



Universidad “Laica Eloy Alfaro” de Manabí
Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

Carrera de Comunicación

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Previo a la obtención del título de grado de:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

TEMA:

**ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE LA EVALUACIÓN DE
VERACIDAD DE ESTUDIANTES DE LA ULEAM Y LA
VERIFICACIÓN DE LUPAMEDIA DE NOTICIAS EN X SOBRE LAS
ELECCIONES DE ECUADOR 2025**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación, opinión pública y democracia

AUTOR:

Manuel Adrián Zambrano Muñiz

TUTOR:

Dr. Julio Cesar García García, PhD.

Manta – Manabí – Ecuador

2025-2

TEMA:

ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE LA EVALUACIÓN DE VERACIDAD DE
ESTUDIANTES DE LA ULEAM Y LA VERIFICACIÓN DE LUPAMEDIA DE
NOTICIAS EN X SOBRE LAS ELECCIONES DE ECUADOR 2025

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, Manuel Adrián Zambrano Muñiz, portador de la cédula de ciudadanía No. 1317188025, declaro que el presente trabajo de investigación, y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: “ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE LA EVALUACIÓN DE VERACIDAD DE ESTUDIANTES DE LA ULEAM Y LA VERIFICACIÓN DE LUPAMEDIA DE NOTICIAS EN X SOBRE LAS ELECCIONES DE ECUADOR 2025” son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



Manuel Adrián Zambrano Muñiz
C.I. 1317188025

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad Ciencias Sociales Derecho y Bienestar de la carrera de comunicación de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el Proyecto de Investigación bajo la autoría del estudiante Zambrano Muñiz Manuel Adrián, legalmente matriculado/a en la carrera de comunicación, período académico 2025-2025(2), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de artículo académico, cuyo tema del proyecto es "Estudio comparativo entre la evaluación de veracidad de estudiantes de la ULEAM y la verificación de LupaMedia de noticias en X sobre las elecciones de Ecuador 2025".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 19 de enero de 2026.

Lo certifico,



Mg. Julio Cesar García García PhD.

Docente Tutor(a)
Área: Investigación

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar Dios y de manera especial, expreso mi sincero agradecimiento a mi tutor de tesis, el Dr. Julio César García García, PhD., por su orientación, acompañamiento y aportes académicos, los cuales fueron fundamentales para el desarrollo y culminación de esta investigación.

Asimismo, agradezco a mis padres, Manuel Zambrano y Jacqueline Muñiz, por su apoyo constante, comprensión y motivación incondicional. Finalmente, agradezco a mi pareja Joselyn, por su paciencia, respaldo emocional y confianza durante cada etapa de este proceso académico.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, Manuel Zambrano y Jacqueline Muñiz, por ser mi principal fuente de apoyo y fortaleza, a mi pareja, por acompañarme con amor y motivación a lo largo de este camino, a mis hermanos Joel y Josué que aún tienen un largo camino por recorrer. Este logro también es de ustedes.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	9
Abstract.....	10
Introducción.....	11
Capítulo I – Fundamentos de la investigación.....	13
Planteamiento del problema.....	13
Formulación del problema.....	16
Objetivos.....	16
Objetivo general.....	16
Objetivos específicos.....	17
Justificación.....	17
Delimitaciones del estudio.....	18
Capítulo II – Marco teórico.....	20
Estado del arte.....	20
Fake News y desinformación.....	24
Concepto y características de las fake News o noticias falsas.....	24
Efectos de la desinformación en procesos electorales.....	25
Impacto de las Fake News en la polarización social y política.....	26
El rol de las redes sociales en la propagación de desinformación.....	27
X como plataforma de difusión de noticias políticas.....	27
Impacto de la desinformación en los procesos electorales.....	28
Efectos en la polarización política y la fragmentación social.....	29
Contexto de las elecciones de Ecuador 2025.....	30
Antecedentes de desinformación en procesos electorales ecuatorianos.....	30
Particularidades del ecosistema mediático y digital en Ecuador.....	31
Fact-checking y verificación de información.....	32
El Periodismo de Verificación (Fact-Checking).....	32
Orígenes y evolución del Fact-checking.....	33
Capítulo III – Diseño metodológico.....	35
Enfoque de investigación.....	35
Tipo de estudio.....	35
Diseño de investigación.....	36
Grupo de estudio / Población y muestra.....	37
Operacionalización de variables.....	39
Análisis de datos.....	40
Limitaciones.....	41

Capítulo IV – Resultados	42
Objetivo 1: Describir las evaluaciones de veracidad que realizan los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí sobre noticias electorales difundidas en la plataforma X durante la segunda vuelta de las elecciones de Ecuador 2025.	42
Objetivo 2: Establecer el grado de concordancia o discrepancia entre las evaluaciones de veracidad realizadas por los estudiantes y los resultados de verificación emitidos por LupaMedia sobre dichas noticias.	45
Objetivo 3: Analizar la relación entre las evaluaciones de veracidad de las noticias electorales y las variables género, edad y voto de los estudiantes.	46
Objetivo 4: Caracterizar los patrones de evaluación de veracidad presentes en los grupos de estudiantes donde se identifiquen correlaciones significativas entre sus características y la valoración de las noticias.	50
Conclusiones	60
Referencias	63
Anexos	66
Anexo1. Muestra de noticias utilizadas en la investigación.....	66

Resumen

Esta investigación analiza cómo los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) evalúan la veracidad de las noticias sobre las elecciones de Ecuador 2025 difundidas en la plataforma X (antes Twitter). El objetivo principal fue comparar el criterio de los estudiantes frente a la verificación profesional realizada por la organización experta LupaMedia. El estudio siguió un enfoque cuantitativo y descriptivo. Para ello, se aplicó una encuesta a una muestra de 379 estudiantes de diversas facultades, presentándoles 26 noticias virales relacionadas con los candidatos de la segunda vuelta (Daniel Noboa y Luisa González) que previamente habían sido verificadas. Los resultados mostraron que existe mucha duda entre los jóvenes universitarios: la respuesta más frecuente fue "Impreciso", lo que indica que a la mayoría le cuesta distinguir si una noticia política es verdadera o falsa. Al comparar sus respuestas con la realidad, se encontró que la percepción de los estudiantes es muy diferente a la verificación experta. Además, se descubrió que la edad no ayuda a detectar mejor las mentiras, pero la preferencia política sí influye mucho: los estudiantes tienden a creer más en las noticias (aunque sean falsas) si estas favorecen a su candidato o atacan al contrario.

Palabras clave: Desinformación, elecciones Ecuador 2025, estudiantes universitarios, *fact-checking*, redes sociales.

Abstract

This research analyzes how students from the Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) evaluate the veracity of news regarding the 2025 Ecuador elections disseminated on the X platform (formerly Twitter). The main objective was to compare the students' criteria against the professional verification carried out by the expert organization LupaMedia. The study followed a quantitative and descriptive approach. A survey was conducted with a sample of 379 students from various faculties, presenting them with 26 viral news items related to the second-round candidates (Daniel Noboa and Luisa González) that had been previously verified. The results showed that there is significant uncertainty among young university students: the most frequent response was "Imprecise," indicating that the majority struggle to distinguish whether political news is true or false. When comparing their responses with reality, it was found that student perception differs significantly from expert verification. Furthermore, it was discovered that age does not help in better detecting falsehoods, but political preference strongly influences perception: students tend to believe news more (even if false) if it favors their candidate or attacks the opponent.

Keywords: Disinformation, Ecuador 2025 elections, university students, *fact-checking*, social networks.

Introducción

La circulación de información en plataformas digitales se ha convertido en un fenómeno central en los procesos electorales contemporáneos (Pino Uribe et al., 2023). En Ecuador, el contexto electoral de 2025, particularmente durante la segunda vuelta, ha estado marcado por la viralización de contenidos en redes como X (anteriormente Twitter), los cuales han influido en la opinión pública y el debate político nacional.

En este entorno, la verificación de hechos o *fact-checking* emerge como una herramienta clave para contrarrestar la propagación de noticias falsas o imprecisas que pueden afectar la calidad del debate democrático. En este sentido, diversos estudios internacionales han señalado la brecha existente entre la percepción de veracidad de los usuarios y las evaluaciones realizadas por organismos especializados en verificación informativa (Brandtzaeg et al., 2017).

En el caso ecuatoriano, instituciones como LupaMedia han asumido el reto de verificar información difundida en redes sociales, emitiendo reportes basados en datos comprobables. Sin embargo, poco se conoce sobre el grado de concordancia entre estas verificaciones profesionales y las percepciones ciudadanas, especialmente entre los jóvenes universitarios, quienes representan una parte importante del electorado y tienen una alta exposición a medios digitales.

En este marco, el presente estudio propone realizar un análisis comparativo entre las evaluaciones de veracidad que realizan los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) y los resultados de verificación efectuados por LupaMedia sobre noticias electorales difundidas en la plataforma X durante la segunda vuelta de las elecciones de Ecuador 2025. En este contexto, la evaluación de la veracidad se entiende como el proceso de valoración subjetiva mediante el cual los

estudiantes emiten juicios sobre el grado de verdad o falsedad de un contenido informativo, a partir de sus percepciones, conocimientos previos y criterios personales, sin acceder a procedimientos técnicos de verificación periodística. De este modo, se busca identificar no solo el nivel de credibilidad que otorgan los estudiantes a estos contenidos, sino también los criterios que utilizan para emitir sus juicios, así como el grado de concordancia existente entre dichas valoraciones y las evaluaciones expertas realizadas por el medio de *fact-checking*.

La investigación se organiza en cuatro capítulos. El primero presenta los fundamentos del estudio, incluyendo la contextualización, el planteamiento y la formulación del problema, así como los objetivos generales y específicos. El segundo desarrolla el marco teórico, abordando conceptos clave sobre las fake news, la desinformación, su impacto en la opinión pública y el rol de las redes sociales en contextos electorales. El tercer capítulo expone el diseño metodológico, basado en un enfoque mixto, de tipo descriptivo y comparativo, con un diseño de triangulación concurrente. Finalmente, el cuarto capítulo presenta y analiza los resultados obtenidos, comparando las evaluaciones de los estudiantes con las verificaciones de LupaMedia y respondiendo a las preguntas de investigación.

Capítulo I – Fundamentos de la investigación

Planteamiento del problema

En el contexto digital moderno, las redes sociales se han convertido en una de las fuentes principales de información, transformando de manera radical la forma en la que la sociedad se informa y participa en el debate público. Esto ocurre especialmente en el ámbito político, puesto que los actores intentan relacionarse con los ciudadanos mediante estos espacios. “Tanto el poder político como el económico han buscado a los medios de comunicación para, por su intermedio, provocar interés o notoriedad sobre hechos y personas, generando influencia suficiente para lograr beneficios económicos o políticos” (García-Guerrero, 2019, p. 234). En estos canales digitales, los políticos pueden dirigirse a los usuarios mediante formatos bidireccionales.

En el ámbito político, las redes sociales se han consolidado como los principales mecanismos de participación en lo que respecta a política, brindando beneficios para el incremento de conocimiento del público; sin embargo, la academia ha demostrado una preocupación por sus efectos en el auge de la desinformación, incluyendo la difusión de contenido falso (Rivas-de-Roca et al., 2022).

Si bien las redes sociales permiten difundir información con mucha facilidad, este escenario también presenta sus desafíos: la desinformación, la proliferación de noticias falsas o fake news, principalmente en temas de sensibilidad social como son los procesos electorales, donde estas noticias se suelen distorsionar intencionalmente. “La difusión de las verificaciones con la misma velocidad de circulación que adquieren las informaciones falsas es uno de los principales retos que tienen estas entidades” (García-Marín et al., 2023, p. 209). Esta realidad enfoca la

importancia de fortalecer los procesos de verificación de datos y la alfabetización mediática, para mejorar la confianza en noticias digitales.

Frente a esta situación, han surgido proyectos enfocados en la verificación de datos, también conocidos como *fact-checking*, que han tenido un crecimiento significativo a nivel global. Aun cuando la tarea de verificar y confirmar la información siempre ha sido parte del periodismo, el propósito primordial de estos proyectos es brindar a los ciudadanos herramientas para diferenciar errores, ambigüedades, desinformación y negligencia en los contenidos compartidos por los medios de comunicación (Ufarte Ruíz & Murcia Verdú, 2018).

En este sentido, Latinoamérica no es ajena a la problemática de la desinformación política y social. En algunos países de esta región, los políticos usan la desinformación como una herramienta para desacreditar a la prensa; para esto, utilizan medios institucionales, pero sobre todo las redes sociales, donde difunden contenidos de propaganda oficialista (Amado Suárez, 2022).

