática de los ciudadanos. Si bien los medios digitales analizados

permiten a los usuarios mantenerse informados sobre problemáticas locales, noticias de actualidad, turismo y cultura, persisten brechas en términos de participación activa y crítica en los espacios digitales. Esto subraya la importancia de implementar estrategias orientadas a fomentar el pensamiento crítico y la educación mediática, permitiendo a los ciudadanos consumir y producir contenido de manera responsable.

Además, se constató que el uso de medios digitales en la provincia de Santa Elena está estrechamente relacionado con las características sociodemográficas de la población. Por ejemplo, los grupos etarios más jóvenes y aquellos con mayor acceso a tecnología tienden a interactuar más activamente con estos medios, mientras que sectores con menos recursos tecnológicos enfrentan barreras para aprovechar plenamente los beneficios de estas plataformas.

En términos metodológicos, la combinación de encuestas y entrevistas permitió un análisis robusto y enriquecido sobre la relación entre los contenidos difundidos y su incidencia en la formación de la opinión pública. Este enfoque mixto no solo permitió captar la percepción ciudadana de manera cuantitativa, sino también profundizar en las perspectivas de expertos en comunicación digital, lo que valida y contextualiza los resultados obtenidos.


Los medios digitales analizados representan una herramienta fundamental para la difusión de información en la provincia de Santa Elena, destacándose como espacios de construcción y transformación de la opinión pública. Sin embargo, su consolidación como referentes confiables y participativos depende de la implementación de estrategias orientadas a fortalecer su credibilidad, promover la alfabetización mediática y fomentar la participación activa de la ciudadanía. Estos hallazgos contribuyen significativamente al avance del conocimiento sobre la influencia de los medios digitales en contextos locales, sentando las bases para el diseño de políticas públicas y estrategias de comunicación más efectivas.

## REFERENCIAS

- Álvarez, R., & Mora, S. (2021). Medios digitales y transformación social en contextos urbanos. *Revista de Estudios Urbanos*, 9(1), 45-67.
- Barbero, J. M. (2003). *Comunicación y poder: Una perspectiva latinoamericana*. Editorial Gedisa.
- Bernal-Suárez, J. D. (2024). Estado de la transformación digital del periodismo en América Latina postpandemia. Recuperado de <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/188>
- Castellanos, M., & Rodríguez, P. (2020). El papel de los medios digitales en la construcción de la opinión pública. *Revista de Comunicación Digital*, 12(3), 45-60.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Castells, M. (2013). *Communication and society: Globalization and media*. Blackwell Publishing.
- Chaffey, D. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Flores, L., & Paredes, R. (2018). Impacto de los medios digitales en las comunidades rurales. *Revista de Estudios Regionales*, 5(2), 34-49.
- González, F. (2005). ¿Qué es un paradigma? Análisis teórico, conceptual y metodológico. Recuperado de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1316-00872005000100002](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-00872005000100002)
- Herrera, J. L. (2023). Estrategias de alfabetización mediática en contextos digitales. *Revista Iberoamericana de Educación*, 87(1), 67-89.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage Publications.
- López, M., & Vega, P. (2021). La influencia de los medios digitales en las elecciones municipales. *Revista de Ciencias Sociales*, 14(3), 123-140.
- Martínez, C., & Villafuerte, J. (2019). Interacción y participación ciudadana en medios digitales locales. *Revista Digital de Comunicación*, 22(4), 45-63.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications.
- Miranda, S. (2020). Los paradigmas de la investigación. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-74672020000200164](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672020000200164)
- Morales, G., & Sánchez, E. (2022). El rol de los medios digitales en la educación de adultos mayores. *Revista Andragógica*, 15(1), 78-90.
- Muñoz Rojas, J. S. (2024). El periodismo empírico en los medios digitales y su impacto en la opinión pública. Recuperado de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/10207>
- Orozco, G., & Rincón, O. (2017). Los nuevos medios en América Latina. *Revista Mexicana de Comunicación*, 19(4), 34-50.

- Pérez, A., & Rodríguez, L. (2018). Medios digitales y su influencia en el turismo local. *Estudios Turísticos*, 31(2), 112-130.
- Redondo, J., & Morales, H. (2023). La credibilidad de las noticias en redes sociales: Un análisis comparativo. *Revista de Tecnología y Sociedad*, 12(3), 98-115.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. Free Press.
- Sánchez, M., & Gómez, R. (2020). Análisis de interacción en plataformas digitales. *Estudios de Comunicación y Cultura*, 8(2), 34-48.
- Scolari, C. A. (2013). Media evolution: Emergence, dominance, survival and extinction in the media ecology. *International Journal of Communication*, 7, 1418-1441.
- Silva, J., & Pérez, L. (2021). Medios digitales y su impacto en el desarrollo cultural comunitario. *Revista de Estudios Socioculturales*, 11(2), 90-105.
- Smith, A., & Anderson, M. (2020). Social media use in 2020. Pew Research Center. Recuperado de <https://www.pewresearch.org/internet/2020/07/09/social-media-use-in-2020/>
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Sage Publications.
- Tufte, E. R. (2006). *The cognitive style of PowerPoint: Pitching out corrupts within*. Graphics Press.
- Valdez, L., & Gómez, T. (2019). Alfabetización digital en comunidades rurales. *Revista Iberoamericana de Tecnología Educativa*, 15(3), 45-60.
- Vega, R., & Castro, F. (2022). Periodismo digital y redes sociales: Nuevos desafíos en América Latina. *Revista de Comunicación y Sociedad*, 9(4), 23-40.
- Waisbord, S. (2018). The communication strategies of populist leaders in Latin America. *International Journal of Communication*, 12, 2781-2801.
- Wilson, R., & Dunn, A. (2019). The role of digital media in public opinion formation. *Digital Studies*, 10(2), 78-96.
- Wolton, D. (2000). *Internet et après?*. Flammarion.
- Young, D. G., & Tisdal, C. (2021). Political satire and public opinion: The role of humor in shaping perception. *Journal of Political Communication*, 15(2), 34-56.
- Zafra, S., & López, G. (2023). Impacto de la inteligencia artificial en los medios digitales. *Revista de Innovación Tecnológica*, 18(2), 67-89.
- Zambrano, P., & Rodríguez, F. (2020). La participación ciudadana en la era digital. *Estudios Sociales*, 10(4), 23-45.
- Zhao, X., & Leung, L. (2022). The digital divide in the age of AI. *Journal of Information Technology*, 14(3), 56-72.
- Zuñiga, H., & Valenzuela, S. (2016). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement, and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319-336.

Zygmunt, B. (2000). *Liquid Modernity*. Polity Press.

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons .