



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL**

CARRERA DE COMPUTACIÓN

**“ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LA
REALIDAD EN EL CONTEXTO DE USO DE REDES SOCIALES”**

Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de
Ingeniero en Ciencias de la Computación

AUTOR: WELLINGTON VICENTE RODRÍGUEZ BRIONES.

TUTOR: GALO VALVERDE LANDÍVAR.

Guayaquil – Ecuador

2024

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Yo, Wellington Vicente Rodríguez Briones con documento de identificación n° 0932034101 expreso que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 15 de febrero del año 2024.

Atentamente,



Wellington Rodríguez Briones
C.I. 0932034101.

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Wellington Vicente Rodriguez Briones con documento de identificación n° 0932034101, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy el autor del Artículo académico: “Análisis de Percepción de la Inteligencia Artificial y la realidad en el contexto de uso de Redes Sociales”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniero en Computación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 15 de febrero del 2024.

Atentamente,



Wellington Rodriguez Briones
C.I. 0932034101.

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Galo Valverde Landívar con documento de identificación N° 0912511532, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: “Análisis de Percepción de la Inteligencia Artificial y la realidad en el contexto de uso de Redes Sociales”, realizado por WELLINGTON VICENTE RODRIGUEZ BRIONES con documento de identificación N° 0932034101, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 15 de febrero del año 2024.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Galo Valverde Landívar' with a stylized flourish below it.

Galo Valverde Landívar
C.I. 0912511532.

DEDICATORIA

El resultado de este trabajo se lo dedico a toda mi familia. Principalmente, a mis padres que en todo momento me apoyaron, me contuvieron en los momentos malos y en los menos malos; pero sobre todo porque nunca perdieron la fe en mí. Gracias por enseñarme a afrontar las dificultades sin perder nunca la cabeza ni morir en el intento, porque no hay peor cosa para el ser humano que aceptar un no sin haber alcanzado el sí definitivo.

Es gracias a ellos que soy la persona de hoy, mis principios, mis valores, mi perseverancia y mi empeño, todo se lo debo a ustedes, Celsa & Vicente. Todo lo que me han dado, es una dosis de amor puro y sincero, sin pedir nada a cambio.

También quiero dedicarles este trabajo a mis hermanas María José y Gabriela Rodríguez Briones. En especial a Gaby porque con tu paciencia, tu comprensión, tu empeño, fortaleza, pero sobre todo por apoyarme en la consecución de este trabajo; porque muy aparte de ser mi hermana, me convertí en tu alumno, y por eso te quiero.

También, quiero dedicarles este trabajo a mis sobrinos Víctor Gabriel y Misael Vicente Mendoza Rodríguez. Sin duda ellos son lo mejor que me ha pasado, llegando en el momento justo para darme el último empujón que me faltaba para terminar el proyecto. Queridos sobrinos, que este sea un ejemplo para que ustedes, nunca desfallezcan y logren sus objetivos.

Wellington Vicente Rodríguez Briones.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Politécnica Salesiana, cuna profesional de mi hermana Gabriela Elizabeth Rodríguez Briones, siendo una institución que, por su invaluable apoyo en mi formación académica, ha logrado el mayor de los reconocimientos en la educación superior a nivel nacional e internacional. De igual manera, celebro el profesionalismo y conocimiento de mi tutor, profesores y demás personal que de una u otra manera siempre me han guiado durante mi formación. Agradezco a mis amigos y compañeros por las risas y el apoyo durante el curso de la carrera.

Por último, pero siempre en primer lugar, extiendo palabras de gratitud a Dios y mis padres, a quienes les deseo una larga vida para disfrutar de la cosecha que has sembrado en mi educación.

Wellington Vicente Rodríguez Briones.

RESUMEN

Al hablar de inteligencia artificial (IA) se piensa son robots, tecnología, computadoras, etc. Sin embargo, abordar este tema despliega un sin número de escenarios desde lo teórico a lo práctico. La inteligencia artificial, por tanto, ha elevado tanto la eficiencia como la exactitud en la generación de contenido para plataformas de redes sociales. Los algoritmos de IA son capaces de examinar enormes conjuntos de datos en tiempo real y producir contenido adaptado a estos datos y a las preferencias de la audiencia. Al analizar la percepción de la inteligencia artificial y la realidad en el contexto de uso de Redes Sociales, se determina cuáles son las aplicaciones que utilizan inteligencia artificial, bajo la aplicación de herramientas de medición, a fin de conocer el grado de sensibilidad de los consumidores de internet entre la realidad y la virtualidad. Al integrar el análisis de percepción de la IA en las redes sociales, se abre la puerta a una experiencia más auténtica y relevante, promoviendo la construcción de comunidades en línea saludables y seguras. La combinación de la inteligencia artificial y la realidad en este contexto impulsa una interacción más informada y positiva, para el crecimiento y la sostenibilidad de las plataformas sociales. Los resultados de la encuesta demostraron que el 80% de los encuestados ha utilizado con frecuencia las redes sociales a diferencia de los últimos cinco años. El 90.1% ha notado cambios significativos, por otra parte, el 79% ha manifestado que existe un notable cambio en la interacción con las marcas y la realización de compras en las redes sociales. Las plataformas no solo permiten la relación conectar personas, ya hoy es un activo de personas, y negocios. Finalmente, es claro que el usuario de redes sociales se transforma en un creador y difusor de información, en niveles que antes eran inimaginables para los medios de comunicación convencionales. Este fenómeno se acentúa aún más al observar las cifras que las redes sociales manejan en términos de flujo de información por minuto que circula a través de ellas.

Palabras claves: Inteligencia artificial, realidad, desinformación, redes sociales, plataformas, análisis de percepción, comportamiento del usuario.

ABSTRACT

When talking about artificial intelligence (AI), we think of robots, technology, computers, etc. However, addressing this topic unfolds countless scenarios from the theoretical to the practical. Artificial intelligence, therefore, has raised both the efficiency and accuracy in generating content for social media platforms. AI algorithms are capable of examining huge sets of data in real time and producing content tailored to this data and audience preferences. Analyzing the perception of artificial intelligence and reality in the context of the use of Social Networks, with the main objective of determining which applications use artificial intelligence, under the application of measurement tools, in order to know the degree of sensitivity of Internet consumers between reality and virtuality. By integrating AI perception analysis into social media, it opens the door to a more authentic and relevant experience, promoting the building of healthy and safe online communities. The combination of artificial intelligence and reality in this context drives a more informed and positive interaction, for the growth and sustainability of social platforms. The survey results showed that 80% of respondents have frequently used social networks unlike the last five years. 90.1% have noticed significant changes, on the other hand, 79% have stated that there is a notable change in the interaction with brands and making purchases on social networks. It is demonstrated that platforms not only allow relationships to connect people, today they are an asset for people and businesses. Finally, it is clear that the user of social networks becomes a creator and disseminator of information, at levels that were previously unimaginable for conventional media. This phenomenon is even more accentuated when observing the figures that social networks manage in terms of flow of information per minute that circulates through them.

Keywords: Artificial intelligence, reality, misinformation, social networks, platforms, perception, analysis, user behavior.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	10
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	12
2.1. Inteligencia Artificial.....	12
2.2. La IA y el impacto en la sociedad	12
2.3. LA IA y su impacto en el comportamiento	13
2.4. La aplicación de la IA en la Comunicación.....	13
2.5. La IA mito o realidad	14
2.6. Realidad y percepción en las redes sociales	14
2.7. Percepción de la IA en el marco de la educación	15
2.8. La Desinformación de las redes sociales a la inteligencia artificial	17
2.9. La otra cara de las redes sociales.....	18
2.10. Las redes sociales en el comportamiento humano	18
2.11. Los dispositivos móviles	19
2.12. Características de los Sistemas operativos móviles	19
2.13. Tipos de dispositivos móviles	20
2.14. Aplicaciones móviles	20
2.15. Las aplicaciones móviles como medios de difusión	20
2.16. La función de la inteligencia artificial en los dispositivos móviles	20
2.17. Funciones de IA en los dispositivos móviles	21
2.18. Marco Legal	21
2.19. Trabajos relacionados.....	22
3. METODOLOGÍA.....	24
4. RESULTADOS	25
5. DISCUSIÓN.....	37
6. CONCLUSIONES.....	37
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40
8. ANEXO 1	43

1. INTRODUCCIÓN

La inteligencia artificial (IA) de acuerdo con Sadiku, Tolulope, Ajayi, & M. Musa, (2021) Es una disciplina de la informática que se centra en la capacidad de las máquinas para emular el comportamiento inteligente humano, con el potencial de abordar desafíos sociales significativos. Las plataformas contemporáneas de interacción en línea, como Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest y YouTube, son ejemplos de redes sociales modernas. La inteligencia artificial (IA) juega un papel esencial en el funcionamiento de estas redes, experimentando un crecimiento sin precedentes y generando transformaciones continuas. Este artículo explora diversas herramientas de IA y su influencia en las empresas dedicadas a las redes sociales.

De igual manera, Reouane & Dakouan (2020) expresaron que, en el ámbito de las redes sociales, el desafío actual no radica en la carencia de conocimientos o destrezas para crear campañas personalizadas, sino en la limitación de tiempo. Con la diversidad de métodos disponibles para recopilar extensos datos de clientes, resulta imposible que una persona capture, analice la información y configure campañas de marketing automatizadas para cada individuo. La solución a este problema es la inteligencia artificial, la cual se enfoca en aprovechar los datos del cliente y emplear el aprendizaje automático en estrategias de marketing para prever las acciones futuras de los clientes. Esto se traduce en la mejora de su experiencia mediante la personalización del contenido y la automatización.

La investigación tuvo como finalidad esclarecer de manera detallada el funcionamiento de la inteligencia artificial en las redes sociales, buscando garantizar una automatización óptima en el ámbito del marketing.

Con estos antecedentes, realizar un análisis a la inteligencia artificial (IA) en el ámbito de las redes sociales es de vital importancia en la actualidad. La IA no solo posibilita la personalización efectiva de experiencias para los usuarios, sino que también impulsa la eficiencia en estrategias de marketing al automatizar procesos. Además, permite analizar grandes volúmenes de datos de manera avanzada, proporcionando insights cruciales para la toma de decisiones informada. La detección de tendencias emergentes, la gestión optimizada de contenidos, y la mejora en la interacción social son aspectos clave que la IA aporta a las redes sociales.

