

VERIFICACIÓN DE DATOS EN EL PERIODISMO

ESTRATEGIAS Y DESAFÍOS EN LA ERA DIGITAL

Comp. Lic. Benjamín Wilson León Valle



VERIFICACIÓN DE DATOS EN EL PERIODISMO

ESTRATEGIAS Y DESAFÍOS EN LA ERA DIGITAL

Lic. Benjamín Wilson León Valle

Compilador

VERIFICACIÓN DE DATOS EN EL PERIODISMO

ESTRATEGIAS Y DESAFÍOS EN LA ERA DIGITAL

Lic. Benjamín Wilson León Valle

Compilador



Ediciones UO

Edición y composición: MSc. Lidia de las Mercedes Ferrer Tellez
Diseño de cubierta: Lilian Dalila O'Farrill Sánchez y MSc. Lidia de las Mercedes Ferrer Tellez
Ilustración de cubierta: Lilian Dalila O'Farrill Sánche

© Benjamín Wilson León Valle, 2025
© Sobre la presente edición: 978-959-207-790-4
Ediciones UO, 2025

ISBN 978-959-207-790-4

Ediciones UO
Ave. Patricio Lumumba No. 507, e/ Ave. de Las Américas y Calle 1ra,
Reperto Jiménez. Consejo Popular José Martí Norte.
Santiago de Cuba, Cuba. CP: 90500
Telf.: +53 22644453
e-mail: jdp.ediciones@uo.edu.cu
edicionesuo@gmail.com

Este texto se publica bajo licencia Creative Commons Atribucion-NoComercial-NoDerivadas (CC-BY-NC-ND 4.0). Se permite la reproducción parcial o total de este libro, su tratamiento informático, su transmisión por cualquier forma o medio (electrónico, mecánico, por fotocopia u otros) siempre que se indique la fuente cuando sea usado en publicaciones o difusión por cualquier medio.

Se prohíbe la reproducción de la cubierta de este libro con fines comerciales sin el consentimiento escrito de los dueños del derecho de autor. Puede ser exhibida por terceros si se declaran los créditos correspondientes

ÍNDICE

Introducción 7

SISTEMATIZACIÓN DE LOS ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN EN EL QUE SE IDENTIFICAN LAS CAUSAS DE LA INMEDIATEZ. Benjamín Wilson León Valle/ 9

FUENTES PERIODÍSTICAS Y VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN. Gisselle Tamara Medina Reyes. Benjamín Wilson León Valle/ 15

NOTICIAS FALSAS EN MEDIOS EMERGENTES. Joe Manuel Saona Panchana. Benjamín Wilson León Valle. Milton González Santos/ 33

LA INMEDIATEZ Y LA PÉRDIDA DE CREDIBILIDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MULTIMEDIA. Dayana Gisela Vázquez-Malavé. Benjamín Wilson León Valle/ 48

LA ÉTICA PERIODÍSTICA EN EL TRATAMIENTO INFORMATIVO. Julexy Michelle Quimí Vera. Benjamín Wilson León Valle. Paola Elizabeth Cortez Clavijo. Milton González Santos/ 61

CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EN LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS. Vicente Rafael Del Pezo Yagual. Benjamín Wilson León Valle/ 73

LA POSVERDAD COMO CAMBIO DE LA CONTEXTUALIZACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA. Franco Ávila Sarai Odilia. Cynthia Espíndola Vásquez/ 88

CONCLUSIONES DEL LIBRO/ 104

INTRODUCCIÓN

Para el público del mundo de hoy, ávido de información, no resulta una Fake News las condiciones del periodismo informativo, que, en su mayoría, responden al principio de la inmediatez desplazando a un segundo plano la veracidad de la noticia. A lo que por supuesto, no escapa el Ecuador, con sus realidades sociales, económicas y políticas

La recaudación de información con el objetivo claro de ser publicada a través de los medios de comunicación masivos como la prensa, la radio, la televisión y el internet entre otros, definen al periodismo como actividad profesional que debe ser sistemática y constante.

Su principal propósito es brindar al pueblo información veraz y oportuna, en aras de mantener actualizado a los públicos sobre acontecimientos de relevancia y de interés común para una sociedad. A la vez, que les permita hacer valer sus derechos de ciudadanos de reflexionar u opinar sobre algún tema en particular.

En la práctica periodística, los textos se clasifican de acuerdo a su intencionalidad en relación al lector, en tres géneros: informativos, de opinión e híbridos. En este particular se centra el interés en el periodismo informativo, quien en esencia representa la noticia.

El periodismo informativo tiene la finalidad de sintetizar la información que sea interés general para comunicar hechos relevantes, con una alta dosis de responsabilidad y comprometida con su contexto.

Como método de interpretación de la realidad social, se vale de géneros, como la crónica, la noticia y el reportaje, para responder a las necesidades sociales, las cuales exigen de un profesional más austero ante la presión de la inmediatez. Lo que provoca, que en ocasiones se difundan informaciones sin la verificación de fuentes.

Evidentemente la realidad actual del país dista mucho de Primicias de la Cultura de Quito, como primer periódico, pues el contexto es bien diferente. Se afirma que existe un tránsito del periodismo informativo a los medios de comunicación multimedia, que implica más que cuestionamientos, análisis.