Lamentablemente, en Ecuador, en los últimos años se ha experimentado un dinamismo político y social donde los procesos electorales han presentado un alto grado de polarización y desinformación. Las redes sociales han sido las principales protagonistas en estas contiendas, puesto que son utilizadas como canales de difusión de rumores, narrativas falsas o contenidos que distorsionan la realidad de la información, aumentando así la división política en el país.

Por esta razón, las elecciones recientes de Ecuador 2025 presentan una relevancia temporal crítica para esta investigación. Además, resulta especialmente importante comprender cómo la dinámica de la información en redes sociales, principalmente en X (anteriormente Twitter), facilita la propagación de estos

contenidos; pero más allá de esto, es fundamental analizar cómo los ciudadanos perciben esta problemática y qué impacto tienen las iniciativas de *fact-checking* en la desinformación y el consumo mediático.

Dentro del contexto educativo, las instituciones tienen una gran responsabilidad en la formación de los ciudadanos, especialmente en el ámbito político, puesto que es necesario que las personas se eduquen de forma crítica y estén bien informadas. Por esta razón, la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) también forma parte de este compromiso. Considerando que sus estudiantes, como futuros profesionales y ciudadanos activos, representan una muestra significativa de la población joven con mayor presencia en redes sociales, es fundamental evaluar su capacidad para discernir la verdad en las noticias políticas y conocer su resiliencia ante la desinformación en la sociedad.

La plataforma X, destacada por su rapidez e impacto a nivel mundial, se ha consolidado como el centro de las discusiones políticas, pasando a ser un espacio de difusión inmediata de información. Sin embargo, esto también ha generado grandes desafíos en cuanto a la veracidad del contenido que se presenta en esta red; razón por la cual ha crecido la relevancia de los *fact-checking*, que mediante la verificación de datos y el contraste de fuentes, contribuyen a reducir la propagación de noticias falsas.

En este sentido, la función de las organizaciones de verificación de noticias es invaluable. En Ecuador, LupaMedia, surgida de SembraMedia en Google News, se dedica a monitorear y desmentir información falsa con la finalidad de fortalecer la democracia y construir un ecosistema informativo sano junto a un debate público informado. Además, su evaluación se enfoca principalmente en la red social X,

donde aplica un proceso de *fact-checking* riguroso y mantiene un monitoreo constante.

Debido a la complejidad de la desinformación y la relevancia del contexto ecuatoriano en las elecciones de 2025, es necesario profundizar en la evaluación de la veracidad de la información. Para ello, se propone comparar la percepción de una muestra representativa de la población joven, como los estudiantes universitarios, con la evaluación experta de una organización de *fact-checking*. Esta comparación tiene la finalidad de evidenciar cuáles son las fortalezas y debilidades de los estudiantes al detectar noticias falsas en el ámbito político.

Formulación del problema

Considerando lo mencionado anteriormente, resulta relevante investigar:
¿Cuál es la evaluación de los estudiantes de la ULEAM sobre la veracidad de las noticias relacionadas con las elecciones de Ecuador 2025 en la plataforma X, y de qué manera coincide o difiere esta percepción con las verificaciones realizadas por LupaMedia?

Objetivos

Objetivo general

Comparar las evaluaciones de veracidad realizadas por los estudiantes de la ULEAM sobre noticias electorales difundidas en la plataforma X durante la segunda vuelta de las elecciones de Ecuador 2025, con los resultados de verificación efectuados por LupaMedia.

Objetivos específicos

- Describir las evaluaciones de veracidad que realizan los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí sobre noticias electorales difundidas en la plataforma X durante la segunda vuelta de las elecciones de Ecuador 2025.
- Establecer el grado de concordancia o discrepancia entre las evaluaciones de veracidad realizadas por los estudiantes y los resultados de verificación emitidos por LupaMedia sobre dichas noticias.
- Analizar la relación entre las evaluaciones de veracidad de las noticias electorales y las variables género, edad y voto de los estudiantes.
- Caracterizar los patrones de evaluación de veracidad presentes en los grupos de estudiantes donde se identifiquen correlaciones significativas entre sus características y la valoración de las noticias.

Justificación

La difusión de noticias falsas en contextos electorales ha provocado un creciente interés académico por conocer cómo los ciudadanos perciben las noticias difundidas en redes sociales y cómo las verifican (Salcedo Pinela, 2024).

En el contexto ecuatoriano, este fenómeno ha cobrado relevancia durante los procesos electorales, donde la desinformación puede afectar no solo el juicio de los votantes, sino también la calidad democrática. Aunque han surgido iniciativas como LupaMedia, encargadas de la verificación de datos, aún existe una brecha significativa en la investigación; especialmente sobre cómo las audiencias jóvenes

universitarias interpretan dichas informaciones y hasta qué punto sus criterios coinciden con los de los verificadores profesionales.

Este estudio busca aportar evidencia empírica sobre las capacidades de evaluación de veracidad en los estudiantes de la ULEAM frente a las noticias electorales difundidas en la plataforma X. Su relevancia radica en que los resultados podrían orientar futuras estrategias de alfabetización mediática, identificar sesgos cognitivos y brindar recomendaciones para mejorar la educación en entornos universitarios. Por otra parte, al contrastar las percepciones estudiantiles con los informes de LupaMedia, se obtendrán datos valiosos para optimizar la difusión de noticias verificadas.

Para la metodología, se propone un diseño comparativo que vincula la recolección de datos cuantitativos sobre percepción estudiantil con la revisión documental de los informes de verificación de LupaMedia. Esto permitirá examinar el nivel de concordancia entre las variables de evaluación.

Delimitaciones del estudio

Es crucial establecer los límites de este estudio con la finalidad de asegurar su viabilidad y profundidad; mediante esta delimitación, se definirá el alcance del tema, así como lo que se incluirá y lo que no.

El estudio se centrará exclusivamente en la evaluación de la veracidad de noticias, por lo que se analizará cómo los estudiantes perciben y determinan si una información es verdadera o falsa, para realizar la comparación con la validación de un tercero especializado: LupaMedia.

Cabe señalar que la categoría “Impreciso” será abordada desde su definición técnica utilizada en el *fact-checking* de contenidos que presentan datos parcialmente verdaderos, información incompleta o falta de contexto, sin profundizar en los posibles significados subjetivos que esta opción pueda adquirir para los estudiantes durante el proceso de respuesta.

El enfoque principal de esta investigación estará en las noticias publicadas en la red social X, relacionadas con las últimas elecciones presidenciales de Ecuador 2025 (segunda vuelta), abarcando contenidos sobre candidatos: Daniel Noboa y Luisa González.

La población de estudio se limitará a una muestra representativa de estudiantes de la ULEAM, ubicada en Manta, Manabí, Ecuador. Para ello, se buscará diversidad de facultades o carreras mediante una selección aleatoria de estudiantes, con el fin de obtener una visión amplia y reducir sesgos. Además, la comparación se realizará exclusivamente con las verificaciones publicadas por LupaMedia, por lo que no se incluirá a ninguna otra organización de *fact-checking* nacional o internacional.

Capítulo II – Marco teórico

Estado del arte

En el contexto global actual, la creciente prevalencia de la desinformación en el panorama mediático ha impulsado una necesidad crítica de comprender cómo las audiencias navegan y verifican la información, así como las estrategias más efectivas para combatirla. Esto ha generado investigaciones que abordan desde la interacción de grupos demográficos específicos con las noticias y sus prácticas de autenticación, hasta la compleja relación entre la identidad política, el discernimiento de la verdad y la difusión de noticias partidistas. Asimismo, se destaca el papel esencial de las organizaciones de verificación de datos (*fact-checkers*). Por esta razón, se revisarán estudios previos sobre esta línea de investigación.

Lee & Jang (2023), en su investigación realizada en Corea del Sur, exploraron cómo la identidad política y la concienciación sobre la desinformación (*priming*) influyen en la percepción de veracidad y la intención de compartir noticias partidistas. El estudio buscó determinar si alertar a los usuarios sobre la desinformación mitigaba el sesgo partidista y mejoraba el discernimiento de la verdad. La investigación se desarrolló mediante dos experimentos en línea con 384 y 600 participantes, quienes fueron expuestos a noticias partidistas (verdaderas o falsas) tras recibir un *priming* (video de alfabetización mediática o recuerdo de exposición previa a "noticias falsas"). Los resultados confirmaron un robusto sesgo partidista: liberales y conservadores consideraron más veraces y compartibles las noticias alineadas con su ideología. El *priming* redujo la veracidad percibida y la intención de compartir noticias partidistas en general. Aunque el primer estudio mostró que el *priming* mejoró el discernimiento al disminuir la confianza en noticias

falsas, el segundo indicó una reducción de confianza generalizada sin mejora en el discernimiento.

En otro caso, una investigación realizada en Taiwán por Yu, (2024), se analizaron los antecedentes y las implicaciones políticas de la verificación de noticias a nivel individual y cómo varían por edad. Para llevar a cabo el estudio, se realizó un análisis de datos de una encuesta de panel de dos olas a 1214 usuarios de Internet, categorizando a los verificadores en básicos (juicio propio) y avanzados (cotejo externo). Los resultados indicaron que el acceso a recursos culturales, sociales y tecnológicos determina la verificación avanzada. Además, la edad se relacionó inversamente con este tipo de verificación, aunque las brechas generacionales fueron complejas y no uniformes. Un hallazgo clave fue que quienes practican la verificación avanzada son más propensos a la expresión política *online*, sin diferencias significativas por edad. La autora propone la necesidad de intervenciones personalizadas para mejorar las prácticas de verificación y fomentar la participación cívica.

La investigación, llevada a cabo por Selnes (2024), de la Universidad Metropolitana de Oslo, Noruega, exploró el impacto de las noticias falsas en el compromiso de los adolescentes con la información en redes sociales. El estudio se llevó a cabo en un período de alta prevalencia de desinformación, coincidiendo con la pandemia de COVID-19 y el inicio de la guerra en Ucrania. La metodología empleada fue de enfoque cualitativo: los datos se recolectaron entre febrero y junio de 2022 en Noruega, utilizando grupos focales y entrevistas semiestructuradas con 91 adolescentes (de 13 a 18 años) de escuelas secundarias y clubes juveniles en South Trondelag y Oslo. Además, se revisaron informes de la Autoridad de Medios Noruega (Medietilsynet). Los resultados mostraron que, al sospechar de un

contenido, los adolescentes activan un proceso de verificación: buscan, contrastan e investigan. Para ello, utilizan múltiples fuentes, especialmente medios tradicionales y de confianza (como NRK y VG), además de amigos y padres, lo cual promueve su pensamiento crítico y la evaluación de las fuentes.

Por su parte, Gómez Calderón et al., (2023), en su investigación, determinaron el impacto de las *fake news* entre los jóvenes españoles de 15 a 24 años, según su propia percepción. Mediante la aplicación de un cuestionario, se encuestó a una muestra de 1068 personas. Para el análisis de datos, se utilizó el software estadístico SPSS y se calculó el estadístico de contraste chi-cuadrado de Pearson, lo que confirió al estudio un enfoque cuantitativo. Se descubrió que la frecuencia de verificación y las fuentes consultadas varían según factores sociodemográficos como la edad, el nivel educativo, el hábitat y la ideología política, destacando que quienes tienen mayor edad y formación verifican más.

En el mismo contexto ibérico Lamuedra-Graván & Ballesteros-Aguayo (2023) enfocaron su investigación en contribuir a que la práctica docente y periodística incorpore los hallazgos de la Teoría de los Marcos. Para ello, analizaron 135 verificaciones vinculadas a la iniciativa *Objectif Desinfox* durante la precampaña y campaña de las elecciones presidenciales francesas de 2022. Los resultados evidencian que, entre el 27 de agosto de 2021 y el 25 de abril de 2022, la mayoría de las noticias de verificación no re-enmarcaron los hechos analizados: 69 se formularon como preguntas o llamadas de atención, 21 como negaciones y 13 de forma afirmativa. Los autores sugieren que, en el entorno sociopolítico, la Unión Europea enmarque la actuación de los verificadores dentro de esta perspectiva.