Su capacidad para prevenir fraudes y fortalecer la seguridad, así como para aumentar la eficiencia operativa, destacan su papel crucial en la evolución tecnológica de las plataformas sociales. En última instancia, el estudio de la IA en redes sociales no solo es un componente esencial para la adaptación continua, sino que también fomenta la innovación al explorar nuevas formas de aprovechar la tecnología para mejorar la conectividad y la experiencia social en línea.

Se ha dicho que la tecnología es un fenómeno imparable que poco a poco ha cambiado la historia de la humanidad. Hoy en día la aplicación de la inteligencia artificial en el diario vivir no es algo del futuro, es un escenario apreciable en la actualidad. La revolución de esta herramienta está ligada al aprendizaje automático o en función de las tecnologías; recursos que son capaces de facilitar la vida en distintos niveles, pero también representan muchos riesgos. Estos riesgos por lo general pueden desencadenar en accidentes, mal uso de la información, etc. Los sistemas de inteligencia artificial a veces funcionan mal. No obstante, los daños que pueden ocasionar son limitados, aunque ya se ha presentado accidentes fatales por ejemplo con los vehículos autónomos.

Expertos y compañías peritos en este tema han dado alertas de la filtración de datos, manipulación de información que podrían afectar el bienestar de las personas, entre otros aspectos. Es necesario por eso, la realización de un Análisis de Percepción de la Inteligencia Artificial y la realidad en el contexto de uso de Redes Sociales.

Finalmente, el tema de investigación posee un alto potencial en materia de IA porque al abordar este problema, se puede contribuir en diversas áreas. Los hallazgos pueden ser importantes para futuros estudios y para los educadores que se desempeñan en áreas similares. Aproximadamente, el 29% de la población internauta considera interesante el uso de la IA como elemento de prescripción de compra y consumo de contenidos digitales. Aunque el porcentaje es uno de los más bajo entre todos los elementos de desarrollo de IA analizados en algunos estudios, se demuestra el posible grado de aceptación y uso de esta tecnología.

Por ejemplo, en el sector automotriz en general, el 67% de los encuestados estuvieron de acuerdo a la hora de afirmar la incorporación de la IA en los automóviles, suponiendo que no representa un peligro ni para los ocupantes del vehículo ni para el resto de vehículos o viandantes, como dato considerado para la implantación de estos sistemas que conlleva un nivel de peligrosidad medio o bajo (ONTSI, 2021).

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Inteligencia Artificial

Para González (2019) la visión de la realidad queda restringida cuando se piensa en el universo de esquemas, máquinas, que cuando se identifica la conciencia con los objetos, creando una ficción la cual genera una imagen restrictiva de lo que sucede alrededor del ser humano.

La inteligencia artificial (IA) es un concepto relacionado con la actualidad y la cotidianidad. Es la descripción de eventos que se comparten diariamente bajo elementos, tecnologías, productos, servicios los cuales están dotados de este recurso y en donde su desarrollo y avance ocupando todo tipo de escenarios (Muñoz, 2021).

Establecer una definición de la IA conlleva a un amplio esquema, debido a que el concepto del vocablo per se (inteligencia) no es cien por ciento preciso. Por lo tanto, la IA genera notables consecuencias en el ámbito social, económico, educativo, legal, etc. mismo que aumentará con el paso del tiempo (INCyTU Oficina de Información Científica y Tecnológica para el Congreso de la Unión, 2018).

2.2. La IA y el impacto en la sociedad

La inteligencia artificial (IA) es una expresión que hace referencia a artefactos empleados que permiten llevar a cabo acciones en respuesta a contextos detectados. La capacidad del ser humano para construir estos artefactos ha ido creciendo y, con ello, el impacto que estos a su vez generan en la sociedad. Los cambios sociales y económicos ocasionados por el uso de la IA particularmente, ha transcurrido desde el nacimiento de los teléfonos inteligentes (2007), equipos que contribuyen de manera sustancial al diario vivir. Son muchos los desafíos políticos, económicos y personales que esperan a la humanidad en el futuro inmediato con

políticas regulatorias. De forma general, la IA no es una tecnología tan inusual como se esperaba, por esa razón los desafíos que plantea pueden ser más apremiantes de lo que parece. En contexto, la identidad y la autonomía de los individuos como de los países están constantemente amenazados por el considerable acceso al conocimiento e información (Bryson J., 2022).

2.3. LA IA y su impacto en el comportamiento

La investigación de Fernández & Esteves (2022), tuvo como objetivo conocer el impacto de la Inteligencia Artificial (IA) la cual ha tenido un importante avance a partir de la primera década de este siglo con la implementación de nuevos desarrollos, en el marco del proceso de transformación digital. La IA ha llegado a los más diversos ámbitos y su impacto crucial en el uso de las tecnologías y el comportamiento informacional ha sido excepcional. Los principales resultados de la IA afectan el comportamiento informacional de los individuos en varios niveles, entre ellos, las formas y modos de buscar, procesar y compartir información, la actitud crítica frente a la misma, las capacidades cognitivas de los individuos. Mediante el estudio se estableció la necesidad de la investigación y reflexión continua, con un enfoque crítico y constructivo sobre los continuos avances de la IA y sus efectos, hoy y en el futuro, así también en las competencias informacionales y en los profundos cambios sociales que necesariamente afectan al comportamiento informacional.

Por lo que, la originalidad radica de este tema posee una visión general del impacto de la IA en el comportamiento informacional, aspecto que contribuye en futuros temas de discusión y debate de forma científica en materia de Ciencias de la Información y Documentación.

2.4. La aplicación de la IA en la Comunicación

Túnez, Ufarte, & Mazza (2022), expresaron que el periodismo artificial es una realidad emergente poco estudiada cuyo perfil y actividad de los periodistas y de las empresas ha cambiado de forma constante; pues la supervivencia dependerá de su capacidad para incorporar las tecnologías inteligentes a sus productos, servicios, procesos y modus operandi. Bajo este escenario de cambios acelerados, el desarrollo de la inteligencia artificial y su impacto en el ámbito periodístico ha generado una

preocupación global, debido a que la investigación y la divulgación desde la academia, en colaboración con diferentes medios y proyectos, resulta un tema bastante decisivo.

2.5. La IA mito o realidad

De acuerdo con Ganascia (2018) aquellos productos que utilizan técnicas de IA superan muchas veces las capacidades humanas. En el año 1997 una máquina venció al campeón mundial de ajedrez y, más recientemente, en el 2016, otras derrotaron a uno de los mejores jugadores del mundo al juego del Go y a excelentes jugadores de póker. Los ordenadores permiten demostrar teoremas matemáticos; algunos automáticamente, donde los conocimientos surgen a partir de cantidades inmensas de datos, cuyo volumen se mide en terabytes, bytes e incluso en petabytes donde se utilizan técnicas de aprendizaje automático. Con la IA, las dimensiones de la inteligencia, exceptuando el humor, son objeto de análisis y de reconstrucciones racionales con ordenadores, porque incluso las máquinas traspasan aquellas facultades cognitivas lo cual despierta temores de riesgos de carácter ético. En definitiva, las máquinas no tienen autonomía moral, puesto que, si bien podrían despistarnos o confundirnos en el momento de actuar, no poseen voluntad propia pues permanecen al servicio de los objetivos que se les ha fijado.

2.6. Realidad y percepción en las redes sociales

Las Redes Sociales se caracterizan porque son herramientas para mostrar la realidad, o al menos aquellos intereses que se pretende mostrar. En lo que respecta a la realidad en ocasiones se ha generado contenido que pone en tela de duda que realmente haya ocurrido o lo que nuestras mentes quieren percibir. Hoy en día con diversas técnicas se puede medir el trabajo o rendimiento de las Redes Sociales; pero abre la brecha sobre determinar el desempeño en nuestra sociedad. Bajo esta premisa, queda la duda sobre si las herramientas colaborativas de medición, muestran datos reales o en su efecto si acaso como consumidores se tiene la capacidad de diferenciar la realidad, las fake news y la desinformación. La viralización, es un tema boom del que se escucha a diario; sin embargo, la responsabilidad del contenido debe ser compartida entre las compañías de estos aplicativos y los Gobiernos, donde se pueda generar el balance armónico entre filtrar, censurar y libre expresión. Estudios han demostrado que los Gobiernos pueden legislar los contenidos de Internet, un

ejemplo es Alemania donde se cobra multas de 57 millones de dólares a aquellas compañías que no puedan borrar, en 24 h, algún comentario ilegal, racista o difamatorio. Existen además técnicas de censura de países no democráticos, pero, al menos donde se elige a los gobernantes, estos privilegian dictar leyes para que las compañías muevan el contenido antes que bloquear todo el material. Por lo general, sobre videos de contenido sensible se han generado excusas basadas en la calificación de “nadie ha reportado,” lo cual evidencia un endoso total a la responsabilidad de los usuarios mas no de quien cuelga en red esa información (Sánchez, 2022).

2.7. Percepción de la IA en el marco de la educación

De acuerdo con Tuomi (2018) al hablar de Inteligencia Artificial existen muchas definiciones diferentes. Para medios de comunicación como periódicos, la Inteligencia Artificial es una máquina que piensa, entiende diferentes idiomas, resuelve problemas, diagnostica afecciones médicas, conduce coches, juega al ajedrez entre otras actividades. La Inteligencia Artificial se define como un sistema informático con la capacidad de realizar tareas asociadas con seres inteligentes, generalmente el hombre. La IA se considera como una disciplina científica, derivada de la Computación donde el ejercicio principal es crear máquinas que puedan funcionar de manera adecuada y teniendo en cuenta su entorno. El primer concepto de IA sugirió en una propuesta de financiación a la Fundación Rockefeller en 1955, basada en la "conjetura de que cada aspecto del aprendizaje o cualquier otra característica de la inteligencia, en principio, se puede describir con tanta precisión que se puede crear una máquina para simularla. Es claro que la Inteligencia Artificial es una potencia que posee en gran medida la disponibilidad de leer, detectar, analizar etc. grandes cantidades de datos. Un desafío importante es la integración de conjuntos de datos tan grandes que se requieran para el desarrollo y uso de sistemas basados en Inteligencia Artificial en escenarios de economía, política, entre otros.