Ante la era digital se habla de un nuevo periodismo, que, sin lugar a dudas, con la inmediatez en la información puede tener efectos significativos en la calidad del conocimiento adquirido.

A pesar de las implicaciones de las nuevas tecnologías de la información, el uso de plataformas digitales y las redes sociales, la esencia de informar se mantiene, no así, la manera de consumir y transmitir la información.

Actualmente, el internet es una de las plataformas que más genera información, y lo hace casi en tiempo real; lo cual implica un conflicto ético entre la rapidez y la veracidad de la noticia que se exige. De ahí que los medios tengan la responsabilidad ética de la rectificación oportuna ante la difusión inmediata, que contribuya a la credibilidad de la audiencia.

El hombre es un ser social que constantemente está en la búsqueda de conocimientos, por lo que constituye una verdadera necesidad estar informado y actualizado. De ahí que periodistas y medios de comunicación tengan como único objetivo satisfacerla.

En este sentido el presente libro es un intento por comprender las dinámicas del periodismo informativo ecuatoriano. En él se tratan importantes temas, novedosos como polémicos. Está estructurado en dos capítulos que abordan temáticas tales como:

Capítulo I:

Fuentes periodísticas y verificación de la información

Noticias falsas en medios emergentes

La Inmediatez y la Pérdida de Credibilidad en los Medios de Comunicación Multimedia.

Capítulo II

La ética periodística en el tratamiento informativo

Códigos deontológicos en los contenidos informativos

Benjamín Wilson León Valle

La posverdad como cambio de la contextualización de la opinión pública

Con la propuesta a los lectores a formar parte de la opinión se les invita a disfrutar, desde la crítica inteligente de las investigaciones que aporta este libro.

SISTEMATIZACIÓN DE LOS ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN EN EL QUE SE IDENTIFICAN LAS CAUSAS DE LA INMEDIATEZ

Ph.D. Benjamín Wilson León Valle.

bleon@upse.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-3374-5207>

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

Los resultados de la sistematización del proyecto de investigación Verificación de datos, ética del periodista e inmediatez de la información en los procesos de rutinas productivas, se desprenden algunos factores que causan la inmediatez.

Factores tecnológicos

La accesibilidad y expansión de las tecnologías de información ha cambiado significativamente la forma en que se consume y se distribuye la información. La globalización tecnológica ha permitido la circunscripción rápida de datos, facilitando que la información esté disponible en cuestión de segundos.

El Internet es la principal plataforma para la diseminación masiva de datos en tiempo real. Los dispositivos móviles permiten el acceso a la información, desde cualquier lugar. Lo que genera una cultura de inmediatez. Por otro lado, las redes sociales y plataformas digitales facilitan la transmisión de eventos y noticias en tiempo real.

Por otro lado, el incremento de una cultura de consumo de la información ha observado una tendencia hacia la necesidad constante de información fresca y actualizada, lo cual está relacionado con los comportamientos de consumo en plataformas digitales. Además, la notificación instantánea está construyendo en la ciudadanía una costumbre a recibir información en forma de notificaciones en tiempo real. Las consecuencias son ansiedad por estar informado, existe una presión por mantenerse actualizado constantemente para no quedar fuera de las conversaciones a objetos

relevantes

Expectativas sociales y culturales

Las dinámicas sociales han creado una cultura que premia la rapidez y la inmediatez, se valoran las respuestas rápidas en conversaciones digitales y las noticias de última hora dominan los medios de comunicación.

La inmediatez como valor social

Las sociedades contemporáneas valoran la rapidez como una medida de eficacia, tanto en el acceso de la información como en la capacidad de responder a ella.

Competitividad que, en los medios, los medios de comunicación compiten entre sí para ofrecer. Las noticias más recientes, generando una presión por publicar información. Tan pronto como sea posible.

Impacto en el conocimiento y la cultura

La inmediatez en la información puede tener efectos significativos en la calidad del conocimiento adquirido.

Superficialidad en el consumo de la información, la rapidez en la transmisión de información a menudo se traduce. Una lectura superficial del hecho, sin profundización en el análisis.

Desconexión con procesos culturales y tradicionales, se observa una desconexión entre la cultura digital inmediata y las culturas más tradicionales que valoran los procesos lentos y reflexivos, como se menciona en el documento.

Competencia por la atención de la audiencia

Motivación por captar la atención en el entorno digital.

Los medios están en constante competencia para captar la atención de los usuarios, lo que genera presión por publicar noticias rápidamente para mantener relevante la rapidez en la publicación. De contenido. Buscar mantener la audiencia conectada al medio de comunicación.

Notificaciones en tiempo real los medios digitales como profe TV están comprometidos a difundir contenidos de manera inmediata las 24 horas del día. Lo que eleva la presión para publicar sin retrasos.

Fiabilidad en el acceso a herramientas digitales

Avances tecnológicos el uso de las tecnologías y la plataforma digital facilita la publicación inmediata de noticias y herramientas como las redes sociales permiten a los periodistas y medios, difundir información en tiempo real, lo que aumenta la expectativa, inmediatez en la publicación.

Corresponsales ciudadanos medios como el profe TV dependen también de corresponsales ciudadanos para la recolección de información. Esto contribuye a la inmediatez, ya que las noticias pueden recibir y publicar en forma rápida, muchas veces sin la verificación adecuada.

Expectativas de los usuarios

Preferencia por la rapidez sobre la precisión. Los usuarios, al estar acostumbrados a recibir información en tiempo real, valoran la velocidad sobre la exactitud. Esto empuja a los medios a dar prioridad a la difusión rápida, muchas veces a expensas de la verificación completa de los datos.

Conformismo y dependencia de las TIC, la audiencia tiende a depender de los medios presentan, sin tomarse el tiempo para investigar o verificar por sí misma la información, esta pasividad fomenta que los medios prioricen la inmediatez sobre la calidad.

Proliferación de noticias falsas y desinformación

La difusión de noticias no verificadas. El impulso por publicar rápidamente genera un entorno en el que la noticia falsa pueden propagarse con facilidad, la falta de verificación adecuada en parte debido a la presión por la inmediatez de una causa clave en la proliferación de desinformación.

Desafío en la verificación de fuentes. A pesar de los avances tecnológicos, no todas las fuentes de información digital son confiables. El proceso de verificación se ve afectado por la necesidad de publicar rápidamente, lo que aumenta el riesgo de error.

Insuficientes recursos especializados

La no existencia de departamentos de verificación en muchos medios digitales en el Ecuador, no existen departamentos especializados en la verificación de la información. La ausencia de estas estructuras fomenta la inmediatez en detrimento de la precisión, lo que aumenta el riesgo de errores y formativos.

La inmediatez de la información en los medios de comunicación se ve impulsada por la competencia. Por la atención de la audiencia. La facilidad del uso de herramientas digitales, las expectativas de los usuarios por recibir información rápidamente, la proliferación de noticias falsas debido a la falta de verificación adecuada y

la falta de recursos especializados.

Para abordar la inmediatez, la información como un dilema ético. A partir del documento proporcionado se puede realizar una sistematización. Destacando los elementos claves que plantea un conflicto entre la velocidad de la difusión de la información y los valores éticos del periodismo.

La difusión sin verificación adecuada, la rapidez con la que los medios de comunicación. Pública noticia genera un riesgo para compartir información sin la debida verificación. Esto crea un dilema ético ya que la necesidad de publicar antes que la competencia a menudo se antepone a la responsabilidad. Habilidad de garantizar la veracidad de los hechos.

Proliferación de noticias falsas. En un entorno donde se premia la inmediatez. Las noticias falsas o mal verificadas se difunden con facilidad, afectando la credibilidad del medio desinformando a la audiencia. Esto plantea un dilema ético para los periodistas, quienes deben equilibrar la necesidad.

Presión por la inmediatez en los medios digitales, competencia mediática, la necesidad de ser el primero en difundir la noticia. Crea una expresión constante en los medios para publicar sin la verificación adecuada de los hechos. Esta carrera por las primicias está motivada por la competencia entre los medios y la búsqueda de atraer la mayor audiencia posible.

Dilema ético. La velocidad de la publicación compromete la calidad de la información. Los medios enfrentan el dilema de priorizar la rapidez sobre la precisión, lo que puede afectar su credibilidad y la confianza del público. El riesgo de difundir información incorrecta pone en entredicho la responsabilidad ética de informar con veracidad.

Impacto de las tecnologías de información y comunicación

Facilidad de difusión rápida. Las TIC permiten a los medios publicar noticias en tiempo real, lo que responde a la demanda de los usuarios de recibir información instantánea. Sin embargo, la rapidez con la que circula la información, no siempre va acompañada de un proceso riguroso de verificación. Es decir, que en ocasiones no pasa por ese proceso que se llama las rutinas productivas.

Ética en el uso de las tecnologías el uso de las Tics plantea. Un dilema ético, ya que los medios tienen la capacidad de difundir noticias rápidamente, pero también tienen la responsabilidad de garantizar que la información sea correcta. La falta de verificación puede llevar a la proliferación de noticias falsas un problema ético que afecta a la sociedad. Desinformación y noticias falsas.

Difusión de noticias no verificada la urgencia por publicar genera que. Difundan noticias sin una adecuada contrastación de fuentes. Este fenómeno es uno de los

principales causantes de la información en el entorno de los medios de comunicación Contemporáneos.

Implicaciones éticas de la propagación de noticias falsas o incompletas es un dilema ético grave. Los medios que priorizan la inmediatez sobre la verificación Están contribuyendo a un ecosistema de información. Lo que impacta negativamente en la confianza del público y el Bienestar Social.

La responsabilidad periodística y verificación de la información

La falta de departamento de Fact checking, en el caso de los medios de comunicación, el documento señala que no existe una estructura especializada en la verificación de datos. Esta carencia compromete la calidad y fiabilidad de la información que se difunde.

Dilema ético en la verificación la falta de verificación adecuada plantea un desafío ético, ya que los medios tienen la obligación de informar de manera precisa y confiable difundir información sin corroborarla. Es una violación de los principios éticos fundamentales del periodismo.

Expectativas del público y conformismo informativo

Expectativas de inmediatez los usuarios de plataformas digitales esperan recibir información a tiempo real, lo que genera hubo una presión adicional en los medios para satisfacer esas expectativas, sin embargo, esta inmediatez puede ir en detrimento de la precisión y calidad de la información.

Ética de la audiencia los usuarios también enfrentan un dilema ético, ya que a menudo consume y comparte información sin verificar su velocidad. Esta actitud conformista contribuye a la difusión de desinformación y colocan a una mayor responsabilidad en los medios para actuar con integridad.

Consecuencias éticas en la credibilidad de los medios

Pérdida de credibilidad, la difusión de información errónea como resultado de la prisa por publicar puede llevar a una pérdida significativa de credibilidad para los medios. Lo que se señala como de vital importancia para que los medios adopten métodos y procesos que garanticen la verificación de los datos antes de su publicación.

Dilema ético de la confianza pública en el compromiso de los medios de mantener la confianza pública es central. En su misión ética, la falta de verificación pone en peligro esta confianza, lo que afecta no solo al medio, sino también, a la calidad del debate público y en la toma de decisiones en la sociedad.

En conclusión

La inmediatez de la información representa un dilema ético para los medios de comunicación, ya que enfrentan la tensión entre satisfacer las demandas de rapidez y cumplir con la responsabilidad de informar de manera veraz y precisa. Las tecnologías que facilitan la difusión rápida de noticias también plantean un desafío ético y la falta de verificación adecuada exacerba el problema y la desinformación. Los medios deben equilibrar la necesidad de la inmediatez con su obligación ética y proporcionar información. De calidad, manteniendo la credibilidad y la confianza de la audiencia.

CAPÍTULO I

FUENTES PERIODÍSTICAS Y VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Gisselle Tamara Medina Reyes

medinareyes@upse.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-7226-6252>

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

Benjamín Wilson León Valle

bleon@upse.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-3374-5207>

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

RESUMEN

La verificación de información no es un término nuevo dentro del periodismo, sobre todo en la comprobación e indagación de información como parte significativa del trabajo, una labor y responsabilidad del periodista y con la sociedad. En este sentido la investigación abordó el valor que tiene la contrastación de información, se demuestra la importancia de las fuentes periodísticas para la verificación de información en el medio El Profe Tv, mediante la adaptación de métodos y procesos en el estilo informativo, en el que el canal presente confiabilidad para la audiencia. La metodología de la Investigación es aplicada, el enfoque cuanti-cualitativo, el diseño descriptivo, para el trabajo de campo se la realizó con la técnica de encuesta realizada a los suscriptores de la Parroquia Manglaralto, además, la entrevista al dueño del canal de información digital, lo cual, permitió conocer el tratamiento que el medio le brinda a la información antes de difundirla. La investigación, se desarrolló con la finalidad de conocer si El Profe Tv, se enfoque en desarrollar contenidos con criterios

de eficacia, con carácter verificable, no solo generar contenido, también, comprobar el lugar en el que suceden los acontecimientos, es decir el lugar de los hechos. Como resultado se puede indicar que El Profe Tv, ha implementado técnicas e instrumentos para el proceso de verificación de la información, para los comunicadores es una condición sine qua non el uso responsable de herramientas digitales.

Palabras clave: Fuentes periodísticas; noticias falsas; verificación de información.

INTRODUCCIÓN

El Profe Tv, es un canal de información digital situado en la parroquia Manglaralto, que dispone de mucha aceptación y acogida, principalmente en las comunidades de la zona norte en la provincia de Santa Elena, Ecuador. El objetivo de la investigación es demostrar la importancia de la validación y comprobación de la información que realiza el medio de comunicación digital El Profe Tv, en el que las herramientas periodísticas son importantes, para alcanzar resultados y generar credibilidad en la audiencia.

Vizoso *et al.* (2018) en la investigación titulada: Habilidades tecnológicas en su perfil de fact checker para la investigación de la información en la sociedad refiere:

Si de prácticas periodísticas se trata, el “Fact-checking” se ha convertido en una de las más importantes actualmente, es verdad que para hacer periodismo siempre ha sido trascendental filtrar las noticias por un proceso de verificación, en este sentido, las redes sociales y las plataformas digitales en internet, se vuelve un núcleo vital para las empresas periodísticas (Vizoso *et al.*, 2018).

Tal como mencionan los autores, los procesos de verificación siempre son significativas, más aún si existen las redes sociales, donde en ocasiones existen difusión de noticias falsas, no verificadas o realidades a medias, una labor del periodista que se vuelve relevante, puesto que con el fact-checking se puede entregar a la comunidad trabajos de calidad (Cabello, 2019) en el artículo titulado; La verificación de noticias y el problema de la inmediatez: Análisis de cobertura de una noticia falsa en Medios Digitales chilenos, menciona:

En países como Estados Unidos los procesos de verificación no se rige tan solo por un método, los medios de comunicación en este territorio cuentan con un grupo de periodísticas factcheckers o correctores de hechos quienes se encargan de contrastar las noticias llegadas al medio y corregir redacciones antes de emitir un informativo. (Cabello, 2019)

En este artículo se menciona que los medios de comunicación digitales deben adaptarse al contexto, si están comprometidos a divulgación de contenidos las veinticuatro horas al día, también debe estar comprometidos a la verificación de estas noticias antes de ser publicadas, el periodismo tiene la función de brindar información

de pudor, pero en algunos casos, existen errores al momento de informar, cuando no se emplea el tiempo suficiente para verificar las noticias llegadas al medio, como consecuencia esto se generará una serie de complicaciones y que el medio pierda credibilidad y confianza de su audiencia.

Cusot & Palacios (2019) en su investigación titulada: *Las Fake News y las estrategias de verificación del discurso público Caso Ecuador Chequea* manifiestan; Actualmente todas las personas dentro del territorio ecuatoriano tienen libre acceso de información, sin embargo, irónicamente la población vive en estado de desinformación o informados a medias porque no se limitan a contrastar que tan real es lo que se está leyendo o escuchando a través de los medios, las TIC revolucionaron la forma en la que se difunden la información, pero esta misma revolución desencadenó un problema grave, como son la proliferación de noticias falsas. Con el avance de las nuevas tecnologías, el ser humano se vuelve conformista, dependiente de lo que estas presenten, sin tomarse la molestia de indagar respecto a los hechos que suscitan noticias, por lo tanto, es importante contrastar la información y despertar la curiosidad para así estar al tanto de todo lo que acontece en el territorio nacional. Zambrano (2017) en su investigación titulada: *La importancia y necesidad de un departamento de fact checking (verificación) en los medios de comunicación. Estudio desde la experiencia del portal Ecuador Chequea*, hace referencia: El Fact checking o verificación de datos no es un término nuevo en el periodismo; sin embargo, dentro del territorio no existen medios de comunicación que destinen un área específica o un departamento dedicado a esta labor para evitar la circulación de noticias falsas.

El problema existente en el Ecuador dentro de los medios de comunicación digitales es que sus bases son mayormente empíricas, sin mayores estudios referentes a como informar sobre un hecho, por lo tanto, se omite la importancia que se tiene al verificar la información llegada a la mesa de redacción y esto desencadena una ola de noticias falsas circulando por la red afectando a las audiencias, quienes no contrastan la información que leen o escuchan a través de los medios. Si el medio no consta de expertos en la verificación de noticias, lo más probable es que posean errores, sean en la obtención, proceso o tratamiento de información, la labor del periodismo debe regirse bajo estándares de excelencia y objetividad, independientemente del medio donde se emita la información, esta debe ser expresada lo más cercana a la realidad posible.

La importancia de las fuentes periodísticas para la presentación de la información

Las fuentes periodísticas son instrumentos que los periodistas y representantes de la comunicación usan para la verificación de hechos noticiosos, Edson Pilco en investigación destaca que: “Las fuentes de información permiten saber lo sucedido

ante una situación, sin embargo, para comprobarlo, es necesario acudir a la cantidad necesaria de ellas para dar con lo acontecido para tener una visión objetiva, no es recomendable dejarse llevar de una sola fuente pues esta puede representar un sesgo de información” (Pilco, 2017, p. 14). El no corroborar las fuentes de la forma correcta y dejarse llevar tan solo de una visión de lo sucedido genera sesgos de información, y estos a su vez son el detonante de la propagación de noticias falsas.

Para Aránzazu, el proceso de la información ha sido una actividad esencial en diversos ámbitos sobre todo en los medios de comunicación al realizar un estudio sobre algún suceso, en el que: Los comunicadores sociales que usan redes sociales opinan ser ciudadanos para evitar la propagación de noticias falsas que llegan de ellos a través de imágenes o textos sin fundamentos. La propagación de información sin verificar es un desencadenante peligroso de desinformación que solo puede ser detenido con la correcta verificación de datos para la difusión de información real y precisa bajo los lineamientos de la objetividad (2019, p. 1288).

La información no solo debe ser dirigida por los profesionales de comunicación que yacen en los medios, estos deben ser manejados por todos los integrantes de una sociedad, como parte de su cultura, su derecho, mediante la forma en la que esta elija, de forma tradicional o digital, es la necesidad de todos permanecer informados (Cao, 2020, p. 14).

El de interés por parte de las audiencias en referencia a la obtención de información pone en alerta a los profesionales de la comunicación, quienes deben permanecer actualizados en base a los cambios e innovación que cada día se genera al momento de compartir información para de esta forma brindar noticias con objetividad.

Según Pere et al., al obtener información a través de las fuentes, esta se convierte en la estructura principal en la redacción de noticias, en esta se manifiesta: “La obtención de información desencadena un periodismo estructurado y precisa una eficiente definición de calidad de información. Es decir, permite estructurar de forma apropiada las bases investigativas sobre las que se construye todo el diseño informativo” (2017, p. 1076).

En la aplicación de los métodos de recolección de información, son las diferentes formas o maneras de obtener información. El obtener ideas esenciales y determinar el tipo de expresiones subliminales hace explícita la idea de elaborar un producto comunicacional sin ambigüedades y en base a los principios como la equidad, objetividad, confidencialidad, veracidad e imparcialidad en un entorno mediático marcado por la persuasión y manipulación de los grandes medios de comunicación (Barceló, 2020, p. 13). La responsabilidad que tienen los profesionales de comunicación en la obtención de información es importante, pues esta permitirá trabajar bajo los lineamientos de objetividad a fin de mostrar un panorama real en temas importantes para el Estado, la política, la cultura general y la economía en la nación.

Verificación de la información

Para López et al., la comprobación de información es el desarrollo de justificación de datos testificados que sean puntuales en antecedentes originales, donde refieren que: La verificación de datos es un método muy fundamental en las empresas informativas, es la responsable de que la institución no caiga en temas de acusaciones de desinformación que desmerezcan a muchos medios. Los medios de comunicación deben hacer énfasis en el uso de varias herramientas que eviten perder credibilidad, por lo que sistemas de verificación de información son viables para lograr algún propósito (2017, p. 118). A medida que aumenta la cantidad de información en el internet, es necesario comprobar la veracidad de la información, para no caer en noticias falsas generadas por la desinformación que llega a incluso a confundir y fomentar equivocaciones.

En los últimos años se ha puesto en evidencia que la verificación de información es una habilidad indispensable en cualquier forma de producción periodística, sin embargo a raíz de la fácil propagación de las noticias falsas, medios de comunicación pusieron en marcha un plan estratégico que ayude a desmentir este tipo de información que solo dañan los sistemas comunicativos en una sociedad (Stencel & Griffin, 2018, p. 131). Evitar a toda costa la propagación de noticias falsas o desmentirlas, es una de las nuevas labores que tienen hoy en día los medios de comunicación, de aquí la necesidad e importancia de verificar cada uno de los informes que llegan a la mesa de redacción.

Tratamiento de información

Para Berlanga y Sánchez, que el procesamiento de datos depende de una estructura de aprobación o recepción eficaz, donde manifiestan que el: Tratamiento de información concierne en la obtención de fuentes que serán estudiadas y verificadas a fin de encontrar una verdad objetiva que satisfaga las necesidades informativas. Este proceso se basa bajo el enfoque de relato publicado por los diferentes medios como un paso importante antes dar a conocer una noticia (2017, p. 486).

El tratamiento por parte de los periodistas es una labor de procesamiento de noticias, están al tanto de la sensatez de los sucesos por diversas fuentes, para que la audiencia pueda comprender la información. Tomando como ejemplo casos de suicidios, el contexto de verificación se da, pero con el objetivo de reservas para los implicados en el caso, esta redacción es un caso especial en donde la mayoría de los datos los reserva el medio con las respectivas autoridades y personas involucradas (Beam & Yaqub, 2017, p. 61). El tratamiento periodístico en este tipo de situaciones se reserva solo como una herramienta que ayude a esclarecer sucesos y no necesariamente debe ser publicado por cuestiones éticas independientes de cada institución,

pero que sigue siendo una excepción a la regla importante de señalar.

Fuentes de información

Para Acosta *et al.* (2017) las fuentes de información están para satisfacer las necesidades informativas, donde refieren que:

A la hora de determinar la agenda de medios desarrollen rutinas de producción periodística operacionales con el fin de contrastar datos de forma eficaz. Es decir, el medio antes de publicar una noticia debe realizar el proceso de comprobación, siendo un rol vital si se pretende posicionarse como un objeto de estudio (p. 1507).

Las fuentes de información es aquel emisor de antecedentes del que se vale el profesional de los medios de comunicación para elaborar una nota periodística. Con el avance de las técnicas de información, comunicación y el internet, la cantidad de fuentes investigativas creció de forma exponencial, más allá de las fuentes tradicionales, la digitalización trajo consigo mayores beneficios a través de aplicaciones móviles y redes sociales (Xiang, 2018, p. 25).

Las TIC han sido un impulso en el ámbito investigativo y de verificación, sin embargo, no todas estas fuentes son completamente confiables, existen riesgos importantes que los medios de comunicación deberán aprender a discernir para brindar calidad informativa.

MATERIALES Y MÉTODOS

En este presente trabajo de investigación es de Tipo Aplicada, según Lozada (2014) en su investigación sostiene que “el objetivo de un proyecto es crear conocimientos que se apliquen directamente en el mediano plazo en el campo de la sociedad o la producción” (p. 35). Dentro de este se busca conocer y profundizar sus objetivos de estudios y reciprocidad de la obtención de datos puntuales, contrastados para una excelencia verificación de información.

Con relación al enfoque cuanti-cualitativo; Creswell (2008) argumenta que “estos estudios también conocidos como mixtos combinan metodologías cuantitativas y cualitativas en una investigación para comprender y analizar de una forma más óptima” (p. 20).

Por consiguiente, el enfoque cuantitativo permitirá recabar y obtener información imprescindible sobre la importancia de la correcta verificación de las fuentes periodísticas, una vez procesada, se representará gráficamente para su análisis y sustentar la propuesta abordada. Mediante el enfoque cualitativo, se analizará los criterios sobre la importancia de uso oportuno de las fuentes para la verificación de información de El Profe Tv.

Los resultados obtenidos serán procesados y evaluados, en este contexto, el estudio de las fuentes periodísticas y verificación de información en El Profe Tv, de la Parroquia Manglaralto, servirá para explorar aspectos importantes que permitan de la mejor manera y de forma eficiente el proceso del tratamiento de información difundida a la audiencia.

Del mismo modo, se menciona que este estudio, se basa en una investigación de campo, Arias y Covinos (2021) afirman que “este estudio se realiza en el mismo lugar y en el tiempo donde ocurre el fenómeno de estudiar y su objetivo es levantar información ordenada y sistemática en referente al tema planteado en la investigación” (p. 67).