Una investigación llevada a cabo en América del Sur por Abuín-Penas et al., (2024) exploró la visión de las organizaciones de verificación de datos (*fact-checkers*) sobre el papel de la alfabetización mediática en la lucha contra la desinformación. El estudio incluyó a Chequeado (Argentina), Colombiacheck (Colombia), Fast Check CL (Chile) y Aos Fatos (Brasil), todos signatarios de la Red Internacional de Verificación de Datos (IFCN). De manera cualitativa, se realizaron entrevistas semiestructuradas telemáticas de entre 50 y 80 minutos con líderes de cada organización, junto con un análisis de sus sitios web. Los resultados revelaron que los *fact-checkers* sudamericanos consideran la alfabetización mediática una herramienta fundamental para combatir la desinformación, aunque no la única solución. Además, aunque su tarea principal es la verificación, ejecutan acciones como talleres, cursos, guías explicativas y publicaciones en redes sociales y webs, educando sobre metodologías de verificación y el ecosistema mediático. Asimismo, sugieren que la responsabilidad primordial de la alfabetización mediática obligatoria recae en el Estado a través de la educación pública.

En otro estudio, Cazzamatta & Santos (2023) analizaron las decisiones editoriales de los *fact-checkers* brasileños durante la segunda vuelta electoral de 2022, observando géneros de verificación, actores fiscalizados, tipos de falsedades y plataformas inspeccionadas en un contexto de significativa desinformación. La metodología empleó un análisis de contenido cuantitativo de 349 artículos de cuatro organizaciones líderes (Agência Lupa, Aos Fatos, Estadão Verifica y AFP Checamos). Los resultados revelaron un claro predominio del *debunking* (82,2%) de rumores en línea frente a la verificación de declaraciones públicas, centrándose en fuentes anónimas (86,4%). El 77,4% de las falsedades benefició a Bolsonaro, teniendo como principales objetivos a la oposición y las instituciones. Las

plataformas más monitoreadas fueron Facebook (22,6%) y WhatsApp (15,3%). La descontextualización (45%) fue el tipo de falsedad más común, y las afirmaciones de políticos afines a Bolsonaro mostraron un 75% de fabricaciones completas. Este estudio contribuye a la literatura del *fact-checking* en el Sur Global.

En el ámbito ecuatoriano, la investigación de Suing & Suárez-Villegas (2024) busca configurar un perfil de las prácticas de identificación y lucha contra la desinformación, además de evaluar la incidencia de las redes sociales e identificar las percepciones ciudadanas sobre la alfabetización mediática. Los autores implementaron una metodología cuantitativa y cualitativa con enfoque descriptivo, utilizando encuestas, entrevistas y grupos focales. Los resultados reflejan que existe una asociación significativa entre las prácticas de verificación de información y la capacitación en la identificación de noticias falsas, destacando la importancia de las intervenciones de alfabetización mediática.

Fake News y desinformación

Concepto y características de las fake News o noticias falsas

Las *fake news* son mensajes difundidos intencionalmente con el propósito de manipular y generar confusión en un público específico. Aunque siempre han existido, principalmente en plataformas de acceso gratuito, su difusión ha crecido exponencialmente. Esta propagación ha creado una ola de desinformación que la sociedad y la academia tratan de combatir para promover el periodismo de calidad (Durán & Tusa, 2019).

Estos contenidos no son simples errores informativos, sino que son creados estratégicamente. Al construirse con formatos reconocidos, podrían poner en peligro

la percepción social de los medios tradicionales y generar un ecosistema desorientado comunicacionalmente sobre la realidad pública.

Según Ruz (2025), nadie está a salvo de las noticias falsas; si bien siempre han existido, la evolución de las redes sociales ha facilitado su propagación. En un mundo conectado tan velozmente, cada vez es más difícil distinguir qué noticias son verdaderas, especialmente con el creciente uso de la Inteligencia Artificial. Por otra parte, el autor resalta que cuando un contenido genera emociones como miedo o enojo, suele ser más creíble; por esta razón, quienes crean *fake news* utilizan estratégicamente mensajes con una fuerte carga emocional.

En este sentido, las emociones juegan un papel fundamental en la manera en que recibimos información falsa y, sobre todo, en cómo la difundimos. No solo se trata de errores o confusiones, sino que existe un cálculo para influir en la audiencia apelando a sus emociones. De esta manera, se evidencia que la lucha contra las *fake news* no solo debe centrarse en la verificación de datos, sino también en la alfabetización mediática e incluso emocional, para que los receptores aprendan a identificar contenidos sin ser manipulados.

Efectos de la desinformación en procesos electorales

La desinformación es uno de los principales riesgos para la población, especialmente para los grupos más afectados por los procesos electorales, debido a que puede cambiar la percepción y el criterio público, socavando la democracia. Un ejemplo es la narrativa del fraude, que, sin sustento en evidencias, se basa en denuncias infundadas sobre el sistema electoral, causando efectos como la polarización política y sembrando dudas sobre su credibilidad (Jurado Nacional de Elecciones, 2024).

Esto subraya un punto crucial: la desinformación electoral no es solo un problema de falsedad, sino una amenaza directa que afecta la estabilidad democrática de un país. Sus efectos pueden ser impactantes, ya que no se trata de un fenómeno espontáneo, sino de un riesgo estratégico de fragilidad institucional.

Así, la desinformación y la polarización digital están desgastando la confianza democrática en los contextos electorales, ocasionando la manipulación de las percepciones públicas mediante narrativas falsas para impactar en la capacidad de los ciudadanos de tomar decisiones informadas (Arteaga, 2025).

Por ello, no es suficiente enfocarse solo en aspectos técnicos; es necesario explorar los factores psicológicos y sociales que influyen en los ciudadanos al recibir contenidos falsos, y cómo esto puede dificultar el ejercicio del derecho al voto de manera justa, equitativa e informada.

Impacto de las Fake News en la polarización social y política

Durante la última década, la desinformación y la propaganda se han combinado, dando paso a la polarización. Actualmente, los entornos informativos digitales, impulsados por algoritmos, crean un espacio en el que la información falsa se difunde más rápido que la veraz, lo que provoca la fragmentación del debate público, reforzando posturas extremistas y disminuyendo las perspectivas diversas (Magallón-Rosa, 2022).

En este sentido, la hibridación entre desinformación y propaganda se conecta directamente con el funcionamiento de los algoritmos en redes sociales, lo que amplifica la polarización. Así, los entornos digitales actúan como un eje fundamental para acelerar el impacto negativo de las *fake news* sobre la sociedad en general.

Las *fake news* son un fenómeno social preocupante por sus implicaciones en la polarización social y el funcionamiento de la política democrática. Su impacto trasciende fronteras y, a pesar de que no es un tema nuevo, ha cobrado mayor fuerza en acontecimientos recientes a nivel mundial, como la elección de Donald Trump. Líderes como él se benefician del flujo de información en redes sociales y, principalmente, de la escasa regulación en estas plataformas (Teruel-Rodríguez, 2023).

Teniendo en cuenta lo antes planteado, las *fake news* son una amenaza para la democracia global. Si bien la desinformación no es un fenómeno nuevo, su impacto ha crecido en la era digital, dado que la combinación de líderes que explotan la desinformación y un entorno digital poco regulado crea un escenario más propenso a la polarización.

El rol de las redes sociales en la propagación de desinformación

X como plataforma de difusión de noticias políticas

Twitter juega un papel fundamental en la interacción y la construcción de comunidades digitales; sus usuarios tienen la capacidad de conectarse con personas afines a sus intereses políticos, formando grupos donde suelen compartir información, opiniones y debatir sobre temas de relevancia política o social.

Esta plataforma ha dado un giro a la comunicación política, puesto que ofrece a los partidos y a los ciudadanos nuevas maneras de interactuar. Los políticos pueden llegar de manera directa a sus votantes sin depender principalmente de los medios tradicionales, usando esta plataforma como un megáfono digital; asimismo, los ciudadanos utilizan esta red para contactar, debatir y hacer preguntas directas a los políticos (Bagyaratnam, 2025).

A partir de esto, se desprende un factor positivo de las redes sociales: la democratización, en cierta medida, de la comunicación política. Aunque no todo es favorable en estos espacios, funcionan como un canal directo de interacción entre ciudadanos y representantes o candidatos, cambiando así el ecosistema mediático y político.

Twitter se caracteriza por ser una red social política de referencia para investigadores y ciudadanos. Los estudios han considerado a esta red como un medio para la comunicación política que la hace menos rutinaria, ya que facilita la difusión rápida de mensajes cortos y discursos informales espontáneos, mientras da paso a conversaciones directas (González-List, 2025).

Por consiguiente, se destaca la función de Twitter como herramienta de comunicación en el ámbito político; a diferencia de los medios tradicionales, esta plataforma rompe la formalidad y rigidez, permitiendo un intercambio de ideas más dinámico y espontáneo.

Impacto de la desinformación en los procesos electorales

Según la UNESCO, la desinformación en procesos electorales es una amenaza para la democracia; para contrarrestar este problema, se requieren capacidades en los ciudadanos para conocer cómo se difunde y así detectarla, creando contranarrativas (Magallón-Rosa, 2022).

Teniendo en cuenta las declaraciones de la UNESCO, la solución a este fenómeno no solo radica en las instituciones, sino en el conocimiento y la educación de los ciudadanos sobre desinformación. Por ello, es fundamental capacitar a las personas con las habilidades necesarias para identificar la propagación de noticias

falsas. Asimismo, se resalta que un ciudadano bien informado es la línea de defensa contra las amenazas provocadas por este fenómeno.

La divulgación de información errónea o manipulada puede dañar la credibilidad no solo de un hecho, sino también de un candidato, desmotivando a los votantes y creando una fuerte división política. Por otra parte, las campañas de desinformación suelen ser organizadas por grupos a nivel nacional e internacional, ya que los sistemas electorales son vulnerables a la injerencia digital (Aldas, 2025).

La desinformación no es un problema menor, es una estrategia coordinada que atenta en contra de la credibilidad de los candidatos, la participación ciudadana y la estabilidad social de un país.

Efectos en la polarización política y la fragmentación social

La polarización política representa una de las amenazas más significativas para la democracia contemporánea; este fenómeno implica una profunda división de la sociedad en dos o más bandos opuestos.

En las democracias actuales, la polarización mediática y la abstención electoral están ligadas, constituyendo un desafío considerable. Además, es importante entender las razones por las cuales los ciudadanos se alejan de la política, influenciados por la forma en que los medios de comunicación presentan el panorama político dividido por extremos, teniendo en cuenta que una sociedad menos informada es más vulnerable (Berrocal-Gonzalo et al., 2023).

La cobertura mediática de la política es más que una simple ventana a la realidad y debería ofrecer un panorama neutral; sin embargo, los medios de

comunicación frecuentemente construyen narrativas con la finalidad de fomentar el escándalo y el espectáculo público.

La propagación de discursos mediante redes sociales solo contribuye a intoxicar la esfera pública, contaminando el debate y debilitando la calidad de las democracias liberales; estos espacios se caracterizan por una marcada polarización que forma ciudadanos polarizados (Blanco-Alfonso et al., 2022).

Los medios de comunicación cumplen un papel doble en la sociedad: actúan como herramientas para la construcción de consenso, pero algunos, vinculados económicamente con el poder, suelen forzar las narrativas dominantes y marginalizar las voces críticas; por otra parte, los medios alternativos y las redes sociales ofrecen espacios de diálogo.

Contexto de las elecciones de Ecuador 2025

Antecedentes de desinformación en procesos electorales ecuatorianos

En la era digital, donde la viralidad y la emocionalidad dominan más que la verdad verificable, el papel de las encuestas adquiere mayor importancia: ya no son solo herramientas para medir la opinión pública, sino que ahora construyen realidades políticas.

Durante las elecciones seccionales de 2023 en Ecuador, se evidenció un caso relevante de desinformación vinculado al uso erróneo de encuestas. Benavides (2023) señala que varias encuestadoras reconocidas, como Comunicaliza, Market, Clima Social e Informe Confidencial, presentaron datos equivocados que favorecían a candidatos como Jorge Yunda y Cynthia Viteri, generando una percepción distorsionada de la realidad electoral.

Según se menciona, esta percepción distorsionada no fue un simple accidente, sino consecuencia de una difusión incorrecta que buscaba beneficiar a ciertos candidatos.

Este tipo de errores, más allá de lo técnico, se inscriben en una lógica de dataísmo e infocracia que, como advierte Han (2021), puede convertir a fuentes legítimas en generadoras de noticias falsas, afectando directamente la percepción ciudadana.

En este contexto, las encuestas no solo informan, sino que moldean escenarios políticos, afectando la participación ciudadana y la confianza democrática. A pesar de los esfuerzos institucionales por frenar la manipulación informativa, las dinámicas de las redes sociales dificultan el control efectivo del discurso público en un ecosistema comunicacional donde la línea entre dato y ficción se vuelve cada vez más difusa.

Particularidades del ecosistema mediático y digital en Ecuador

Con la llegada del internet a Ecuador, los medios de comunicación y su audiencia tuvieron que adaptarse, creando sitios web para mantener su relevancia. A fines de 1994, el diario Hoy estrenó su primera versión digital; sin embargo, en 2008 los periódicos impresos aún escaneaban y subían sus contenidos a la web sin adaptarlos al formato digital. Posteriormente, a partir de este hecho, aparecen los medios nativos digitales en 2010 (Antunish, 2021).

El año 2010 se identifica como clave en la historia de la evolución del periodismo en Ecuador, puesto que marca la transición de una simple réplica del formato impreso a la creación de los primeros medios diseñados específicamente

para la web, como consecuencia del avance tecnológico y la competencia mediática (Punín et al., 2014).

En la revista *Digital Media in Ecuador*, Punín et al. (2014). afirman que “los medios de comunicación de Ecuador no compiten, en cuanto a producción, con las cadenas mediáticas internacionales, no por sus capacidades, sino porque se ha relegado toda producción local a un plano inferior” (p. 201). Esta situación fomenta un desequilibrio frente al contenido extranjero, ya que afecta la calidad y cantidad de la producción nacional y, además, perpetúa una dependencia cultural y mediática que limita el desarrollo de narrativas sobre temas locales.

Fact-checking y verificación de información

El Periodismo de Verificación (Fact-Checking)

Desde el ámbito periodístico, una noticia debe contar con una investigación sólida que respalde la veracidad de lo expuesto. Es necesario que, además de desmentir la falsedad, se identifique a sus autores y los objetivos detrás de su difusión. Para lograrlo, el periodista puede basarse en dispositivos de razonamiento, estructurando la información según el problema, las posibles causas, los juicios y las propuestas de solución (Lamuedra-Graván & Ballesteros-Aguayo, 2023)

Partiendo de esto, el trabajo de verificación no debe limitarse a determinar si una noticia es falsa o verdadera; el periodista tiene la responsabilidad de indagar profundamente, mediante el análisis, para evidenciar los intereses existentes en la difusión de esos contenidos, especialmente cuando involucran fines políticos.

El periodismo de verificación ha surgido como una herramienta importante para combatir la desinformación. El principio fundamental de estas organizaciones

es la comprobación de la veracidad de los contenidos, constituyéndose en un pilar para la lucha estratégica de la democracia (García-Marín et al., 2023). Esto obliga al periodismo a no limitarse a la producción y difusión de información, sino a incorporar la verificación y corrección para mantener su credibilidad.

Orígenes y evolución del Fact-checking

El *fact-checking* ha evolucionado constantemente, pasando de ser una práctica interna de los medios para garantizar la veracidad de los hechos, a convertirse en una disciplina pública de combate contra la desinformación en la era digital.

Con el avance de las nuevas tecnologías e internet, la proliferación de mensajes en redes ha presentado un problema: la rápida difusión de noticias ha facilitado que se compartan contenidos erróneos. A partir de esto, nacen los proyectos de verificación de datos, conocidos como *fact-checking*, a nivel nacional e internacional. Su labor es confirmar y comprobar los hechos, retomando la esencia del periodismo, para que los ciudadanos cuenten con herramientas para detectar errores, ambigüedades, mentiras o faltas de rigor en las informaciones publicadas en cualquier medio (Ufarte Ruíz & Murcia Verdú, 2018).

En esencia, se subraya que el desarrollo tecnológico e internet han dado paso a la circulación masiva de información, generando a su vez la rápida propagación de noticias falsas. Ante esto, surgen los proyectos de verificación de datos, los cuales ofrecen a la ciudadanía herramientas para identificar errores, engaños o falsedades en los contenidos.

La función del *fact-checking* es corroborar y verificar la información con el fin de combatir la desinformación. Esta iniciativa busca mejorar la confianza del

público, ya que las noticias falsas suelen copiar el formato de los medios tradicionales. Por esta razón, el papel de los comunicadores ha cambiado, siendo también responsables de regular la información que se difunde en redes sociales (Hoyos-Simbaña et al., 2022).

El auge del *fact-checking* es una respuesta directa a la crisis de desconfianza ocasionada por la desinformación. El principal problema radica en que estas noticias falsas son generadas de manera estratégica para engañar a la audiencia; por ello, los comunicadores deben centrarse en la verificación para mantener la credibilidad ante su público.

Capítulo III – Diseño metodológico

Enfoque de investigación

El presente estudio adopta un enfoque cuantitativo, se basa en recolectar y analizar datos numéricos para describir y comparar las evaluaciones de veracidad realizadas por estudiantes universitarios con los resultados de verificación profesional de noticias electorales difundidas en la plataforma X. Este enfoque permite medir las valoraciones otorgadas a los contenidos informativos y analizar su relación con variables sociodemográficas y políticas como género, edad y voto.

El enfoque cuantitativo es adecuado debido a que los datos se obtienen mediante instrumentos estructurados y se analizan a través de procedimientos estadísticos, facilitando una aproximación objetiva y sistemática al fenómeno de estudio, tal como señalan Hernández Sampieri et al. (2014). Asimismo, la identificación de patrones en las evaluaciones de veracidad se realiza a partir del análisis descriptivo de los resultados, sin haber recurrido a técnicas de la investigación cualitativa.

Tipo de estudio

Para esta investigación se empleó un tipo de estudio descriptivo y comparativo. Es descriptiva porque se busca detallar cómo los estudiantes universitarios evalúan la veracidad de noticias electorales difundidas en la plataforma X, a partir de la medición de sus valoraciones y la identificación de patrones generales en dichas evaluaciones. Este tipo de estudio no trata de explicar causas, sino describir las características del fenómeno observado en un momento determinado (Veiga et al., 2008).

Asimismo, el estudio es comparativo, ya que se hace un contraste entre las evaluaciones de veracidad realizadas por los estudiantes con los resultados de verificación emitidos por LupaMedia sobre las mismas noticias, con la finalidad de identificar coincidencias y divergencias entre ambas valoraciones. Este enfoque permite analizar similitudes y diferencias entre distintos objetos de estudio a partir de criterios comunes, siendo ampliamente utilizado en diversas disciplinas (Nohlen, 2020).

La combinación del enfoque descriptivo y comparativo posibilita una aproximación más completa al fenómeno de estudio, al permitir, primero, describir las evaluaciones de veracidad de los estudiantes y, posteriormente, compararlas con las verificaciones profesionales, sin establecer relaciones causales.

Diseño de investigación

La presente investigación se desarrolla bajo un diseño no experimental, ya que no se manipulan las variables de estudio, sino que se observan y analizan tal como se presentan en la realidad. Asimismo, el diseño es transversal, puesto que la recolección de los datos se realizó en un único momento.

Desde el enfoque cuantitativo, este diseño permite recolectar y analizar datos estructurados con el propósito de describir y comparar las evaluaciones de veracidad realizadas por los estudiantes universitarios con los resultados de la verificación profesional emitidos por LupaMedia respecto a las noticias electorales difundidas en la plataforma X durante la segunda vuelta electoral de Ecuador 2025.

Este diseño se adapta para cumplir con los objetivos del estudio, ya que facilita la medición de las evaluaciones de veracidad, la identificación de coincidencias y discrepancias entre ambos tipos de evaluación y el análisis de su

relación con variables como género, edad y voto, sin establecer relaciones causales (Hernández Sampieri et al., 2014).

Cabe señalar que la comparación realizada en este estudio corresponde a una comparación de medidas de una misma variable, siendo esta la evaluación de veracidad de noticias electorales, obtenida desde dos puntos distintos: las valoraciones emitidas por los estudiantes universitarios y la verificación profesional de LupaMedia. Esta comparación no busca contrastar variables independientes, sino examinar los niveles de coincidencia y discrepancia entre dos formas de medición de una misma variable.

Grupo de estudio / Población y muestra

La población del presente estudio está conformada por los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), pertenecientes a distintas facultades y carreras académicas. Esta población se caracteriza por su diversidad en áreas de conocimiento, lo que permite recoger evaluaciones de veracidad desde distintos perfiles estudiantiles.

Dado que la extensión de la población universitaria es muy amplia, se vio necesario trabajar con una muestra de 379 estudiantes, los cuales fueron seleccionados de forma aleatoria independientemente de la carrera o facultad a la que pertenecen, con la finalidad de garantizar que la muestra es diversa y de esta manera reducir las posibilidades de sesgo (Camacho de Báez, 2008). La participación en la encuesta no estuvo condicionada al uso previo de la red social X, a pesar de que las noticias analizadas fueron difundidas en dicha plataforma, lo que permitió mantener un criterio de inclusión amplio.

Adicionalmente, se recolectaron 26 noticias electorales, las cuales fueron previamente verificadas por LupaMedia, estas estaban ligadas a los dos candidatos de la segunda vuelta electoral Ecuador 2025, de las cuales 13 noticias corresponden al candidato Daniel Noboa y 13 a la candidata Luisa González, con la finalidad de equilibrar la estructura del análisis de los contenidos asociados a ambos actores políticos (ver Tabla 1). Los estudiantes seleccionados evaluaron las noticias utilizando la misma escala de veracidad empleada por LupaMedia, con el fin de facilitar la comparación de las mediciones.

Tabla 1

Noticias electorales analizadas y verificación de LupaMedia.

Nº	Candidato	Calificación LupaMedia	Temática de la noticia
1	Daniel Noboa	Completamente falso	Concesionar agua
2	Daniel Noboa	Completamente falso	Reducir salarios
3	Daniel Noboa	Completamente falso	Becas y bonos para venezolanos
4	Daniel Noboa	Mayormente falso	Helicóptero
5	Daniel Noboa	Completamente falso	Obligatoriedad del voto
6	Daniel Noboa	Completamente falso	Reducción de sueldos
7	Daniel Noboa	Mayormente falso	Nexos políticos con Atamaint
8	Daniel Noboa	Completamente falso	Escándalos de corrupción
9	Daniel Noboa	Completamente falso	Chito Vera se refiere a Noboa
10	Daniel Noboa	Completamente falso	Bloqueo con el FMI
11	Daniel Noboa	Completamente falso	DEA y caso de narcotráfico
12	Daniel Noboa	Completamente falso	Diario Vinotinto
13	Daniel Noboa	Completamente falso	Milei se refiere a Noboa
14	Luisa González	Completamente falso	Visa negada
15	Luisa González	Completamente falso	Panfletos en cárcel
16	Luisa González	Mayormente falso	Corte Nacional e Interpol
17	Luisa González	Completamente falso	Quema de marihuana
18	Luisa González	Completamente falso	Dinero en casa de capo
19	Luisa González	Completamente falso	Alianza con Maduro
20	Luisa González	Completamente falso	Alianza Topic
21	Luisa González	Completamente falso	Entrevista en radio
22	Luisa González	Mayormente falso	Nebot se refiere al correísmo
23	Luisa González	Completamente falso	“País miserable” dicho por Correa
24	Luisa González	Completamente falso	Jombriel apoya a Luisa
25	Luisa González	Completamente falso	Rayar la papeleta
26	Luisa González	Completamente falso	Residente vota por Luisa

Nota. Elaboración propia

Las capturas de imagen de cada noticia, tal cual como fueron presentadas a los estudiantes, se muestran en el Anexo A.

Operacionalización de variables

A continuación, la Tabla 2 muestra la operacionalización de la única variable presente en este estudio. Para cada noticia se usó la misma escala de veracidad utilizada por LupaMedia.

Tabla 2
Operacionalización de variables.

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
Evaluación de veracidad de noticias electorales	Valoración de la veracidad percibida	Grado de veracidad asignado a la noticia	Cierto; Mayormente cierto; Parcialmente cierto; Impreciso; Mayormente falso; Completamente falso

Nota. Elaboración propia

Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En la presente investigación se empleó una técnica cuantitativa para la recolección de datos, aplicando un cuestionario estructurado dirigido a estudiantes universitarios de la ULEAM. Este constó de 26 noticias electorales verificadas por LupaMedia, relacionadas con la segunda vuelta electoral de Ecuador 2025.

Para cada noticia, se solicitó a los participantes que evaluaran su veracidad utilizando la misma escala empleada por LupaMedia, compuesta por las siguientes categorías: cierto, mayormente cierto, parcialmente cierto, impreciso, mayormente falso y completamente falso. Esta escala permitió recoger valoraciones numéricas comparables entre las evaluaciones realizadas por los estudiantes y los resultados de la verificación profesional.

La información publicada por LupaMedia sobre las noticias analizadas se utilizó como referente para contrastar las evaluaciones de veracidad emitidas por los estudiantes con las verificaciones profesionales, sin constituir una técnica de recolección de datos independiente.

Análisis de datos

Los datos obtenidos a través del cuestionario aplicado a los estudiantes fueron codificados y organizados en una matriz, para posteriormente ser procesados en el programa estadístico SPSS. Este procedimiento permitió sistematizar las respuestas y facilitar el análisis estadístico de las evaluaciones de veracidad asignadas a cada una de las noticias electorales.

Los datos obtenidos a través del cuestionario aplicado a los estudiantes fueron codificados y organizados en una matriz, para posteriormente ser procesados en el programa estadístico SPSS. Este procedimiento permitió sistematizar las respuestas y facilitar el análisis estadístico de las evaluaciones de veracidad asignadas a cada una de las noticias electorales.

Finalmente, se contrastaron las evaluaciones de veracidad de los estudiantes con los resultados de verificación profesional emitidos por LupaMedia. Para ello, se aplicó la prueba no paramétrica de Wilcoxon, adecuada para la comparación de medidas relacionadas. Además, se analizaron las relaciones entre las evaluaciones de veracidad y las variables género, edad y voto; para este propósito, se emplearon pruebas de correlación no paramétricas, específicamente el coeficiente de Spearman y el Tau-b de Kendall, que permiten identificar correlaciones sin asumir una distribución normal de los datos.

Adicionalmente, se emplearon tablas de contingencia con la finalidad de examinar la distribución de las evaluaciones de veracidad según las variables de interés, lo que permitió una mejor comprensión de los patrones observados en los resultados.

Limitaciones

El presente estudio tiene limitaciones que deben ser consideradas para interpretar los resultados. En primer lugar, la mayoría de las noticias analizadas fueron calificadas por LupaMedia como completamente falsas o mayormente falsas, lo que reduce la diversidad de categorías de veracidad en el conjunto examinado.

En segundo lugar, si bien las noticias corresponden a la segunda vuelta de las elecciones de Ecuador 2025, la recolección de datos con los estudiantes se realizó posteriormente, aproximadamente 10 meses después. Esta temporalidad puede afectar las evaluaciones de veracidad debido a aspectos como la pérdida de contexto informativo y social o el olvido de acontecimientos, limitando el análisis de percepciones en tiempo real durante el proceso electoral.

Por otra parte, aunque la muestra incluyó estudiantes de distintas carreras y facultades de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, los resultados no pueden generalizarse a la población total ni a otros contextos.

Capítulo IV – Resultados

En el presente capítulo se exponen los resultados obtenidos a partir del análisis de los datos recolectados en la investigación. La presentación de los hallazgos se estructura de acuerdo con los objetivos planteados, permitiendo una interpretación ordenada y coherente de los resultados cuantitativos relacionados con la percepción de veracidad de las noticias electorales difundidas durante la segunda vuelta del período electoral 2025.

Objetivo 1: Describir las evaluaciones de veracidad que realizan los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí sobre noticias electorales difundidas en la plataforma X durante la segunda vuelta de las elecciones de Ecuador 2025.

A continuación, en la Tabla 3 se muestra un consolidado de las frecuencias obtenidas para cada noticia. Se puede observar que, en todas ellas, excepto en la noticia 24, gana la opción “Impreciso” considerando la escala de LupaMedia.

Tabla 3

Frecuencias de valoración de veracidad por noticia, por parte de los estudiantes, en escala LupaMedia.

Noticia	FALSO		IMPRECISO	CIERTO		
	Completamente Falso	Mayormente falso	Impreciso	Parcialmente cierto	Mayormente cierto	Cierto
1	10.8%	12.1%	37.7%	19.3%	12.9%	7.2%
2	10.3%	14.5%	39.3%	19.0%	12.4%	4.5%
3	12.1%	19.8%	37.7%	22.7%	5.3%	2.4%
4	13.5%	17.4%	43.3%	17.2%	6.1%	2.5%
5	17.7%	19.5%	36.1%	14.5%	9.3%	2.9%
6	15.3%	18.5%	37.7%	16.4%	8.9%	3.2%
7	9.8%	15.3%	42.4%	17.7%	10.3%	4.5%
8	16.8%	18.0%	34.6%	18.2%	8.4%	4.0%
9	10.6%	16.8%	32.5%	16.1%	15.6%	8.4%
10	14.8%	18.2%	36.9%	18.0%	8.7%	3.4%
11	12.9%	20.8%	35.9%	18.5%	8.7%	3.2%
12	14.5%	20.8%	39.1%	16.1%	7.1%	2.4%

13	8.4%	15.3%	37.0%	17.7%	15.3%	6.3%
14	12.7%	16.1%	38.5%	17.4%	10.3%	5.0%
15	12.7%	20.3%	35.3%	17.9%	9.8%	4.0%
16	12.9%	18.5%	38.5%	19.5%	6.9%	3.7%
17	17.7%	24.0%	31.9%	16.6%	6.9%	2.9%
18	10.3%	17.7%	38.0%	21.1%	9.2%	3.7%
19	9.8%	21.9%	34.6%	21.1%	8.4%	4.2%
20	10.8%	14.2%	42.0%	19.8%	9.5%	3.7%
21	9.2%	17.7%	39.8%	20.1%	9.0%	4.2%
22	9.5%	17.4%	35.6%	24.8%	9.3%	3.4%
23	17.9%	16.9%	40.9%	13.7%	7.4%	3.2%
24	7.4%	9.2%	26.9%	18.8%	8.7%	29.0%
25	12.1%	15.9%	35.6%	19.5%	12.4%	4.5%
26	10.0%	17.7%	39.6%	16.9%	10.0%	5.8%

Nota. Elaboración propia

Un análisis más detallado de la tabla anterior muestra que la evaluación de veracidad de las noticias presentadas se concentra mayoritariamente en categorías intermedias: mayormente falso, impreciso y parcialmente cierto. Sin embargo, como se mencionó, la opción “impreciso” registra el mayor porcentaje, superando el 30% en la mayoría de los casos, a excepción de la noticia 24, donde la opción predominante fue “cierto” con un 29%.

Por otro lado, si agrupamos las respuestas y dejamos solo tres escalas: falso, impreciso y cierto, la situación cambia ligeramente (*ver Tabla 4*).

Tabla 4

Frecuencias de valoración de veracidad por noticia, por parte de los estudiantes, en escala Agrupada.

Noticia	Falso	Impreciso	Cierto
1	22.9%	37.7%	39.4%
2	24.8%	39.3%	35.9%
3	31.9%	37.7%	30.4%
4	30.9%	43.3%	25.8%
5	37.2%	36.1%	26.7%
6	33.8%	37.7%	28.5%
7	25.1%	42.4%	32.5%
8	34.8%	34.6%	30.6%

9	27.4%	32.5%	40.1%
10	33.0%	36.9%	30.1%
11	33.7%	35.9%	30.4%
12	35.3%	39.1%	25.6%
13	23.7%	37.0%	39.3%
14	28.8%	38.5%	32.7%
15	33.0%	35.3%	31.7%
16	31.4%	38.5%	30.1%
17	41.7%	31.9%	26.4%
18	28.0%	38.0%	34.0%
19	31.7%	34.6%	33.7%
20	25.0%	42.0%	33.0%
21	26.9%	39.8%	33.3%
22	26.9%	35.6%	37.5%
23	34.8%	40.9%	24.3%
24	16.6%	26.9%	56.5%
25	28.0%	35.6%	36.4%
26	27.7%	39.6%	32.7%

Nota. Elaboración propia

Como se puede observar, los resultados obtenidos con esta agrupación presentan un cambio leve pero notable en ciertas noticias. Aunque la opción “impreciso” continúa predominando, en casos como las noticias 5, 8 y 17 la opción con mayor porcentaje es “falso”. Por su parte, en las noticias 1, 9, 13, 22, 24 y 25, la opción predominante fue “cierto”.

Cabe mencionar que esta escala agrupada fue utilizada en las correlaciones posteriores para mejorar y facilitar el análisis.

Objetivo 2: Establecer el grado de concordancia o discrepancia entre las evaluaciones de veracidad realizadas por los estudiantes y los resultados de verificación emitidos por LupaMedia sobre dichas noticias.

A continuación, en la Tabla 5 se muestran las comparaciones entre medidas entre la verificación real de las noticias realizada por LupaMedia y la evaluación de veracidad de los estudiantes.

Tabla 5

Relación de medidas mediante la prueba estadística Wilcoxon.

Medida 1 Evaluación de veracidad de LupaMedia	Medida 2 Evaluación de veracidad de los estudiantes	p-Valor	Interpretación
Real noticia 1	Percepción noticia 1	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 2	Percepción noticia 2	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 3	Percepción noticia 3	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 4	Percepción noticia 4	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 5	Percepción noticia 5	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 6	Percepción noticia 6	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 7	Percepción noticia 7	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 8	Percepción noticia 8	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 9	Percepción noticia 9	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 10	Percepción noticia 10	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 11	Percepción noticia 11	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 12	Percepción noticia 12	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 13	Percepción noticia 13	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 14	Percepción noticia 14	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 15	Percepción noticia 15	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 16	Percepción noticia 16	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas

Real noticia 17	Percepción noticia 17	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 18	Percepción noticia 18	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 19	Percepción noticia 19	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 20	Percepción noticia 20	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 21	Percepción noticia 21	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 22	Percepción noticia 22	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 23	Percepción noticia 23	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 24	Percepción noticia 24	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 25	Percepción noticia 25	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas
Real noticia 26	Percepción noticia 26	<,001	Existen diferencias significativas entre medidas

Nota. Elaboración propia

Los resultados de esta tabla denotan que, para todas las noticias, las evaluaciones de veracidad realizadas por los estudiantes difieren significativamente de la verificación hecha por LupaMedia. Esto se infiere dado que el valor p es < 0,001 en todos los casos, considerando un Alfa $\alpha = 0,05$.

Objetivo 3: Analizar la relación entre las evaluaciones de veracidad de las noticias electorales y las variables género, edad y voto de los estudiantes.

Un análisis posterior, utilizando la escala agrupada de la Tabla 4, permitió realizar un análisis correlacional entre la evaluación de veracidad realizada por los estudiantes y las variables género, rango de edad y voto. La Tabla 6 muestra los resultados de correlación con la variable género, utilizando el coeficiente de Spearman.

Tabla 6

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticias y género mediante prueba estadística Spearman.

Evaluación de veracidad de la noticia por parte de los estudiantes	Correlación con Género (p-Valor)	Observación
NOTICIA 1	0,008	Hay una correlación significativa
NOTICIA 2	0,720	
NOTICIA 3	0,930	
NOTICIA 4	0,865	
NOTICIA 5	0,400	
NOTICIA 6	0,961	
NOTICIA 7	0,334	
NOTICIA 8	0,006	Hay una correlación significativa
NOTICIA 9	0,117	
NOTICIA 10	0,662	
NOTICIA 11	0,578	
NOTICIA 12	0,838	
NOTICIA 13	0,166	
NOTICIA 14	0,485	
NOTICIA 15	0,042	Hay una correlación significativa
NOTICIA 16	0,642	
NOTICIA 17	0,001	Hay una correlación significativa
NOTICIA 18	0,337	
NOTICIA 19	0,600	
NOTICIA 20	0,369	
NOTICIA 21	0,091	
NOTICIA 22	0,795	
NOTICIA 23	0,371	
NOTICIA 24	0,496	
NOTICIA 25	0,042	Hay una correlación significativa
NOTICIA 26	0,166	

Nota. Elaboración propia

Se puede observar que en el grupo de noticias relacionadas con el entonces candidato Daniel Noboa, existen dos noticias (1 y 8) que tienen una correlación significativa con la variable “género”. Por otro lado, en el grupo de noticias de la candidata Luisa González, hay tres noticias (15, 17 y 25) que también muestran correlación. Un análisis detallado de estas relaciones será abordado en los resultados del último objetivo.

Continuando con la variable “Rango de Edad”, se utilizó la prueba Tau B de Kendall para analizar la correlación de esta con la evaluación de veracidad de los estudiantes (ver tabla 7).

Tabla 7

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticias y rango de edad mediante prueba estadística Tau B de Kendall.

Evaluación de veracidad de la noticia por parte de los estudiantes	Correlación con Rango de Edad (<i>p</i> -Valor)	Observación
NOTICIA 1	0,418	
NOTICIA 2	0,969	
NOTICIA 3	0,216	
NOTICIA 4	0,548	
NOTICIA 5	0,588	
NOTICIA 6	0,340	
NOTICIA 7	0,624	
NOTICIA 8	0,204	
NOTICIA 9	0,102	
NOTICIA 10	0,976	
NOTICIA 11	0,641	
NOTICIA 12	0,778	
NOTICIA 13	0,397	
NOTICIA 14	0,402	
NOTICIA 15	0,824	
NOTICIA 16	0,419	
NOTICIA 17	0,058	
NOTICIA 18	0,191	
NOTICIA 19	0,792	
NOTICIA 20	0,633	
NOTICIA 21	0,647	
NOTICIA 22	0,644	
NOTICIA 23	0,791	
NOTICIA 24	0,068	
NOTICIA 25	0,013	Hay una correlación significativa
NOTICIA 26	0,369	

Nota. Elaboración propia

De acuerdo con los resultados de la tabla anterior, no parece haber correlaciones entre la evaluación de veracidad de los estudiantes y su rango de edad, a excepción de la noticia 25, relacionada con la candidata Luisa González, cuyo detalle se explicará más adelante.

Para finalizar este objetivo, también se buscó establecer correlaciones entre la evaluación de veracidad de los estudiantes y la variable voto. En dicha variable, los estudiantes manifestaron cómo votaron en la segunda vuelta: Daniel Noboa, Luisa González, Nulo o Blanco. Los resultados de la prueba de Spearman se muestran en la Tabla 8.

Tabla 8

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticias y voto mediante prueba estadística Spearman.

Evaluación de veracidad de la noticia por parte de los estudiantes	Correlación con Voto (p -Valor)	Observación
NOTICIA 1	0,844	
NOTICIA 2	0,005	Hay una correlación significativa
NOTICIA 3	0,534	
NOTICIA 4	0,942	
NOTICIA 5	0,725	
NOTICIA 6	0,020	Hay una correlación significativa
NOTICIA 7	0,536	
NOTICIA 8	0,642	
NOTICIA 9	0,070	
NOTICIA 10	0,108	
NOTICIA 11	0,288	
NOTICIA 12	0,105	
NOTICIA 13	0,005	Hay una correlación significativa
NOTICIA 14	0,122	
NOTICIA 15	0,036	Hay una correlación significativa
NOTICIA 16	0,006	Hay una correlación significativa
NOTICIA 17	0,015	Hay una correlación significativa
NOTICIA 18	0,122	
NOTICIA 19	0,040	Hay una correlación significativa
NOTICIA 20	0,005	Hay una correlación significativa
NOTICIA 21	0,002	Hay una correlación significativa
NOTICIA 22	0,333	
NOTICIA 23	0,850	
NOTICIA 24	0,253	
NOTICIA 25	0,117	
NOTICIA 26	0,782	

Nota. Elaboración propia

Los resultados observados indican que la evaluación de veracidad de tres noticias relacionadas con el entonces candidato Daniel Noboa (2, 6 y 13) tiene correlación con el voto, mientras que en el caso de la candidata Luisa González hay

seis noticias que muestran correlación (15, 16, 17, 19, 20 y 21). En el siguiente objetivo se analizará en detalle dicha correlación.

Objetivo 4: Caracterizar los patrones de evaluación de veracidad presentes en los grupos de estudiantes donde se identifiquen correlaciones significativas entre sus características y la valoración de las noticias.

Luego de obtener las correlaciones entre variables, se seleccionaron las significativas para analizarlas en detalle mediante tablas de contingencia, con el fin de caracterizar patrones en las evaluaciones de veracidad de los estudiantes. En primer lugar, se abordan las relaciones con la variable género.

En el caso de la Noticia 1, relacionada con la concesión del agua a empresas privadas, se observa que el género femenino considera mayoritariamente (52,1%) la noticia como cierta, mientras que el género masculino la califica como imprecisa (ver Tabla 9).

Tabla 9

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticia 1 y género mediante tablas de contingencia.

EVALUACIÓN VERACIDAD NOTICIA 1 Y GÉNERO						
EVALUACIÓN VERACIDAD	Falso	Recuento	GÉNERO			
			Femenino	Masculino	Pref. no decirlo	
	Porcentaje	16,0%	52	26,5%	16	25,0%
	Impreciso	Recuento	38	82	23	
		Porcentaje	31,9%	41,8%	35,9%	
	Cierto	Recuento	62	62	25	
		Porcentaje	52,1%	31,6%	39,1%	

Nota. Elaboración propia

Para la Noticia 8, referente a escándalos de corrupción del entonces candidato Daniel Noboa, el grupo femenino (44,5%) evalúa la noticia mayoritariamente como cierta, en contraste con el grupo masculino, que la considera imprecisa (ver Tabla 10).

Tabla 10

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticia 8 y género mediante tablas de contingencia.

		EVALUACIÓN VERACIDAD NOTICIA 8 Y GÉNERO		
EVALUACIÓN VERACIDAD	Falso	Recuento	GÉNERO	
			Femenino	Masculino
	Impreciso	Recuento	Pref. no decirlo	
	Cierto	Recuento		
		Porcentaje		
	Falso	Recuento	34	73
		Porcentaje	28,6%	37,2%
	Impreciso	Recuento	32	78
		Porcentaje	26,9%	39,8%
	Cierto	Recuento	53	45
		Porcentaje	44,5%	23,0%

Nota. Elaboración propia

En cuanto a la Noticia 15, que menciona el supuesto respaldo mayoritario de la población carcelaria a la candidata Luisa González, las mujeres (38,7%) la consideran cierta, mientras que los hombres la evalúan como imprecisa (38,8%). Por su parte, un porcentaje considerable de quienes no especificaron su género (42,2%) la calificó como falsa (ver Tabla 11).

Por otro lado, la Noticia 17, donde se difunde una imagen que asegura que la candidata Luisa González consume marihuana, el 51,3% del grupo femenino y el 38,8% del masculino la calificaron como falsa. De igual forma, el 42,2% del grupo que prefirió no indicar su género coincidió en evaluarla como falsa (ver Tabla 12).

Tabla 11

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticia 15 y género mediante tablas de contingencia.

EVALUACIÓN VERACIDAD NOTICIA 15 Y GÉNERO				
EVALUACIÓN VERACIDAD	Falso	Recuento	GÉNERO	
			Femenino	Masculino
	Impreciso	Recuento	35	63
		Porcentaje	29,4%	32,1%
	Cierto	Recuento	27	42,2%
		Porcentaje	31,9%	38,8%
		Recuento	38	76
		Porcentaje	31,9%	38,8%
		Recuento	20	31,3%
		Porcentaje	31,9%	38,8%
		Recuento	57	17
		Porcentaje	38,7%	28,1%
		Recuento	26,6%	
		Porcentaje	26,6%	

Nota. Elaboración propia

Tabla 12

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticia 17 y género mediante tablas de contingencia.

EVALUACIÓN DE VERACIDAD NOTICIA 17 Y GÉNERO				
EVALUACIÓN VERACIDAD	Falso	Recuento	GÉNERO	
			Femenino	Masculino
	Impreciso	Recuento	61	76
		Porcentaje	51,3%	38,8%
	Cierto	Recuento	21	32,8%
		Porcentaje	30,3%	34,2%
		Recuento	36	67
		Porcentaje	30,3%	34,2%
		Recuento	18	28,1%
		Porcentaje	18,5%	27,0%
		Recuento	25	39,1%
		Porcentaje	39,1%	

Nota. Elaboración propia

Con respecto a la Noticia 25, donde se muestra un supuesto tuit del expresidente Rafael Correa motivando a los votantes a escribir sus nombres en la papeleta y luego votar por la candidata Luisa González para evitar un fraude, el 36,1% de las mujeres la evalúa como falsa, mientras que el 38,8% de los hombres la califica como imprecisa (ver Tabla 13).

Tabla 13

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticia 25 y género mediante tablas de contingencia.

EVALUACIÓN VERACIDAD NOTICIA 25 Y GÉNERO				
EVALUACIÓN VERACIDAD	Falso	Recuento	GÉNERO	
			Femenino	Masculino
	Impreciso	Recuento	43	45
		Porcentaje	36,1%	23,0%
	Cierto	Recuento	40	76
		Porcentaje	33,6%	38,8%
		Recuento	36	27
		Porcentaje	30,3%	42,2%

Nota. Elaboración propia

La única correlación significativa entre la evaluación de veracidad y el rango de edad se registró en la noticia 25, referente a la negación de la visa a la entonces candidata Luisa González. Se observa que el 70,6% de las personas entre 18 y 22 años, así como el 37,0% de aquellas con edades entre 23 y 26, la percibieron como imprecisa. Sin embargo, el 56,9% de los mayores de 26 años consideró la noticia como cierta (ver Tabla 14).

Tabla 14

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticia 25 y rango de edad mediante tablas de contingencia.

EVALUACIÓN VERACIDAD NOTICIA 25 Y EDAD				
EVALUACIÓN VERACIDAD	Falso	Recuento	EDAD	
			18 a 22 años	23 a 26 años
	Impreciso	Recuento	52	38
		Porcentaje	28,9%	29,9%
	Cierto	Recuento	73	47
		Porcentaje	40,6%	37,0%
		Recuento	55	41
		Porcentaje	30,6%	56,9%

Nota. Elaboración propia

Por último, las siguientes tablas muestran las correlaciones significativas entre la evaluación de veracidad y el voto de los estudiantes.

En el caso de la noticia 2, correspondiente al candidato Daniel Noboa, en la que se menciona una reducción de salarios, se evidencia que el 43,2% de quienes votaron por Luisa González y el 38,1% de los votantes de Daniel Noboa consideraron la noticia como cierta. Por otro lado, el 47,8% de las personas que emitieron voto nulo la percibieron como imprecisa (ver Tabla 15).

Tabla 15

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticia 2 y voto mediante tablas de contingencia.

EVALUACIÓN VERACIDAD NOTICIA 2 Y VOTO					
		VOTO			
		Luisa G.	Daniel N.	Voto nulo	
EVALUACIÓN VERACIDAD	Falso	Recuento	25	38	31
		Porcentaje	18,9%	28,4%	27,4%
	Impreciso	Recuento	50	45	54
		Porcentaje	37,9%	33,6%	47,8%
	Cierto	Recuento	57	51	28
		Porcentaje	43,2%	38,1%	24,8%

Nota. Elaboración propia

Por otro lado, en la noticia 6, donde se menciona nuevamente una supuesta reducción de sueldos a profesores, doctores, militares y policías aprobada por Daniel Noboa, se obtuvo que el 38,6% de las personas que votaron por Luisa González percibió la noticia como cierta; mientras que el 38,1% de quienes votaron por Daniel Noboa la consideró falsa. Asimismo, el 46,9% de las personas que emitieron voto nulo calificó la noticia como imprecisa (ver Tabla 16).

Tabla 16

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticia 6 y voto mediante tablas de contingencia.

EVALUACIÓN VERACIDAD NOTICIA 6 Y VOTO				
EVALUACIÓN VERACIDAD	Falso	Recuento	VOTO	
			Luisa G.	Daniel N.
	Impreciso	Recuento	39	51
		Porcentaje	29,5%	38,1%
	Cierto	Recuento	42	48
		Porcentaje	31,8%	35,8%
	Voto nulo	Recuento	53	22
		Porcentaje	46,9%	19,5%

Nota. Elaboración propia

En la noticia 13, que muestra a Javier Milei diciendo que “a Noboa nadie lo toma en serio”, el 52,3% de los votantes de Luisa González percibió la noticia como cierta. En contraste, quienes votaron por Daniel Noboa o anularon su voto consideraron la noticia como imprecisa (37,3% y 42,5%, respectivamente) (ver Tabla 17).

Tabla 17

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticia 13 y voto mediante tablas de contingencia.

EVALUACIÓN VERACIDAD NOTICIA 13 Y VOTO				
EVALUACIÓN VERACIDAD	Falso	Recuento	VOTO	
			Luisa G.	Daniel N.
	Impreciso	Recuento	21	43
		Porcentaje	15,9%	32,1%
	Cierto	Recuento	42	50
		Porcentaje	31,8%	37,3%
	Voto nulo	Recuento	48	39
		Porcentaje	42,5%	34,5%

Nota. Elaboración propia

Por su parte, en la noticia 15, que menciona el hallazgo de panfletos y lonas de Luisa González en la cárcel Regional Guayas, el 40,9% de sus votantes percibió la noticia como falsa. Por el contrario, el 41,8% de quienes votaron por Daniel Noboa la consideró cierta, mientras que el 46,9% de las personas que emitieron voto nulo la evaluó como imprecisa (ver Tabla 18).

Tabla 18

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticia 15 y voto mediante tablas de contingencia

EVALUACIÓN VERACIDAD NOTICIA 15 Y VOTO					
EVALUACIÓN VERACIDAD	Falso	Recuento	VOTO		
			Luisa G.	Daniel N.	Voto nulo
	Porcentaje	54	43	28	
	Impreciso	Recuento	40,9%	32,1%	24,8%
	Porcentaje	46	35	53	
	Cierto	Recuento	34,8%	26,1%	46,9%
	Porcentaje	32	56	32	
	Porcentaje	24,2%	41,8%	28,3%	

Nota. Elaboración propia

En relación con la noticia 16, sobre el pedido de la Corte Nacional a la INTERPOL para informar sobre la ubicación de Rafael Correa, se observa que el 42,4% de los votantes de Luisa González percibió la noticia como falsa. A diferencia de ello, el 40,3% de los votantes de Daniel Noboa la consideró cierta. Por otro lado, el 50,4% de quienes emitieron voto nulo la calificó como imprecisa (ver Tabla 19).

Tabla 19

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticia 16 y voto mediante tablas de contingencia

EVALUACIÓN VERACIDAD NOTICIA 16 Y VOTO				
			VOTO	
			Luisa G.	Daniel N.
Falso	Recuento	56	38	25

EVALUACIÓN VERACIDAD		Porcentaje	42,4%	28,4%	22,1%
		Recuento	47	42	57
	Impreciso	Porcentaje	35,6%	31,3%	50,4%
		Recuento	29	54	31
		Porcentaje	22,0%	40,3%	27,4%
		Recuento			

Nota. Elaboración propia

En la noticia 17, donde se difunde una imagen que asegura que la candidata Luisa González consume marihuana, el 55,3% de sus votantes la percibió como falsa. En contraposición, el 37,3% de quienes votaron por Daniel Noboa la consideró cierta, mientras que el 47,8% de las personas que emitieron voto nulo la catalogó como imprecisa (ver Tabla 20).

Tabla 20

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticia 17 y voto mediante tablas de contingencia

EVALUACIÓN VERACIDAD NOTICIA 17 Y VOTO					
EVALUACIÓN VERACIDAD		VOTO			
		Luisa G.	Daniel N.	Voto nulo	
	Falso	Recuento	73	48	37
		Porcentaje	55,3%	35,8%	32,7%
	Impreciso	Recuento	31	36	54
		Porcentaje	23,5%	26,9%	47,8%
	Cierto	Recuento	28	50	22
		Porcentaje	21,2%	37,3%	19,5%

Nota. Elaboración propia

Con respecto a la noticia 19, donde se afirma que Luisa González se alía con Nicolás Maduro apostando por la "patria grande", el 42,4% de sus votantes percibió la noticia como falsa. Por el contrario, el 46,3% de quienes votaron por Daniel Noboa la consideró cierta. Por su parte, el 46,0% de quienes emitieron voto nulo calificó la noticia como imprecisa (ver Tabla 21).

Tabla 21

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticia 19 y voto mediante tablas de contingencia

EVALUACIÓN VERACIDAD NOTICIA 19 Y VOTO					
EVALUACIÓN VERACIDAD	Falso	Recuento	VOTO		
			Luisa G.	Daniel N.	Voto nulo
	Impreciso	Recuento	56	35	29
		Porcentaje	42,4%	26,1%	25,7%
	Cierto	Recuento	42	37	52
		Porcentaje	31,8%	27,6%	46,0%
		Recuento	34	62	32
		Porcentaje	25,8%	46,3%	28,3%

Nota. Elaboración propia

En cuanto a la noticia 20, referente a la circulación de un audio en el que Jan Topic supuestamente apoya la campaña de Luisa González, se evidencia que el 36,4% de sus votantes percibió la noticia como falsa. En contraste, el 44,0% de los votantes de Daniel Noboa la consideró cierta, mientras que el 54,0% de quienes anularon su voto la evaluó como imprecisa (ver Tabla 22).

Finalmente, en la noticia 21, que menciona una publicación donde Luisa González se habría referido de manera despectiva a la Sierra, se observa que el 40,9% de sus votantes percibió la noticia como falsa. A diferencia de ello, el 44,8% de quienes votaron por Daniel Noboa la consideró cierta. Por otro lado, el 50,4% de las personas que emitieron voto nulo la percibió como imprecisa (ver Tabla 23).

Tabla 22

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticia 20 y voto mediante tablas de contingencia

EVALUACIÓN VERACIDAD NOTICIA 20 Y VOTO				
		VOTO		
		Luisa G.	Daniel N.	Voto nulo
Falso	Recuento	48	29	18

EVALUACIÓN VERACIDAD		Porcentaje	36,4%	21,6%	15,9%
		Recuento	52	46	61
		Porcentaje	39,4%	34,3%	54,0%
		Recuento	32	59	34
	Cierto	Porcentaje	24,2%	44,0%	30,1%

Nota. Elaboración propia

Tabla 23

Correlación de variables: evaluación de veracidad de noticia 21 y voto mediante tablas de contingencia

EVALUACIÓN VERACIDAD NOTICIA 21 Y VOTO					
EVALUACIÓN VERACIDAD			VOTO		
			Luisa G.	Daniel N.	Voto nulo
	Falso	Recuento	54	27	21
		Porcentaje	40,9%	20,1%	18,6%
	Impreciso	Recuento	47	47	57
		Porcentaje	35,6%	35,1%	50,4%
	Cierto	Recuento	31	60	35
		Porcentaje	23,5%	44,8%	31,0%

Nota. Elaboración propia

Conclusiones

1. Sobre la evaluación descriptiva de los estudiantes (Objetivo 1):

A partir del análisis de las evaluaciones realizadas, se concluye que existe un alto nivel de incertidumbre en los estudiantes de la ULEAM frente a la desinformación electoral. Los datos indican que la categoría “IMPRECISO” fue predominante en la mayoría de los reactivos, alcanzando porcentajes significativos entre el 35% y el 43%. Esto evidencia que, más allá de creer directamente en información falsa, los estudiantes enfrentan dificultades para distinguir entre contenidos verdaderos y engañosos, lo que expone su vulnerabilidad ante los contenidos informativos y limitaciones en la práctica de verificación en la plataforma X.

No obstante, es necesario considerar que, para los estudiantes encuestados, la opción “Impreciso” podría no haber sido interpretada bajo este criterio técnico, sino que pudo funcionar psicológicamente como una alternativa intermedia equivalente a “no sé” o “no estoy seguro”. Esta situación sugiere que la alta selección de dicha categoría no solo refleja dificultades para identificar información engañosa, sino también un nivel de inseguridad cognitiva frente a los contenidos informativos difundidos en la plataforma X.

2. Sobre la concordancia con LupaMedia (Objetivo 2):

Al comparar los resultados con la verificación de expertos, se afirma que no existe coincidencia entre la percepción estudiantil y la información verificada por LupaMedia. Las pruebas estadísticas de Wilcoxon arrojaron diferencias significativas ($p < 0,001$) en la totalidad de las 26 noticias analizadas, lo que demuestra que el criterio de los estudiantes universitarios difiere de los estándares de

verificación de los periodistas expertos en *fact-checking*, marcando una brecha entre la verdad percibida por los estudiantes y la verdad validada por LupaMedia.

3. Sobre la influencia de variables sociodemográficas (Objetivo 3):

El estudio de correlación permite establecer que las variables sociodemográficas y políticas influyen de forma desigual en la evaluación de la veracidad. Por una parte, el comportamiento electoral se posiciona como el factor más influyente en la percepción de las noticias, mientras que el género muestra una incidencia más moderada y focalizada en determinados temas. Sin embargo, el rango etario se presenta como una variable con escasa significancia estadística en este contexto, ya que no evidencia correlaciones relevantes en los casos estudiados.

4. Patrones de evaluación según el Género (Objetivo 4):

Se observó un patrón de comportamiento diferenciado por género en la evaluación de noticias específicas. Los datos sugieren que el género femenino tiende a ser más categórico en sus juicios (optando con mayor frecuencia por valorar como "cierto" o "falso"), mientras que los hombres evidencian una mayor inclinación hacia el escepticismo o la duda, concentrándose en la opción "impreciso". Esto refuerza la idea de que la interpretación de la desinformación no es homogénea y podría estar condicionada por diferencias en los estilos cognitivos o en las formas de consumo informativo de ambos géneros.

5. Patrones de evaluación según la Edad (Objetivo 4):

En este caso, la edad no constituye un elemento determinante para detectar noticias falsas, con excepción de un caso específico (la noticia 25, sobre rayar la papeleta para evitar fraude). No se encontraron diferencias relevantes entre los estudiantes más jóvenes y los mayores, lo que evidencia que la vulnerabilidad ante la

desinformación en redes sociales es generalizada en la población universitaria, sin estar necesariamente relacionada con la edad en el grupo estudiado.

6. Patrones de evaluación según el Voto (Objetivo 4):

Finalmente, se confirma la existencia de un marcado sesgo de confirmación relacionado con la preferencia política. El estudio evidencia una tendencia a calificar como “ciertas” aquellas noticias que favorecían a su candidato o perjudicaban al adversario, aunque fueran falsas. De igual manera, se identificó que quienes anulaban su voto presentaron sistemáticamente los niveles más altos en la opción “impreciso”, lo que sugiere una relación entre la desinformación y la falta de definición política.

Referencias

- Abuín-Penas, J., Fernández-Medina, F., & Corbacho-Valencia, J.-M. (2024). Media literacy against disinformation: the vision of South American fact-checkers. *Alfabetización mediática contra la desinformación: la visión de los fact-checkers de América del Sur*. In *Observatorio (OBS*) Journal*. <http://obs.obercom.pt>.
- Aldas Zambrano, C. (2025). El efecto de la desinformación en la toma de decisiones durante procesos electorales. *ECiencia*, 2(12), 163–179. <https://doi.org/10.71022/7vrhwt16>
- Amado Suárez, A. (2022). Politización de la desinformación en contextos de información devaluada. El caso Latinoamérica. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, 4(17). <https://doi.org/10.15304/ricd.4.17.8793>
- Antunish Cárdenas, A. (2021). Periodismo digital y emprendimiento en pandemia. *#PerDebate*, 5(1), 288–307. <https://doi.org/10.18272/pd.v5i1.2327>
- Arteaga-Alcívar, Y. (2025). Efectos de la desinformación en la polarización política digital Effects of misinformation on digital political polarization Artículo Original. *Revista Académica Científica*, 6.
- Bagyaratnam, A. (15 de 11 de 2025). *TweetDelete*. Obtenido de TweetDelete sitio web: <https://tweetdelete.net/es/recursos/twitter-in-politics/>
- Benavides Vásquez Wilson. (2023). Ecuador: La incidencia de tiktok y fake news en los procesos electorales comprendidos entre el período 2021 – 2023. *Justicia Electoral y Democracia*, 7.
- Berrocal-Gonzalo, S., Waisbord, S., & Gómez-García, S. (2023). Political polarization and media, their impact on democracy and society. In *Profesional de la Información* (Vol. 32, Number 6). El Profesional de la Información. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.22>
- Blanco-Alfonso, I., Rodríguez-Fernández, L., & Arce-García, S. (2022). Polarization and hate speech with gender bias associated with politics: analysis of interactions on Twitter. *Revista de Comunicación*, 21(2), 33–50. <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A2>
- Brandtzaeg, P. B., Følstad, A., & Chaparro Domínguez, M. Á. (2017). How Journalists and Social Media Users Perceive Online Fact-Checking and Verification Services. *Journalism Practice*, 12(9), 1109–1129. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1363657>
- Byung-Chul, H. (2021). *Infocracia, la digitalización y la crisis de la democracia*.
- Camacho de Báez, B. (2008). *Metodología de la Investigación Científica* (Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Ed.). 2008.
- Cazzamatta, R., & Santos, A. (2023). Checking verifications during the 2022 Brazilian run-off election: How fact-checking organizations exposed falsehoods and contributed to the accuracy of the public debate. *Journalism*, 2022–2043. <https://doi.org/10.1177/14648849231196080>
- Durán, M. B., & Tusa, F. (2019). La era de la desinformación y de las noticias falsas en el ambiente político ecuatoriano de transición. *#PerDebate*, 3. <https://doi.org/10.18272/pd.v3i1.1550>
- García-Guerrero, J. E. (2019). Social Networks and political interest. *Icono14*, 17(2), 231–253. <https://doi.org/10.7195/ri14.v17i2.1308>
- García-Marín, D., Rubio-Jordán, A. V., & Salvat-Martinrey, G. (2023). Checking the fact-checker. Political verification practices and partisan biases in Newtral