De lo anterior, para García Peñalvo (2023) el 2022 fue el año con más innovaciones tecnológicas acaparando la atención de medios de comunicación tradicionales y los medios digitales. Uno de estos avances es ChatGPT. Se ha dicho que la inteligencia artificial ya venía ocupando un marcado lugar en diversas noticias, este fenómeno y reacciones desde su lanzamiento, fueron influidas por su facilidad de acceso y uso,

despertando el entusiasmo de los innovadores. Son muchas las aplicaciones de esta herramienta, donde el mayor debate está centrado en las implicaciones en la Educación y en la Academia, por su potencia para generar textos que perfectamente podrían pasar por creaciones hechas por humanos. Hoy por hoy, la educación está a merced de una tecnología que ha pasado de ser una herramienta de juguete a presentar su candidatura a convertirse en una innovación disruptiva. Negar o prohibir no servirá absolutamente de nada para parar el efecto tsunami que ya ha comenzado. Por lo que lo primordial es entender estas tecnologías basadas en modelos de lenguaje y conocer tanto sus beneficios, así como sus puntos débiles, además de lo que realmente suponen para un sector de actividad específico, como puede ser la Educación. Después evaluar las condiciones de utilizar (o no) y el grado de prevención de sus posibles efectos perniciosos que poco a poco ha cambia aquellos procesos que sin duda han sido arraigados y que, por tanto, obliguen a salir de la zona de confort de lo tradicional.

La IA en el marco de la Educación tiene mucho que aportar para avanzar hacia una disrupción digital del sistema educativo, que se percibe cercana en un contexto generalizado de transformación digital de las instituciones educativas y de la sociedad donde las aplicaciones inteligentes de generación de contenidos abren un nuevo espectro de posibilidades educativas gracias a asistentes virtuales con un amplio abanico de posibilidades que aún no se han empezado más que a intuir. Ignorar o prohibir aplicaciones como ChatGPT no sería el camino, más bien lo ideal es capacitar a la planta docente como al estudiantado para un uso correcto, con ética y primando el pensamiento crítico, aspecto que sin duda alguna ha generado debates en diversos criterios académicos.

Consecuentemente es claro que los nuevos retos de la sociedad de la información demandan de las instituciones sobre todo de educación superior, un severo cambio en cuanto a cánones de formación. Los formatos basados en inteligencia artificial prometen una muy sustancial mejorar en el sistema educativo para todos los diversos niveles, donde evidentemente se han dado resultados sin precedentes. El gran desafío de las universidades estriba en la urgente necesidad de planificar, diseñar, desarrollar e implementar competencias digitales donde se forme a los mejores profesionales capaces de entender y desarrollar el entorno tecnológico en función a sus

necesidades, así como implementar la universalización de un lenguaje digital sustentado en programas desarrollados bajo formatos de inteligencia artificial. Aunque existan un sin número de plataformas y tendencias que auguran un implacable futuro en el desarrollo de la IA con atractivos recursos, es oportuna la implementación e inversión de la IA en América Latina, ya que las tecnologías son elementos claves que permitirán solucionar y crecer a largo plazo, catalizando aspectos importantes como competitividad y productividad hacia una transición potencial en un mercado global e imponente desde lo profesional hacia lo empresarial.

Para cerrar este escenario desde lo educativo, Sandoval (2018) explicó que son muchas las investigaciones enfocadas en la evaluación del impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) sobre el aprendizaje de los estudiantes en el marco de la globalización, la automatización de procesos y el auge de la Inteligencia Artificial. El estudio describe los aportes de la psicología cognitiva en la comprensión de la revolución digital que enfrenta la escuela. La importancia de dar un salto desde el aprendizaje analógico a la digital, parte desde la exigencia de los educadores en el desarrollo de competencias y destrezas que sean coherentes con los intereses y habilidades al alumnado, avanzando en la transformación digital de la institución escolar. Por ello, la renovación en forma y manifestaciones en las que se aborda el aprendizaje, las prácticas pedagógicas y el auge de la IA, deben generar un impacto coherente en función de las necesidades, intereses y talentos del alumnado, es claro que los avances y conocimientos alcanzados enriquecen la existencia y valoración del mundo en que se vive, haciendo posible la construcción de una sociedad más justa, democrática e integrada.

2.8. La Desinformación de las redes sociales a la inteligencia artificial

Desde el año 2016, surgieron investigaciones sobre la desinformación y los efectos en la sociedad los cuales han sido muy numerosos. Las temáticas son repetitivas, donde en su mayoría el patrón es la propagación. Los resultados establecieron cinco grandes ejes temáticos sobre desinformación en el marco iberoamericano en lengua española, entre los cuales destaca la sobreabundancia de estudios sobre redes sociales y noticias falsas; la gran respuesta a la desinformación es la verificación de hechos, sin gran refinamiento metodológico; los trabajos que pretenden llenar un hueco del

conocimiento con un notable déficit teórico; investigaciones centradas en partidos políticos y líderes de extrema derecha; y, finalmente, la desinformación ligada a la automatización o a la inteligencia artificial sobre todo en épocas de contiendas electorales (López, Mila, & Ribeiro, 2023).

2.9. La otra cara de las redes sociales

Las redes sociales nacieron a mediados de los 2000's, herramientas que han evolucionado a un grado que, bajo una serie de sistemas complejos de algoritmos e inteligencia artificial, memorizan el comportamiento en Internet de los usuarios y predicen cuáles serán los movimientos futuros con precisión que se podría definir como milimétrica. Las Redes Sociales minan datos personales y el comportamiento de los usuarios en Internet, otras plataformas y modelos de negocio en línea aprovechan de la vasta información con fines comerciales, propagandistas. oscuras, nos manipulan y persuaden. Existe un notable cuestionamiento en aspectos de adicción o hábitos donde se pierde mucho tiempo en las Apps, incluso mientras lee o intentaba leer este extracto. Es importante controlar y/o reducir el uso de los Smartphones y Apps, desactivar las notificaciones para que una persona pueda convivir con alguien y en realidad conviva sin su dispositivo. Es notable que la otra cara de las redes sociales son un elemento en su gran mayoría negativo porque se consume aspectos que quizás por algoritmo se revelan, pero que, por cultura, pocos son los contenidos que generan o aportan interés o beneficio en el día a día (Espinoza, 2020).

2.10. Las redes sociales en el comportamiento humano

La investigación presentada por Cordero & La Huerta (2018) expuso que las redes sociales han revolucionado el día a día. Son muchos quienes sin ellas no pueden entender el mundo o, sencillamente, comunicarse. Existen usuarios que ganan poder gracias a que acceden a más información en tiempo real porque proporcionan capacidad de influencia sobre el comportamiento de otros. Las redes sociales sin duda alguna han transformado las relaciones con el mundo. Su notable crecimiento ha sido imparable en los últimos años, tanto es así que en el año 2017 más de la mitad de la población mundial, lo que representa 3.885 millones de personas son usuarios activos de internet de acuerdo al estudio de Internet World Stats (2018) a más de esto 2.500 millones de personas son usuarios activos de redes sociales según

el reporte de Marketer (2013) y de esto el 91,3% de ellos utiliza un dispositivo móvil para conectarse, según recientes estudios tal como lo afirmó Hootsuite (2017). Por lo tanto, el creciente uso de las redes sociales y su integración en todos los aspectos de la vida cotidiana ha hecho que algunos sectores de la población, sobre todo los jóvenes, dejen de lado otras actividades formativas, culturales o de ocio igualmente interesantes, ya que los usuarios españoles declaran pasar más de cinco horas semanales en WhatsApp, o más de 3 en Facebook. Lo relevante aquí es que el valor de las redes sociales está en servir de altavoz no solo para mensajes comerciales de empresas y marcas, sino para acciones solidarias, emergencias o todo tipo de situación que necesite una difusión rápida y eficaz. A esto se le añade la facilidad de uso, la aceptación en la sociedad y el hecho de que sean gratuitas, evidentemente generan el éxito no solo para los individuos con más influencia, sino para el interés general en su conjunto y el objetivo por el cual se ha considerado exponer el contenido.

2.11. Los dispositivos móviles

De acuerdo con Flores, Alvarado y Ordóñez (2018) Los celulares son dispositivos móviles que poco a poco se han introducido en el mercado de forma gradual, sobre todo en contextos educativos en las últimas dos décadas. La tecnología ha permitido que las personas rompan fronteras con herramientas que, aunque visiblemente son pequeñas, contienen una potencia informática excepcional.

Por su parte Bonilla, Cevallos, Zambrano y Marcillo (2022) existen diversos equipos móviles, desde reproductores de audio portátiles hasta los navegadores GPS, teléfonos móviles, PDAs o los Tablet PCs entre otros.

2.12. Características de los Sistemas operativos móviles

Son activos estratégicos de primer orden con firma: Apple con IOS, Samsung con Android, etc. Es el software que se sitúa entre el equipo y sus programas; donde su función básica es administrar los recursos del sistema. Es el programa o conjunto de programas que un sistema informático posee para gestionar los recursos de la máquina y proveer así, servicios a los programas de aplicación. Siempre se ejecuta en modo privilegiado (Universitat d' Alacant, 2014).

2.13. Tipos de dispositivos móviles

Por definición un dispositivo móvil es un aparato de tamaño pequeño, que posee capacidades de procesamiento, conexión permanente o intermitente a una red; cuya memoria limitada está diseñada para una función en específico, pero que puede llevar otras funciones más generales. Existen diversos tipos de dispositivos los cuales son: Computadoras móviles, teléfonos inteligentes, tabletas inteligentes, relojes inteligentes y servicios proporcionados (Amari, 2021).

2.14. Aplicaciones móviles

Para (Serna, 2016) las aplicaciones móviles son programas diseñados para ejecutarse en equipos como los teléfonos, tablets y otros dispositivos móviles, que permiten al usuario realizar actividades de índole profesional, acceder a servicios, mantenerse informado, en un universo de posibilidades.

2.15. Las aplicaciones móviles como medios de difusión

Por la disponibilidad tecnológica omnipresente en la sociedad actual sobre todo en la educación, es posible brindar y acceder a la información en tiempo real. Una aplicación puede estar conformada por diferentes módulos que se gestiona de forma descentralizada por medio de las diferentes áreas que conforman el sector, o la institución; con el objetivo de notificar con rapidez los diferentes hechos que resultan de interés al público que con ella interactúan (Filippi, Lafuente, & Bertone, 2016).

Conforme han evolucionado los dispositivos móviles su permanencia avanza a gran velocidad, comprender el potencial que ofrece representan un desafío que se presenta en todos los escenarios cotidianos.

Una comunicación que se desarrolla a partir de las acciones implica la exposición de datos e información, que en muchas ocasiones suele ser tergiversada o en su efecto manipulada.

2.16. La función de la inteligencia artificial en los dispositivos móviles

Para Digital (2019), la evolución tecnológica ha logrado el desarrollo de herramientas en aparatos electrónicos como los Smartphones. Uno de los recursos más usados es la IA. Concepto que ha demostrado como el futurismo cobra vida a diario.

2.17. Funciones de IA en los dispositivos móviles

- Identificación, mejoramiento y reproducción de imágenes en tiempo real.
- Reconocimiento de escenas con cámara frontal con IA.
- Optimización de los recursos con IA.
- Simulación de conversaciones, audios, videos, etc.

2.18. Marco Legal

Es claro que la norma regulatoria con respecto al uso de tecnologías de la información y comunicación está a cargo de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, UIT (1865). El organismo mediante un evento sobre IA en Ginebra expuso sobre la regulación de este recurso tecnológico.

Países como Perú aprobaron la ley de tipo declarativo para la promoción del uso de la inteligencia artificial, así mismo Chile presentó un proyecto que pretendía regular los sistemas de la IA. En Ecuador, la regulación está dada por el Código Orgánico Integral Penal (COIP), las leyes de propiedad intelectual y las normativas de telecomunicaciones que son las herramientas con las que se puede sancionar el comportamiento de los cibernautas.

Sin embargo, en febrero 2019 la Asamblea Nacional del Ecuador, periodo 2017 – 2021, liderada por la Econ. Elizabeth Cabezas como Presidenta de dicho órgano; formularon el Proyecto de Ley denominado Ley Orgánica del Uso Responsable de Redes Sociales, normativa que expresa:

Art.1 Objeto: La presente ley tiene por objeto normar el uso responsable de las redes sociales con el fin de garantizar una nueva forma de comunicación responsable; ya que las redes sociales no solo son fuente de información sino medio de difusión de contenidos que contribuyen al fortalecimiento de la institución y la interacción con la ciudadanía, el país y el mundo entero.

Art. 4 Prohibición: La presente ley prohíbe la divulgación de información falsa o que no haya sido objeto de fuentes confiables perjudicando a terceros, sea persona natural, jurídica e incluso que ponga en peligro la seguridad estatal y su sanción será la que disponga la norma pertinente de acuerdo al daño causado.

Art. 5 Responsabilidad: Toda persona, sea natural o jurídica será responsable de la información que comparta o divulgue en redes sociales. Y la misma tendrá la sanción respectiva si incumple lo indicado en la presente ley.

Por lo antes expuesto, y en la calidad del marco científico académico del presente documento, queda escrito la base y sustento legal del tema propuesto de conformidad con las normas vigentes ecuatorianas.

2.19. Trabajos relacionados

Este documento se sustenta en los siguientes trabajos que se exponen a continuación: De acuerdo con López, Pozo, & Fuentes (2020) Las redes sociales representan herramientas avanzadas e indispensables en las interacciones humanas. Estos medios proporcionan a los usuarios una amplia gama de funciones centradas en la interacción y la comunicación con otros individuos de la sociedad. Cuando se aplican en el ámbito educativo, las redes sociales promueven nuevas modalidades de aprendizaje que resultan altamente motivadoras para los estudiantes. Este estudio se llevó a cabo en una cooperativa educativa en la Ciudad Autónoma de Ceuta, España, la cual se distingue por su búsqueda constante de calidad e innovación en los servicios que ofrece. El objetivo de esta investigación es comprender el uso de las redes sociales con fines educativos en un centro educativo de naturaleza cooperativa. A través de una muestra compuesta por 40 docentes y 80 estudiantes, los resultados más destacados indicaron que el 85 % de los docentes expresaron opiniones desfavorables sobre el empleo de las redes sociales en el entorno escolar, mientras que el 96 % de los estudiantes se mostraron a favor de la integración de estos nuevos entornos en el proceso de enseñanza-aprendizaje. En conclusión, a pesar de que la cooperativa educativa tiene como uno de sus principios la innovación, los grupos docentes no están dispuestos a incorporar estas metodologías en su repertorio pedagógico.

El uso de la IA en el entorno de la ciberseguridad, según (Lecuit, 2019) proporciona mejoras significativas a través del análisis algorítmico de grandes volúmenes de información, derivando resultados basados en el contexto y en el aprendizaje obtenido de situaciones previas. Las capacidades de la IA y sus algoritmos, pueden

ser utilizados por aquellos que generan inseguridad en sociedades avanzadas como por aquellos que las protegen.

Esta confrontación directa entre algoritmos de IA y su escalada podría eventualmente disminuir la intervención humana. Esto ha provocado un debate a nivel internacional sobre la necesidad de regular las características y el uso de la IA, principalmente desde una perspectiva ética, pero también desde un punto de vista normativo y de control de su empleo, sin por ello menoscabar los beneficios que la innovación en IA aporta a la sociedad. Aunque hay consenso sobre la necesidad de una regulación internacional, resulta particularmente difícil definir una hoja de ruta concreta que establezca los pasos a seguir. La falta de acción, es decir, permitir que las fuerzas del mercado dicten las reglas, podría resultar en una vulneración de los derechos fundamentales de seguridad de individuos y naciones, similar a lo que se está experimentando a nivel global en materia de privacidad. Este análisis aborda el potencial impacto de la IA, los efectos de su uso malicioso y la necesidad de controles y contramedidas que carecen de un marco regulatorio global.

En cambio (Verdegay, Lamata, & Cruz, 2021) expresaron que los ordenadores procesan datos y efectúan elecciones. Estas elecciones no eran complicadas; sin embargo, debido a los avances tecnológicos en constante evolución, los sistemas basados en inteligencia artificial están alcanzando niveles de competencia en la toma de decisiones que, en muchos casos, rivalizan o superan a las capacidades humanas.

Estos sistemas autónomos de decisión, si bien pueden mejorar la capacidad y eficiencia humanas en sus respectivos campos de acción, también plantean la posibilidad de reemplazarlas, lo cual genera inquietud en la sociedad en general. La prevención de disfunciones en estos sistemas es una prioridad social, científica y tecnológica que requiere la creación de modelos teóricos que capturen la complejidad y diversidad de los problemas de decisión, definan con precisión los elementos que los caracterizan y aborden los aspectos éticos que deben guiar su funcionamiento. Este artículo examina detalladamente cada uno de estos aspectos en secciones separadas.

Finalmente, el aporte de Guerrero Velástegui, Malusin, Aldaz, & Peñaherrera (2023) expresó que la incorporación de la IA impulsa el uso de programación informática en

la gestión empresarial para obtener información, analizar diversos aspectos de los clientes y establecer perfiles de asistencia virtual. Los indicadores bibliométricos, como datos estadísticos, ofrecen información sobre un conjunto específico de literatura científica. Generalmente, no se utilizan de forma individual, ya que combinar varios de ellos proporciona una visión más completa de la investigación científica.

Según un estudio bibliométrico realizado en los últimos cinco años, se evidenció que el autor con mayor número de citas en artículos relacionados con las redes sociales es Amoroso, N.; además, el mapeo bibliométricos reveló que la inteligencia artificial es la palabra más relevante en la base de datos de Scopus.

3. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente tema de investigación se utilizó el método hipotético deductivo; debido a que el estudio parte de varios hechos hasta llegar a la conclusión del tema. Siendo de tipo cuasi experimental con enfoque cuantitativo por la recopilación y análisis de resultados; se procedió a elaborar encuestas digitales, donde se estableció una población de 80 personas, tomando como referentes a estudiantes de la carrera de Computación y personal administrativo de una institución de educación superior.

3.1. Recopilación de Datos

Se emplearon métodos y técnicas de análisis de datos que implicaron la recolección de información mediante fuentes accesibles en la web. Este método permitió la obtención de datos pertinentes y actualizados sobre el área de investigación, aprovechando la amplia gama de recursos disponibles en línea para recopilar información proveniente de diferentes fuentes y entornos. La información recolectada, permitió crear representaciones visuales bajo un análisis estadístico que respaldan el enfoque de muestreo. En consecuencia, el estudio se dirige hacia un carácter descriptivo, produciendo hallazgos tanto en términos cuantitativos como cualitativos.

En definitiva y con el propósito de alcanzar los objetivos establecidos, la aplicación de las encuestas permitió la recopilación de datos, destacando la identificación de la

aplicación de herramientas de inteligencia artificial y la percepción de la realidad en el ámbito del uso de redes sociales.

3.2. Extracción de los Datos

Los datos fueron procesados en el programa estadístico SPSS, donde los elementos de este estudio fueron evaluados mediante el algoritmo de Dijkstra con una aplicación de realidad aumentada.

Este último no logro ser aplicado, por el tiempo de la investigación. El experimento se llevó a cabo conforme al cronograma previamente validado; por lo que al realizarse en un lapso específico se convierte en un estudio transversal. Posteriormente, se analizaron los datos recopilados con la finalidad de determinar si la Percepción de la Inteligencia Artificial influye en la realidad en el contexto de uso de Redes Sociales. Este análisis ha permitido obtener conclusiones fundamentadas sobre la IA y la realidad del contenido que se consume en los aplicativos celulares.

4. RESULTADOS

Las encuestas desempeñan un papel fundamental en el estudio de la inteligencia artificial y la realidad en el contexto de las redes sociales al proporcionar una vía directa para obtener datos valiosos de usuarios reales. Al encuestar a un grupo diverso que incluye tanto a estudiantes de la carrera de computación como a personal administrativo de una institución educativa, se logra capturar una variedad de perspectivas y experiencias. Estos datos son esenciales para comprender cómo la inteligencia artificial y la percepción de la realidad se manifiestan en el uso diario de las redes sociales, permitiendo identificar patrones de comportamiento, preferencias y desafíos que pueden influir en la efectividad de estas tecnologías en entornos sociales en línea.

La segunda importancia radica en que las encuestas ofrecen una plataforma para explorar la intersección entre inteligencia artificial y la realidad en el contexto específico de las redes sociales. Al recopilar respuestas directas de los encuestados, se pueden analizar percepciones individuales sobre la autenticidad, relevancia e impacto de las aplicaciones de inteligencia artificial en sus interacciones en línea.