Esto significa, que esta estrategia de búsqueda se realizó mediante la aplicación del uso de las técnicas y herramientas de recolección de datos, a la entrevista con el director del medio por ser parte del objetivo de estudio.

De la misma manera, se aplicará la técnica de entrevista, Saldaña y Urcia (2010) la describen como “una técnica para recolectar datos de forma cualitativa a través de la plática entre el entrevistador y una persona relevante para la investigación con el fin de aportar criterios claves para el estudio” (p. 118).

Por ello, la entrevista consistirá en un interrogatorio realizado al director del medio de comunicación, siendo la persona idónea en el tema abordado, puesto que permitirá obtener información relevante, por lo cual se considera útil para la enseñanza y formación.

Como instrumento se establece una entrevista estructurada, que según Arias (2012) “se realiza a través de una guía prediseñada que contiene preguntas de carácter científico donde se aplicará al entrevistado” (p. 73). En este caso, al emplear esta herramienta el objetivo es comparar los diferentes criterios de los entrevistados sobre el tema investigado.

Otro de los instrumentos empleados fue el cuestionario, Hernández (2014) indica que el mismo consiste en “una serie de preguntas previamente diseñada sobre una o más variables a medir. De modo que, esta serie de preguntas es una herramienta útil dentro de la investigación y tiene como finalidad obtener información de los encuestados”.

En este trabajo está direccionado a identificar los diferentes criterios de los suscriptores de El Profe Tv, de la parroquia Manglaralto, respecto a la elaboración, tratamiento y difusión de información.

El universo o población, para Condori (2020) “el universo son los elementos globales, finitos e infinitos” (p. 2); es decir, es un conjunto total de elementos que son indagados dentro del objetivo de estudio, en este sentido se considera como universo el total de seguidores que posee el medio de comunicación digital. De este modo, se

procede a señalar que la población que se ha considerado para la investigación es de 29.700 suscriptores que corresponden solo a la parroquia Manglaralto, según estadísticas dadas por la fanpage del medio que corresponden al 55% de sus seguidores. Respecto a la muestra, según (Condori, 2020) esta señala: “la parte representativa de la población, con las mismas características de la población” (p.2). En esta línea de pensamiento. Se escogió el muestreo aleatorio simple, según Otzen y Manterola (2017) este tipo de muestreo indica que todos los individuos pertenecen a la población y que a su vez todos pueden ser parte de la muestra, lo que significa que la probabilidad de selección de un sujeto es independiente a las demás pertenecientes a la población. La fórmula para obtener la muestra es la siguiente:

$$\frac{k^2 * P * Q * N}{n * e^2 * (N - 1) + k^2 * P * Q}$$

El resultado de la aplicación de la muestra es de 380 suscriptores. Para esta selección se adaptó los criterios de inclusión y exclusión. Inclusión, conformada por una gran parte de suscriptores, a las personas de 18 a 60 años; exclusión, a menores de 18 años, debido a que las respuestas pueden presentar imparcialidad y no ajustarse a los resultados del estudio planteado.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La encuesta, se ejecutó mediante el formulario de Google de manera virtual, una vez concluida la encuesta a los 380 suscriptores del medio de comunicación El Profe Tv, los resultados fueron procesados mediante el programa estadístico IMM SPSS Statistics, aplicando cuadros de doble entrada, utilizando estadística inferencial, almacenando y ordenando los datos para obtener tablas y gráficos. Se empleó el diseño de gráfico en forma de pastel para procurar una presentación porcentual a los resultados. Luego a esto, se comparó y se interpretó los datos arrojados a través del método estadístico.

En relación, con la obtención de resultados de la entrevista, se remitió un documento a través de la aplicación de WhatsApp al director del medio, sobre la temática abordada requiriendo acceder a la entrevista de forma virtual o escrita, respondiendo a los cuatros interrogantes que favorecen al estudio. A fin de, llevar un estudio, se tabuló en n cuadro de doble entrada, para luego efectuar un análisis y observación general por la investigadora, por ende, verificar que autores defiendan el pensamiento de la investigadora. Los datos de la encuesta realizada a los suscriptores del El Profe Tv, de la parroquia Manglaralto, mediante el cuestionario en escala de Likert, los cuales serán valorados y analizados.

Respecto a la pregunta de a qué comuna de la parroquia Manglaralto pertenecen, los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 7.4% (28 personas de Sinchal), el 8.2% (31 personas de Barcelona), el 13.9% (53 personas de San Pedro), el 10% (38 personas de Valdivia), el 2.9% (11 personas de Sitio Nuevo) el 6.8% (26 personas de Libertador Bolívar), el 3.9% (15 personas de San Antonio), el 5.5% (21 personas de Cadeate), el 1.1% (4 personas de Río Chico), el 0.8% (3 personas de Pajiza), el 1.1% (10 personas de Dos Mangas), el 9.7% (37 personas de Montañita), el 11.1% (42 personas de Olón), el 3.4% (13 personas de Curia), el 5.0% (19 personas de San José), el 4.5% (17 personas de Las Núñez), el 3.2% (12 personas de Sinchal), es decir la comuna San Pedro tiene el mayor porcentaje del 13.9% equivalente a 53 suscriptores encuestados.