- (Spain). *Revista de Comunicacion*, 22(2), 207–223.
<https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3184>
- Gómez Calderón, B., Córdoba-Cabús, A., & López-Martín, Á. (2023). Fake news and its perception among Young Spaniards: the influence of socio-demographic factors. *Doxa Comunicacion*, 36(36), 19–42.
<https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1741>
- González-List, V. (2025). La participación política en Twitter. Nadie estudia a los deshilvanados. *Universitas*, (36), 43–69.
<https://doi.org/10.17163/uni.n36.2022.02>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri LIBRO* (Sexta).
- Hoyos-Simbaña, D. P., Lara-Aguilar, J. A., & Mila-Maldonado, J. A. (2022). *Desinformación y fact-checking en Ecuador. Análisis del rol informativo de la cuenta @ecuadorverifica en torno a las elecciones presidenciales del 2021*. 73–90.
- Jurado Nacional de Elecciones. (2024). *Desinformación electoral en América Latina*.
- Lamuedra-Graván, M., & Ballesteros-Aguayo, L. (2023). Fact-checking against disinformation: learning to reframe in the classroom and in journalistic writing. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 29(4), 905–917.
<https://doi.org/10.5209/esmp.88092>
- Lee, E. J., & Jang, J. woo. (2023). How Political Identity and Misinformation Priming Affect Truth Judgments and Sharing Intention of Partisan News. *Digital Journalism*, 11(1), 226–245.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2163413>
- Magallón-Rosa, R. (2022). De las fake news a la polarización digital. Una década de hibridación de desinformación y propaganda. *Más Poder Local*, 50(50), 49–65.
<https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.120>
- Pino Uribe, J. F., Gómez Céspedes, L. M., & Lombana Bermúdez, A. (2023). Tuiteando la democracia ¿el poder de 280 caracteres?: desafíos y oportunidades de Twitter (X) para el Estado Abierto. *Reflexión Política*, 25(52), 23–38.
<https://doi.org/10.29375/01240781.4741>
- Punín, M. I., Martínez, A., & Rencoret, N. (2014). Digital media in ecuadorfuture perspectives. *Comunicar*, 21(42), 199–207. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-20>
- Rivas-de-Roca, R., Morais, R., & Jerónimo, P. (2022). Comunicación y desinformación en elecciones: tendencias de investigación en España y Portugal. *Universitas*, (36), 71–94. <https://doi.org/10.17163/uni.n36.2022.03>
- Ruz, S. (05 de 02 de 2025). *Psicología y Mente*. Obtenido de Psicología y Mente sitio web: <https://psicologiaymente.com/social/este-rasgo-psicologico-nos-hace-mas-vulnerables-a-las-fake-news>
- Salcedo Pinela, A. V. (2024). El papel de la alfabetización mediática en la verificación de noticias virales: Revisión sistemática de la literatura entre 2020 - 2024. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5), 10088–10100.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.14399
- Selnes, F. N. (2024). Fake news on social media: Understanding teens' (Dis)engagement with news. *Media, Culture and Society*, 46(2), 376–392.
<https://doi.org/10.1177/01634437231198447>

- Suing, A., & Suárez-Villegas, J.-C. (2024). Profile, Incidence, and Perspectives of Disinformation among Ecuadorians. *Journalism and Media*, 5(3), 993–1006. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5030063>
- Teruel-Rodríguez, L. (2023). Increasing political polarization with disinformation: A comparative analysis of the European quality press. *Profesional de La Informacion*, 32(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.12>
- Ufarte Ruíz, M. J., & Murcia Verdú, F. J. (2018). The fact checking: in search of a new sustainable business model for journalism. Miniver as a study case. *MHCJ* nº, 9(2), 511–534. <https://doi.org/10.21134/mhcj>
- Veiga, J., Cabo, D. E., De, E., Fuente Díez, L. A., & Zimmermann Verdejo, M. (2008). Modelos de estudios en investigación aplicada: conceptos y criterios para el diseño. In *Med Segur Trab* (Vol. 210).
- Yu, R. P. (2024). Divides in News Verification: Antecedents and Political Outcomes of News Verification by Age. *Digital Journalism*. <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2314582>

Anexos

Anexo1. Muestra de noticias utilizadas en la investigación

NOTICIA 1 – COMPLETAMENTE FALSO



NOTICIA 2 – COMPLETAMENTE FALSO



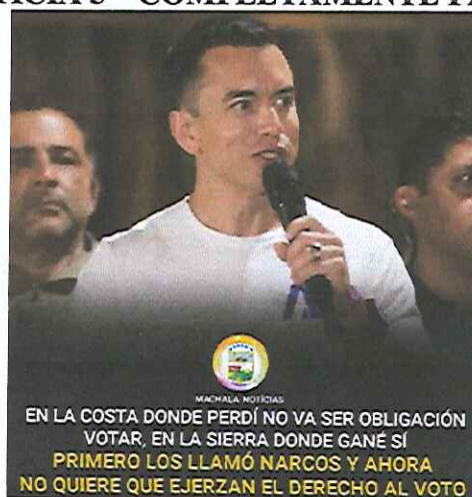
NOTICIA 3 – COMPLETAMENTE FALSO



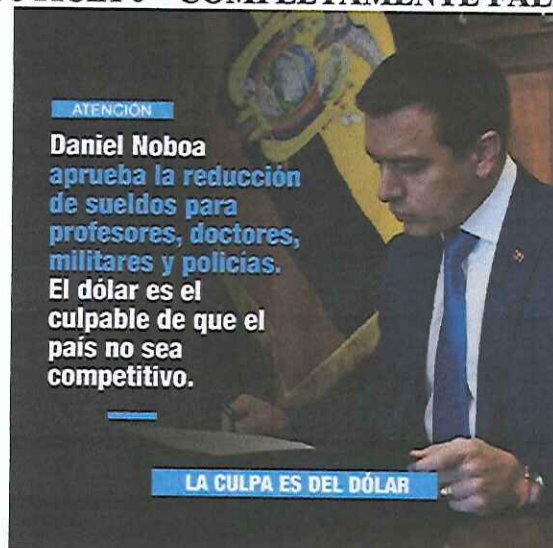
NOTICIA 4 – MAYORMENTE FALSO



NOTICIA 5 – COMPLETAMENTE FALSO



NOTICIA 6 – COMPLETAMENTE FALSO



NOTICIA 7 – MAYORMENTE FALSO



Revista Vistazo
@revistavistazo

Seguir

#ACTUALIDAD | Nexos políticos en el CNE pueden afectar transparencia de las próximas elecciones. Así lo dice el vicepresidente del organismo, Enrique Pita.
bit.ly/2BHOMM9



NOTICIA 8 – COMPLETAMENTE FALSO



NOTICIA 9 – COMPLETAMENTE FALSO

Débere 71ox
@Débere71ox

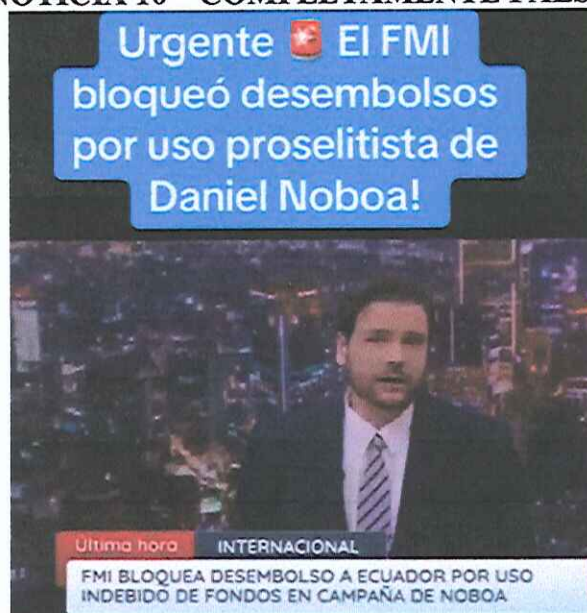
Y qué pasó? Amaba al mentiroso 🍷 y ahora con ventilador cuenta las intimidades...



9:58 p. m. · 25 mar. 2025 · 57 mil Visualizaciones

102 903 1 mil 40

NOTICIA 10 – COMPLETAMENTE FALSO



NOTICIA 11 – COMPLETAMENTE FALSO

DEA confirma que Noboa Trading, empresa del presidente de Ecuador, opera con el narcotráfico

Venezuela News 1 de abril de 2025

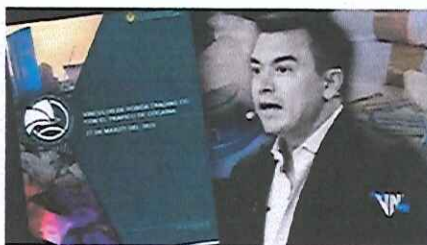


Foto: composición Venezuela News

NOTICIA 12 – COMPLETAMENTE FALSO



NOTICIA 13 – COMPLETAMENTE FALSO



NOTICIA 14 – COMPLETAMENTE FALSO



NOTICIA 15 – COMPLETAMENTE FALSO



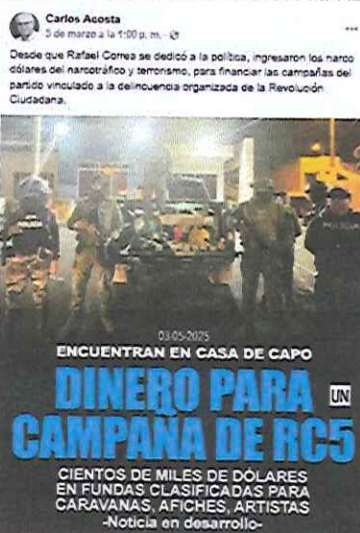
NOTICIA 16 – MAYORMENTE FALSO



NOTICIA 17 – COMPLETAMENTE



NOTICIA 18 – COMPLETAMENTE FALSO



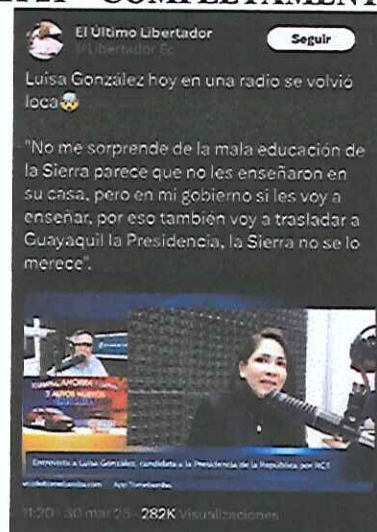
NOTICIA 19 – COMPLETAMENTE FALSO



NOTICIA 20 – COMPLETAMENTE FALSO



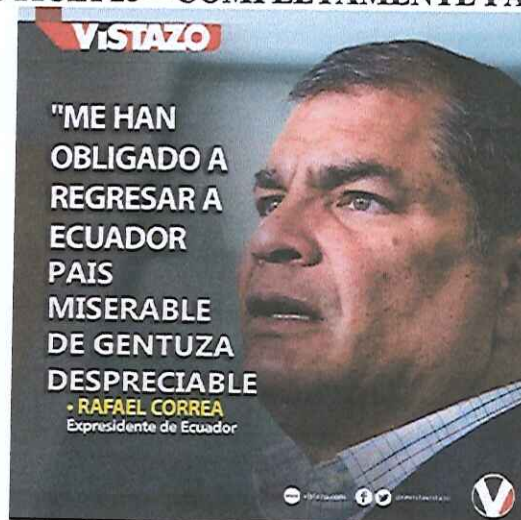
NOTICIA 21 – COMPLETAMENTE FALSO



NOTICIA 22 – MAYORMENTE FALSO



NOTICIA 23 – COMPLETAMENTE FALSO



NOTICIA 24 – COMPLETAMENTE FALSO



Jombriel
10 min · 🌐

... ✕

Me quedo donde me traten como un artista y no como un titere ❤️ 🇪🇨



Luisa González
20 min · 🌐



NOTICIA 25 – COMPLETAMENTE FALSO**NOTICIA 26 – COMPLETAMENTE FALSO**