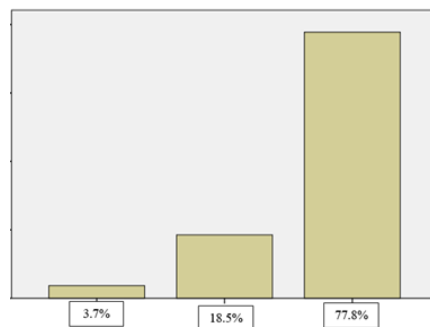
4.1. Interpretación de los Resultados

Estos datos permiten una comprensión más profunda de cómo los usuarios interpretan y experimentan la integración de estas tecnologías, informando así la adaptación y mejora continua de herramientas de inteligencia artificial en el ámbito de las redes sociales.

Pregunta 1: ¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales hoy, a diferencia de los últimos cinco años? De acuerdo a la figura 1, el análisis de los resultados muestra que el 77.8% de los encuestados utilizan con más frecuencia las redes sociales hoy, a diferencia de los últimos cinco años.

Figura 1

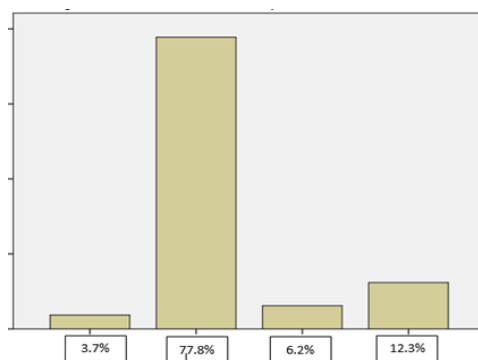
Frecuencia de uso Redes Sociales



Pregunta 2: ¿Cuáles son las redes sociales que más consume? De acuerdo a la figura 2, el análisis de los resultados muestra que el 77.8% de los encuestados utilizan con más frecuencia Facebook, Instagram, Tik Tok, Snapchat. Mientras que el 12.3% consume Streaming, YouTube, Netflix, Spotify, etc. El 6.2% otro tipo de redes y el 3.7% consume información a través de navegadores de internet.

Figura 2

Tipo de redes sociales

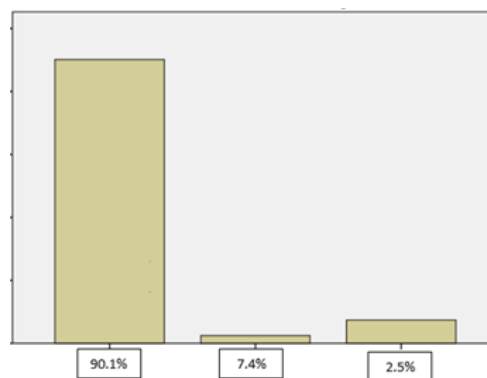


Pregunta 3: ¿Ha notado cambios significativos en la experiencia de usuario en las redes sociales debido a la evolución tecnológica?

De acuerdo a la figura 3 muestra que el 90.1% de los encuestados sí han notado cambios significativos en la experiencia de usuario en las redes sociales por la evolución tecnológica. Mientras que el 7.4% no está seguro/a. El 2.5% afirman que no, han notado cambios significativos en la experiencia de usuario en las redes sociales por la evolución tecnológica.

Figura 3

Cambios en las redes sociales

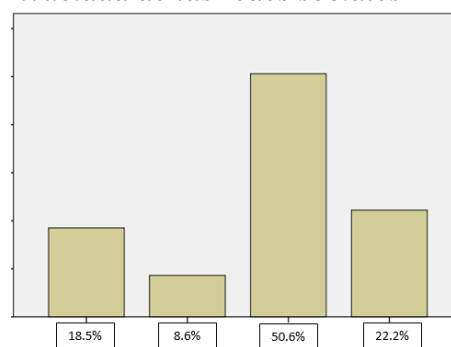


Pregunta 4: ¿Cómo percibe la evolución de las medidas de seguridad y privacidad en las redes sociales en los últimos años?

De acuerdo a la figura 4 el 50.6% de los encuestados perciben una evolución mejorada de las medidas de seguridad y privacidad en las redes sociales en los últimos cinco años. Mientras que el 22.2% no está seguro/a. El 18.5% afirman que están sin cambio, y el 8.6% considera que ha empeorado.

Figura 4

Medidas de seguridad y privacidad de las redes sociales

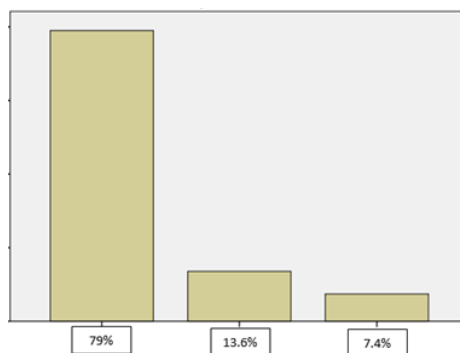


Pregunta 5: ¿Ha cambiado la forma en que interactúa con marcas y realiza compras debido a la evolución tecnológica en las redes sociales?

De acuerdo con la figura 5 el análisis de los resultados muestra que el 79% de los encuestados perciben que sí, ha cambiado la forma de interactuar con marcas al realizar compras producto de la evolución tecnológica, en las redes sociales. Mientras que el 13.6% afirma que no existe cambio alguno. Y el 7.4% no está seguro de ello.

Figura 5

Interacción con marcas en compras por redes sociales

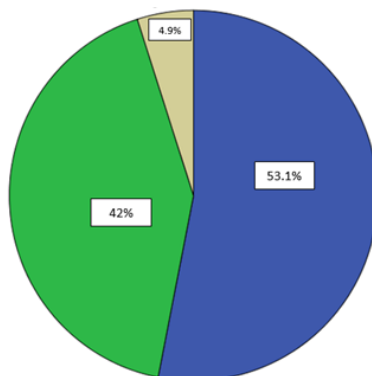


Pregunta 6: ¿Ha participado más activamente en grupos y comunidades en las redes sociales gracias a nuevas funciones tecnológicas?

De acuerdo con la figura 6 el análisis de los resultados muestra que el 53.1% de los encuestados sí ha participado más activamente en grupos y comunidades en las redes sociales gracias a las nuevas funciones tecnológicas. Mientras que el 42% afirma no y el 4.9% no está seguro de haber participado de esta manera en las redes sociales.

Figura 6

Participación en grupos y comunidades por redes sociales

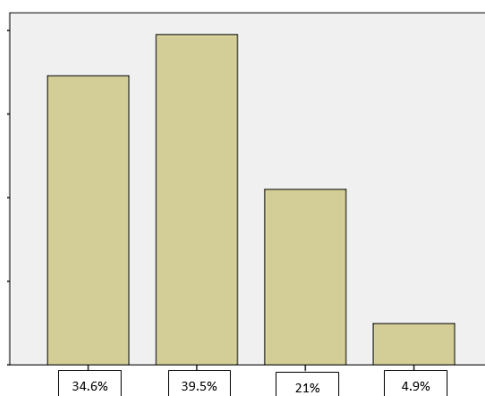


Pregunta 7: ¿Qué nivel de conocimiento sobre Inteligencia Artificial tiene?

De acuerdo a la figura 7 el análisis de los resultados muestra que el 39.5% de los encuestados afirma que posee conocimiento básico; mientras que el 34.6% posee muy poco conocimiento sobre inteligencia artificial. El 21% de los encuestados expresó que posee un nivel intermedio de conocimiento y el 4.9% tiene un nivel avanzado sobre este tema.

Figura 7

Nivel de conocimiento sobre IA

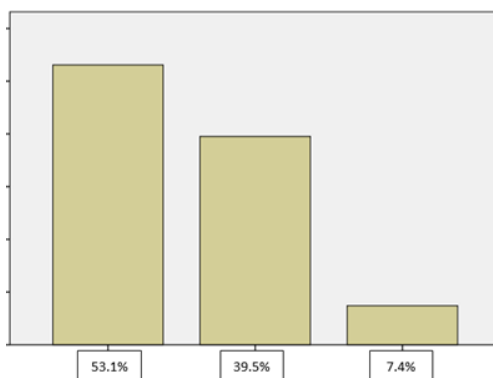


Pregunta 8: ¿Ha utilizado asistentes virtuales o chatbots impulsados por inteligencia artificial en los últimos tres meses?

De acuerdo a la figura 8, el análisis de los resultados muestra que el 53.1% de los encuestados afirma que sí ha utilizado asistentes virtuales o chatbots impulsados por IA en los últimos tres meses; mientras que el 39.5% indicó que no. El 7.4% de los encuestados expresó que no está seguro/a de aquello.

Figura 8

Uso de asistentes virtuales con IA

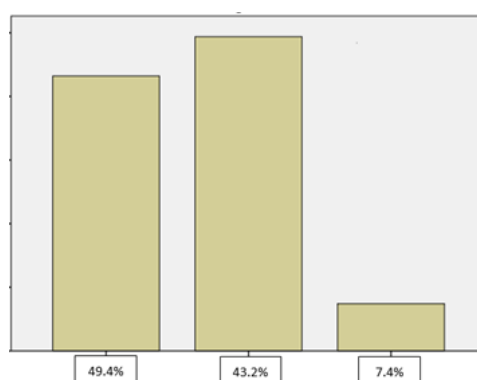


Pregunta 9: ¿Está familiarizado con el uso de la Inteligencia Artificial en las redes sociales?

De acuerdo a la figura 9, el análisis de los resultados muestra que el 49.4% de los encuestados afirma que sí está familiarizado con el uso de la IA en las redes sociales; mientras que el 43.2% indicó que no. El 7.4% de los encuestados expresó que no está seguro/a de aquello.

Figura 9

Familiaridad con el uso de la IA

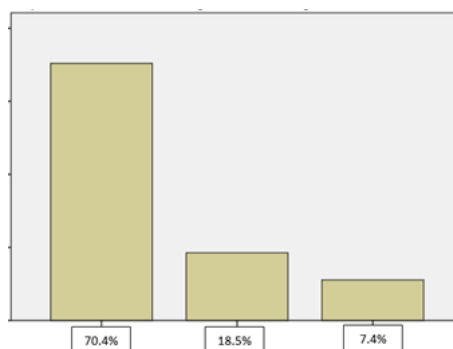


Pregunta 10: ¿Ha notado que las plataformas de redes sociales le ofrecen contenido personalizado utilizando algoritmos de inteligencia artificial?

De acuerdo a la figura 10, el análisis de los resultados muestra que el 70.4% de los encuestados afirma que sí ha notado que las plataformas de redes sociales ofrecen contenido personalizado utilizando algoritmos de IA; mientras que el 18.5% indicó que no. El 7.4% de los encuestados expresó que no está seguro/a de aquello.

Figura 10

Reconocimiento de contenido en redes sociales usando la IA

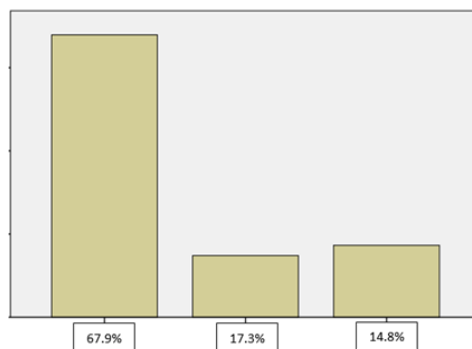


Pregunta 11: ¿Cree que la inteligencia artificial contribuye a la creación de burbujas informativas en las redes sociales, limitando la diversidad de opiniones que ve?

De acuerdo a la figura 12, el análisis de los resultados muestra que el 67.9% de los encuestados afirma que sí cree que la IA contribuye en la creación de burbujas informativas en redes sociales, limitando las opciones de visualización; mientras que el 17.3% indicó que no. El 14.8% de los encuestados expresó que no está seguro/a de aquello.

Figura 11

Reconocimiento de contenido en redes sociales usando la IA

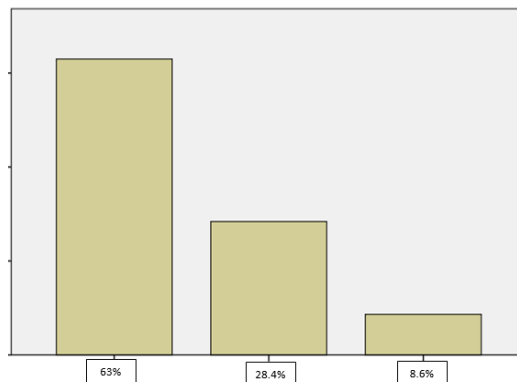


Pregunta 12: ¿Ha experimentado cambios en las recomendaciones de amigos y contenido debido a algoritmos de inteligencia artificial?

De acuerdo a la figura 12, el análisis de los resultados muestra que el 63% de los encuestados afirma que sí ha experimentado cambios en las recomendaciones de amigos y contenido debido a los algoritmos de IA; mientras que el 28.4% indicó que no. El 8.6% de los encuestados expresó que no está seguro/a de aquello.

Figura 12

Cambios en sugerencias de amigos y contenidos por la IA

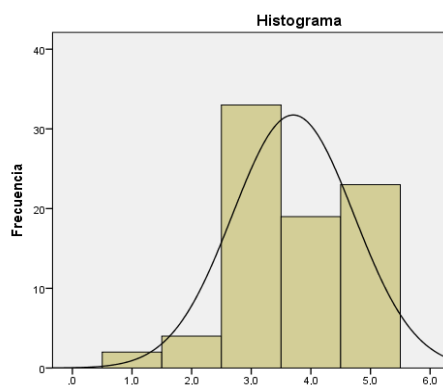


Pregunta 13: En una escala del 1 al 5, donde 1 es, no estoy preocupado/a y 5 muy preocupado/a: ¿Cuán preocupado/a está por el problema de la desinformación en línea?

El análisis de los resultados muestra que 40.7% es decir 33 personas de 80 encuestados se encuentra en un punto medio; ni preocupado ni muy preocupado con respecto al tema de la desinformación en línea. Datos con los que se podría inferir que el usuario de redes sociales, tiene claro o en su efecto sabe determinar cuándo una publicación, video, post, o información es real o no.

Figura 13

Cambios en sugerencias de amigos y contenidos por la IA

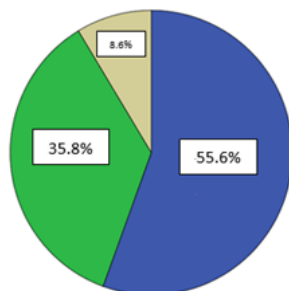


Pregunta 14: ¿Ha sido alguna vez víctima de desinformación en línea?

El análisis de los resultados muestra que el 55.6% sí ha sido víctima de la desinformación en línea. Mientras que el 35.8% indicó que no. Por el contrario, el 8.6% de los encuestados afirmó no estar seguro de este aspecto en particular. Este dato contrasta a las respuestas indicadas en la pregunta anterior; lo que demuestra que sí existe una notable preocupación por la desinformación en línea.

Figura 14

Sobre la desinformación en línea

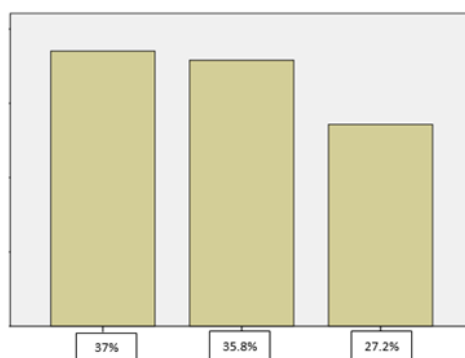


Pregunta 15: ¿Se siente confiado/a en su capacidad para identificar deepfakes en contenido multimedia?

El análisis de los resultados muestra que el 37% sí se siente confiado/a en la capacidad de identificar deepfakes en contenido multimedia. Mientras que el 35.8% afirma que no se siente confiado en su capacidad para detectar contenidos falsos; mientras que el 27.2% no está seguro/a sobre este particular.

Figura 15

Sobre la capacidad de identificar deepfakes en contenido multimedia

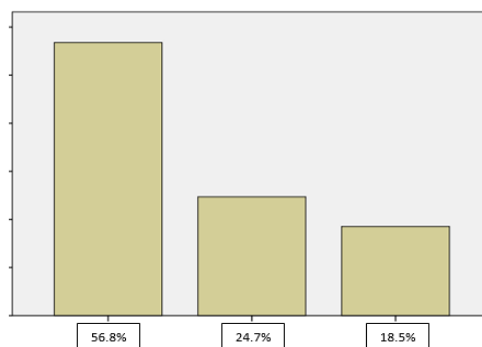


Pregunta 16: ¿Cree que la desinformación en línea generalmente es creada de forma intencional o es principalmente el resultado de malentendidos?

El análisis de los resultados muestra que el 56.8% expresó que la desinformación en línea generalmente es creada de forma intencional o que es el principal resultado de malentendidos. Mientras que el 24.7% afirma que este tipo de contenidos son solo malentendidos; mientras que el 18.5% afirmó que no está seguro/a sobre este particular.

Figura 16

Sobre la desinformación y los malentendidos

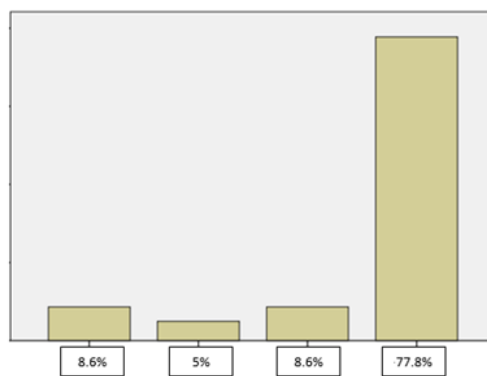


Pregunta 17: ¿Cómo afecta la desinformación y los deepfakes a su confianza en los medios de comunicación en línea?

El análisis de los resultados muestra que el 77.8% expresó que la desinformación y los deepfakes reducen la confianza en los medios de comunicación en línea. Seguido del 8.6% que indicó este contenido no tiene impacto alguno, así como el 5% expresó que para ellos aumenta la confianza; mientras que el 8.6 % afirmó que no está seguro/a sobre este particular.

Figura 17

Afectación de la confianza en los medios de comunicación en línea

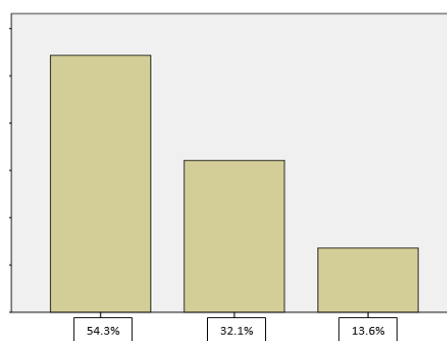


Pregunta 18: ¿Está al tanto de cómo la inteligencia artificial puede afectar la salud mental?

De conformidad con la figura 18, el análisis de los resultados muestra que el 54.3% si está al tanto de cómo la inteligencia artificial puede afectar la salud mental; mientras que el 32.1 % afirmó que no está al tanto del efecto que produce la IA en la salud mental y el 13.6% no está seguro/a sobre este particular.

Figura 18

La afectación de la IA en la salud mental

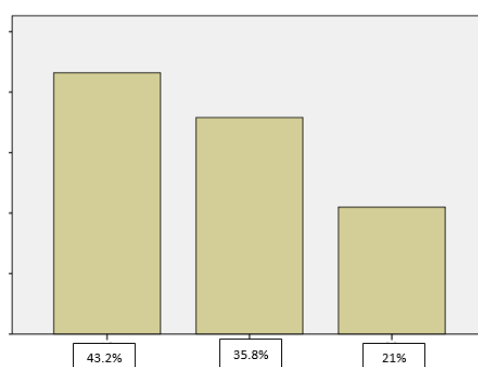


Pregunta 19: ¿Cree que el uso de algoritmos de inteligencia artificial en redes sociales ha influido en su bienestar emocional?

De acuerdo a la figura 19, el análisis de los resultados muestra que el 43.2% cree que el uso de algoritmos de inteligencia artificial en redes sociales, ha influido en su bienestar emocional; mientras que el 35.8 % afirmó que no y el 21% no está seguro/a sobre este particular.

Figura 19

La afectación de la IA en la salud mental

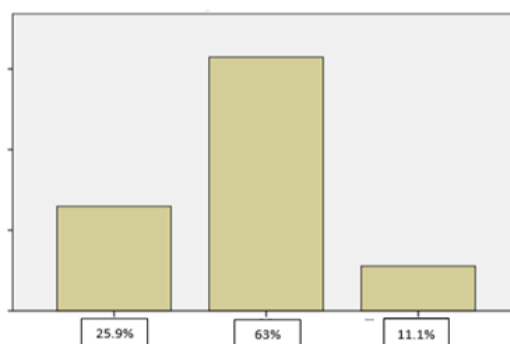


Pregunta 20: ¿Ha experimentado alguna vez ansiedad o estrés relacionado con la comparación social en plataformas en línea impulsada por algoritmos de inteligencia artificial?

La figura 20 muestra el análisis de los resultados, donde el 63% ha experimentado alguna vez ansiedad o estrés relacionado con la comparación social en plataformas en línea impulsada por algoritmos de IA; mientras que el 25.9 % afirmó que no y el 11.1% no está seguro/a sobre este particular.

Figura 20

La afectación de la IA en la salud mental

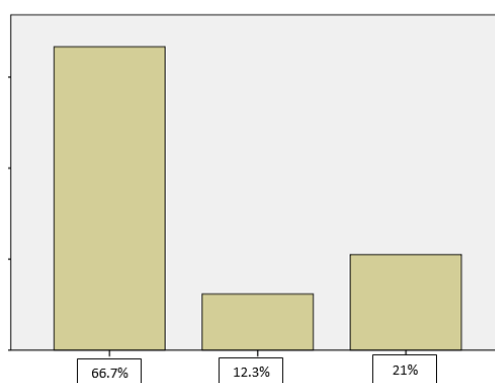


Pregunta 21: ¿Cree que la propagación de información errónea en línea, facilitada por algoritmos de inteligencia artificial, contribuye a la ansiedad general?

De acuerdo a la figura 21, el análisis de los resultados muestra que el 66.7% cree que la propagación de información errónea en línea, facilitada por algoritmos de IA, contribuye a la ansiedad general; mientras que el 21 % afirmó que no y el 12.3% no está seguro/a sobre este particular.

Figura 21

Propagación de información con algoritmos de la IA en la ansiedad

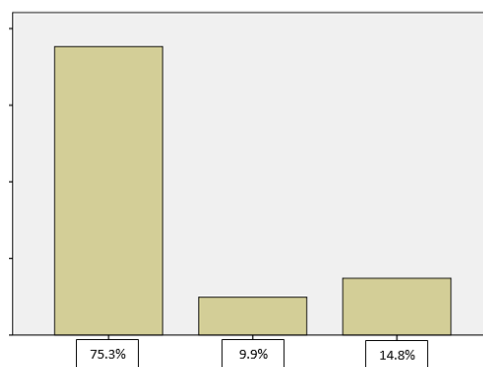


Pregunta 22: ¿Cree que la inteligencia artificial ha afectado la autenticidad de las interacciones en línea y en las redes sociales?

De acuerdo a la figura 22, el análisis de los resultados muestra que el 75.3% respondió que la inteligencia artificial ha afectado la autenticidad de las interacciones en línea y las redes sociales; mientras que el 14.8 % afirmó que no y el 9.9% no está seguro/a sobre este particular.

Figura 22

La IA y la afectación de la autenticidad de las interacciones



5. DISCUSIÓN

La IA ha cambiado drásticamente nuestra manera de interactuar en las redes sociales, desde la personalización de contenidos hasta la detección de tendencias y la moderación de información. Sin embargo, también ha surgido una creciente preocupación sobre cómo la IA puede distorsionar la realidad y perpetuar sesgos y desinformación en línea.

Primero, la IA en las redes sociales puede crear una "burbuja de filtro" al mostrarnos contenido que se ajusta a nuestras preferencias y opiniones previas, lo que puede limitar nuestra exposición a diferentes perspectivas y aumentar la polarización. Los algoritmos de IA utilizados para recomendar contenido pueden ser susceptibles a sesgos, lo que resulta en la amplificación de ciertos tipos de información y la supresión de otros, lo que afecta nuestra percepción de la realidad. La IA también se emplea para generar contenido falso o manipulado, como deepfakes y noticias falsas, lo que plantea serias preocupaciones sobre la confianza y la autenticidad en las plataformas de redes sociales.

Esto puede tener consecuencias graves, desde influir en procesos electorales hasta difundir información errónea sobre la salud pública. En resumen, a pesar de los numerosos beneficios que la IA ha aportado al ámbito de las redes sociales, también presenta desafíos importantes en términos de cómo percibimos y participamos en la realidad en línea. Es esencial abordar estas preocupaciones mediante la implementación de políticas y tecnologías que fomenten la transparencia, la equidad y la responsabilidad en el uso de la IA en las redes sociales.

6. CONCLUSIONES

Al efectuar una revisión bibliográfica sobre la Percepción de la Inteligencia Artificial y la realidad en el contexto de uso de Redes Sociales y su desarrollo en el tiempo, se han encontrado diversas ventajas y desventajas tangibles. La eficacia y rapidez en interacción en aspectos como compra, contenido, atención del cliente mejoran considerablemente al automatizar las labores administrativas, permitiendo que la información que se emite en este tipo de recursos tenga un enfoque más estratégico.

Con la inteligencia artificial se ha podido detectar y combatir la desinformación en las redes sociales, fomentando así la diversidad e inclusión al minimizar aspectos claves que, por lo general, no solían detectarse de forma manual, siendo una alternativa para la mejora de las actividades operativas e incluso en una óptima experiencia con el usuario.

Con el estudio se ha logrado identificar beneficios y perjuicios en la percepción de los usuarios con la finalidad de determinar la efectividad de los sistemas de IA en la generación de noticias falsas y la manipulación de la información.

La implementación de la inteligencia artificial aborda eficazmente los desafíos a la hora de llegar al consumidor, en aspectos tales como la seguridad, privacidad, interacción al realizar compras, entre otros. Crear alternativas con base en la IA generan beneficios significativos tanto para las compañías como para emprendedores, generadores de contenidos, ya que la adopción de estas tecnologías se revela como una clave evolutiva en la gestión de recursos humanos y la adaptación al entorno empresarial, el cual es evidente que constantemente está cambiando.

Con base en los datos obtenidos, al realizar la encuesta se obtuvo una perspectiva interesante sobre la Percepción de la Inteligencia Artificial y la realidad en el contexto de uso de Redes Sociales. Donde el 80% de los encuestados ha utilizado con frecuencia las redes sociales a diferencia de los últimos cinco años. El 90.1% ha notado cambios significativos en la experiencia como usuario por la evolución tecnológica de estas herramientas. El 79% ha manifestado que existe un notable cambio en la interacción con las marcas y la realización de compras en las redes sociales.

Es decir, estas plataformas no solo permiten la relación conectar personas, se han convertido en un activo hoy por hoy de personas, pequeños, medianos y grandes negocios. En definitiva, las herramientas IA en la atención del cliente es positiva.

Finalmente, los resultados fueron recopilados a través de encuestas electrónicas y evaluados en el programa estadístico SPSS; donde se determinaron aspectos relevantes como la familiaridad y conocimiento sobre la IA por parte de los usuarios,

lo cual es positivo, pues no son ajenos al tema. Sin embargo, al consultar sobre el nivel de preocupación que los usuarios tienen con respecto a la desinformación en línea en la pregunta 13, llamó la atención que el 40.7% de los encuestados mostró una respuesta indiferente o neutral, por no decir, sin importancia. No obstante, al contrastar estas respuestas con la pregunta 14 sobre si ha sido o no víctima de desinformación en línea, los datos mostraron que el 55.6% se ha visto afectado. A pesar de esta contradicción de opiniones, la mayoría de los encuestados se siente confiado en su capacidad de identificar deepfakes en los contenidos multimedia que generan estas plataformas sociales.

En resumen, esta investigación ha recopilado datos que sobre la percepción de la inteligencia artificial (IA) en el ámbito de las redes sociales, la cual refleja una dualidad entre la admiración por sus beneficios y la creciente conciencia de desafíos éticos. La adopción de la IA ha mejorado notablemente la experiencia del usuario al personalizar contenidos, facilitar conexiones y ofrecer recomendaciones precisas. Sin embargo, surge una preocupación acerca de la dificultad para distinguir entre contenidos generados por la IA y las contribuciones humanas, planteando interrogantes sobre la autenticidad de la interacción digital.

La privacidad también se convierte en un punto focal, ya que los usuarios demandan mayor claridad sobre el uso de sus datos. La transparencia y la educación emergen como necesidades apremiantes para disipar la opacidad en el funcionamiento de los algoritmos, mientras que la atención a la ética y la mitigación del sesgo algorítmico se convierten en imperativos para garantizar una coexistencia equitativa y confiable entre la inteligencia artificial y la realidad en el contexto dinámico de las redes sociales.

En última instancia, la convergencia exitosa entre la percepción positiva de la IA y el tratamiento efectivo de los desafíos éticos, definirá la evolución futura de la interacción humana en el mundo digital, contribuyendo significativamente en diversos campos de estudio de este nuevo recurso cibernético.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amari, C. (2021). *APLICACIÓN MÓVIL COMO HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE DEL IDIOMA TSÁFIKI PARA LA UNIDAD EDUCATIVA CALASANZ 2*. Ambato, Ecuador: Universidad Regional Autónoma de los Andes - UNIANDES, Sto. Domingo. .
- Bonilla, Y., Cevallos, P., Zambrano, Z., & Marcillo, M. (2022). Uso de la inteligencia artificial en los dispositivos móviles. Use of artificial intelligence in mobile devices. *Revista UNESUM-Ciencias Volumen 6, Número 3, 2022. Universidad Estatal del Sur de Manabí. ISSN-e: 2602-8166.,* <https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v6.n3.2022.460>.
- Bryson J., J. (s/n de s/n de 2022). *La última década y el futuro del impacto de la IA en la sociedad*. Obtenido de *La última década y el futuro del impacto de la IA en la sociedad.*: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-ultima-decada-y-el-futuro-del-impacto-de-la-ia-en-la-sociedad/>
- Cordero, G., & La Huerta, O. (23 de marzo de 2018). *Redes sociales: un antes y un después en el comportamiento humano*. Salamanca, España, España.
- Espinoza, O. (2020). El otro lado de las redes sociales. *Revista Ciencia Administrativa, Núm.2, 2020. ISSN 1870-9427, 11-26.*
- Fernández, M., & Esteves, G. (2022). IMPACTO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL COMPORTAMIENTO INFORMACIONAL: ELEMENTOS PARA EL DEBATE. THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON INFORMATION BEHAVIOR: TOPICS FOR DEBATE. *Revista Científica Biblioteca Nacional de Cuba, Vol. 18, No.3 (2022) septiembre-diciembre ISSN electrónico, 1-12.*
- Filippi, J., Lafuente, G., & Bertone, R. (2016). Aplicación móvil como instrumento de difusión. *MULTICIENCIAS, Vol.16, N° 3, 2016., (336-341).*
- Flores, V., Alvarado, Z., & Ordóñez, P. (2018). LOS DISPOSITIVOS MÓVILES EN LA FORMACIÓN DE SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS. *Universidad y Sociedad, 10(5), 121-125. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>, <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>.*
- Ganascia, J. (2018). Inteligencia artificial: entre el mito y la realidad. *Correo un solo mundo, voce múltiples de la UNESCO., e-ISSN 2220-2315.* <https://es.unesco.org/courier/2018-3/inteligencia-artificial-mito-y-realidad>.
- García Peñalvo, F. (2023). La percepción de la Inteligencia Artificial en contextos educativos tras el lanzamiento de ChatGPT: disrupción o pánico. *Education in the Knowledge Society (EKS), 24, e31279.,* <https://doi.org/10.14201/eks.31279>.

- González, Q. J. (2019). La inteligencia artificial y la realidad restringida: Las estrecheces metafísicas de la tecnología. *Naturaleza y Libertad. Número 12, 2019. ISSN: 2254-9668*, *Naturaleza y Libertad. Número 12, 2019. ISSN: 2254-9668*.
- Guerrero Velástegui, C., Malusin, A., Aldaz, M., & Peñaherrera, Z. (2023). Análisis bibliométricos: Inteligencia artificial en redes sociales para la gestión empresarial. *Medwave 2023;23(Supl 1) DOI 10.5867/medwave. 2023.S1*, <https://www.medwave.cl/medios/resumenescongreso/UTA2023/UTA%202023%20Medwave%20Congress%20Proceedings.pdf>.
- INCyTU Oficina de Información Científica y Tecnológica para el Congreso de la Unión. (2018). *Inteligencia artificial*. Obtenido de https://www.foroconsultivo.org.mx/INCyTU/documentos/Completa/INCYTU_18-012.pdf: https://www.foroconsultivo.org.mx/INCyTU/documentos/Completa/INCYTU_18-012.pdf
- Lecuit, J. (2019). Implicaciones sobre el uso de la inteligencia artificial en el campo de la ciberseguridad. *ARI 50/2019 - 14 de mayo del 2019 - Real Instituto Elcano*, 1-7.
- López, B., Pozo, S., & Fuentes, C. (2020). La realidad de la aplicación de redes sociales en el entorno educativo. El caso de una cooperativa de enseñanza de Ceuta. *Revista Electrónica Educare (Educare Electronic Journal) EISSN: 1409-4258 Vol. 24(1) ENERO-ABRIL, 2020: 1-22*, 1-22.
- López, L., Mila, M., & Ribeiro, V. (2023). La desinformación en las democracias de América Latina y de la península ibérica: De las redes sociales la inteligencia artificial (2015-2022). *Revista de Comunicación y Cultura.*, <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/view/4096/3987>.
- Muñoz, V. (2021). *Derecho de la Inteligencia Artificial. Un enfoque global de responsabilidad desde la ética, la seguridad y las nuevas propuestas reguladoras europeas*. S/N: Universidad de Valencia. Facultad de Derecho, Departamento de Derecho Civil.
- ONTSI. (2021). *Estudio sobre aplicación de la inteligencia artificial*. España.: Secretaria de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, Gobierno de España.
- Reouane, B., & Dakouan, C. (2020). El uso de la inteligencia artificial en las redes sociales: oportunidades y perspectivas. *Revista experta en marketing8(1) págs. 82-87*, 82-87.
- Sadiku, N., Tolulope, J., Ajayi, M., & M. Musa, S. (2021). Inteligencia artificial en las redes sociales. *Revista internacional de avances científicos 2 (1) DOI: 10.51542/jisca. v2i1.4*, DOI: 10.51542/jisca. v2i1.4.

- Sánchez, B. (2022). Guerra de la información: Realidades y percepciones en redes sociales. *Information Warfare. Reality and Perceptions in Social Networks. Revista de Marina Año 137, Volumen 139, Número 986.*,
<https://revistamarina.cl/es/articulo/guerra-de-la-informacion-realidades-y-percepciones-en-redes-sociales>.
- Sandoval, O. (2018). Aprendizaje e inteligencia artificial en la era digital: Implicancias socio -pedagógicas ¿reales o futuras? *REVISTA BOLETÍN REDIPE 7 (11): 155-171 - NOVIEMBRE 2018 - ISSN 2266-1536*, 156-171.
- Túnez, L., Ufarte, R., & Mazza, B. (2022). Aplicación de la inteligencia artificial en comunicación. *Revista Latina de Comunicación Social, Núm.80*,
<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1734>.
- Tuomi, I. (2018). *The Impact of Artificial Intelligence on Learning, Teaching, and Education. Policies for the future*, Eds. Luxembourg: Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2018, ISBN 978-92-79-97257-7, doi:10.2760/12297, JRC113226.
- Universitat d' Alacant, U. (25 de 09 de 2014). *Sistemas Operativos*. Obtenido de Biblioteca Universitaria.:
https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/54704/2/ci2_basico_2015-16_Sistemas_operativos.pdf
- Verdegay, J., Lamata, M., & Cruz, C. (2021). Inteligencia artificial y problemas de decisión: la necesidad de un contexto ético. *Suma de Negocios, vol. 12, núm. 27, pp. 104-114, 2021*,
<https://www.redalyc.org/journal/6099/609970431002/html/>.

8. ANEXO 1

Análisis de Percepción de la Inteligencia Artificial y la realidad en el contexto de uso de Redes Sociales.

Este cuestionario es parte de un trabajo de investigación como requisito previo a la obtención de mi titulación en Computación. Le invito a que sea parte de mi proceso de graduación.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. ¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales en comparación con hace cinco años? *

Marca solo un óvalo.

Más frecuentemente

Igual

Menos frecuentemente

2. ¿Cuáles son las redes sociales que más consume? *

Marca solo un óvalo.

Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat, etc.

Streaming, YouTube, Net ix, Spotify, etc.

Búsqueda a través de navegadores de Internet

Otros

3. ¿Ha notado cambios significativos en la experiencia de usuario en las redes sociales debido a la evolución tecnológica? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

No estoy seguro/a

https://docs.google.com/forms/d/1S0iMeSRObz_UTsC5RcVykXQaThesgG3nfavedLD3L3w/edit 1/7

22/1/24, 21:14 Análisis de Percepción de la Inteligencia Artificial y la realidad en el contexto de uso de Redes Sociales.

4. ¿Cómo percibe la evolución de las medidas de seguridad y privacidad en las redes sociales en los últimos años? *

Marca solo un óvalo.

Mejorada

Sin cambio

Ha empeorado

No estoy seguro/a

5. ¿Ha cambiado la forma en que interactúa con marcas y realiza compras debido * a la evolución tecnológica en las redes sociales?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

No estoy seguro/a

6. ¿Ha participado más activamente en grupos y comunidades en las redes * sociales gracias a nuevas funciones tecnológicas?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

7. ¿Qué nivel de conocimiento sobre Inteligencia Artificial tiene? *

Marca solo un óvalo.

Muy Poco

Básico

Intermedio

Avanzado

https://docs.google.com/forms/d/1S0iMeSRObz_UTsC5RcVykXQaThesgG3nfavedLD3L3w/edit 2/7

22/1/24, 21:14

8. ¿Ha utilizado asistentes virtuales o chatbots impulsados por inteligencia artificial *
en los últimos tres meses?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

9. ¿Está familiarizado con el uso de la Inteligencia Artificial en las redes sociales? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

10. ¿Ha notado que las plataformas de redes sociales le ofrecen contenido *
personalizado utilizando algoritmos de inteligencia artificial?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

No estoy seguro/a

11. Cree que la inteligencia artificial contribuye a la creación de burbujas *
informativas en las redes sociales, limitando la diversidad de opiniones que ve?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

No estoy seguro/a

https://docs.google.com/forms/d/1S0iMeSRObz_UTsC5RcVyKXQaThesgG3nfavedLD3L3w/edit 3/7

22/1/24, 21:14 Análisis de Percepción de la Inteligencia Artificial y la realidad en el
contexto de uso de Redes Sociales.

12. ¿Ha experimentado cambios en las recomendaciones de amigos y contenido debido a algoritmos de inteligencia artificial? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

No estoy seguro/a

13. En una escala del 1 al 5, donde 1 es, no estoy preocupado/a y 5 muy preocupado/a: ¿Cuán preocupado/a está por el problema de la desinformación en línea? *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

14. ¿Ha sido alguna vez víctima de desinformación en línea? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

No estoy seguro/a

15. ¿Se siente confiado/a en su capacidad para identificar deepfakes en contenido multimedia? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

No estoy seguro/a

https://docs.google.com/forms/d/1S0iMeSRObz_UTsC5RcVykXQaThesgG3nfavedLD3L3w/edit 4/7

22/1/24, 21:14 Análisis de Percepción de la Inteligencia Artificial y la realidad en el contexto de uso de Redes Sociales.

16. ¿Cree que la desinformación en línea generalmente es creada de forma intencional o es principalmente el resultado de malentendidos? *

Marca solo un óvalo.

Intencional

Malentendidos

Ambos

No estoy seguro/a

17. ¿Cómo afecta la desinformación y los deepfakes a su confianza en los medios * de comunicación en línea?

Marca solo un óvalo.

Reduce la confianza

Aumenta la confianza

Sin impacto

No estoy seguro/a

18. ¿Está al tanto de cómo la inteligencia artificial puede afectar la salud mental? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

19. ¿Cree que el uso de algoritmos de inteligencia artificial en redes sociales ha influido en su bienestar emocional? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No