Tabla 2. Encuesta a los suscriptores de El Profe Tv, de la Parroquia Manglaralto. Género

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	174	45.8%
Masculino	206	54.2%
Total	380	100%

Fuente: Elaborado por Gisselle Tamara Medina Reyes

De los 380 suscriptores encuestados, el porcentaje de hombres y mujeres es muy parejo, donde el 45.8% pertenece al sexo femenino, y el 54.2% masculino.

Tabla 3. Encuesta a los suscriptores de El Profe Tv, de la Parroquia Manglaralto. Rango de edad

Escala	Frecuencia	Porcentaje
18-30	162	42.6%
30-60	149	39.2%
60 en adelante	69	18.2%
Total	380	100%

Fuente: Elaborado por Gisselle Tamara Medina Reyes

De los suscriptores de El Profe Tv, de la parroquia Manglaralto, se seleccionó una población cuyo rango de edad van: de 18-30 años con el 42.6% (162 personas), 39.2% (149 personas) de 30-60 años, 60 en adelante con el 18.2% (69 personas).

Tabla 4. Encuesta a los suscriptores de El Profe Tv, de la Parroquia Manglaralto ¿Para la difusión de información es necesario contrastar las fuentes periodísticas?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	263	62.2%
De acuerdo	92	24.2%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	23	6.1%
En desacuerdo	1	0.3%
Muy desacuerdo	1	0.3%
Total	380	100%

Fuente: Elaborado por Gisselle Tamara Medina Reyes

Respecto a la cuarta pregunta los suscriptores de El Profe Tv reaccionaron que la difusión de información es necesario la contrastación de las fuentes periodísticas, de la siguiente manera: el 0.3% (1 persona) está Muy desacuerdo, el 0.3% (1 persona) está En desacuerdo, el 6.1% (23 personas) Ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 24.2% (92 personas) De acuerdo, el 69.2% (263 personas) Muy de acuerdo, se deduce que, es significativa la contrastación de información mediante la recolección para la correcta difusión de noticias al respecto con ética y responsabilidad.

**Tabla 5. Encuesta a los suscriptores de El Profe Tv, de la Parroquia Manglaralto
¿Es necesario usar fuentes periodísticas como una técnica que ayude al canal digital de información a publicar información?**

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	266	70%
De acuerdo	110	28.9%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	3	0.8%
En desacuerdo	1	0.3%
Muy desacuerdo	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Elaborado por Gisselle Tamara Medina Reyes

La quinta pregunta los suscriptores de El Profe Tv revelan lo siguiente: el 0% (0 personas) está Muy desacuerdo, el 0.3% (1 persona) está En desacuerdo, el 10.3% (39 personas) Ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 28.9 % (110 personas) De acuerdo, el 70% (266 personas) Muy de acuerdo, indican que es indispensable que se realice la aplicación de fuentes de datos confiables y que de esta manera El Profe Tv pueda hacer pública su información.

**Tabla 6. Encuesta a los suscriptores de El Profe Tv, de la Parroquia Manglaralto
¿Acudir a fuentes periodísticas para obtener información permitirá ganar credibilidad al canal de información digital El Profe Tv?**

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	212	55.8%
De acuerdo	128	33.7%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	39	10.3%
En desacuerdo	1	0.3%
Muy desacuerdo	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia

Los suscriptores como el público objetivo, reaccionó a la sexta pregunta, Acudir a fuentes periodísticas para obtener información permitirá ganar credibilidad, de modo que: el 0% (0 personas) está Muy desacuerdo, el 0.3% (1 persona) está En desacuer-

do, el 10.3% (39 personas) Ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 33.7% (128 personas) De acuerdo, el 55.8% (212 personas) Muy de acuerdo, se entiende que, El Profe Tv, al manejar su correcta búsqueda de información resalta el dominio de confiabilidad por parte de sus seguidores.

**Tabla 7. Encuesta a los suscriptores de El Profe Tv, de la Parroquia Manglaralto
¿Contrastar información a través de las Fuentes periodísticas permitirá a El Profe Tv, posicionarse con agencia de noticias?**

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	177	46.6%
De acuerdo	169	44.5%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	32	8.4%
En desacuerdo	2	0.5%
Muy desacuerdo	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia

La séptima pregunta dirigida a los suscriptores, si contratar información a través de las fuentes permitirá a El Profe Tv, posicionarse como agencia de noticias de esta manera: el 0% (0 personas) está Muy desacuerdo, el 0.5% (2 personas) está En desacuerdo, el 8.4% (32 personas) Ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 44.5% (169 personas) De acuerdo, el 46.6% (177 personas) Muy de acuerdo, esto hace referencia, que la audiencia exterioriza que El Profe Tv pueda establecerse como agencias de noticias, por el manejo de información que realiza, sin embargo mediante este interrogante se destaca, que la audiencia no tiene una idea clara de la función de que realizan las agencias de noticias, la cual, son organizaciones que recolectan noticas y las distribuyen en los medios de comunicación, para dar a conocer sucesos con mayor rapidez.

**Tabla 8. Encuesta a los suscriptores de El Profe Tv, de la Parroquia Manglaralto
¿Para garantizar la calidad periodística es necesario que las fuentes de verificación de información que El Profe Tv usa sean fiables?**

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	303	79,7%
De acuerdo	74	19.5%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	2	0.5%
En desacuerdo	1	0.3%
Muy desacuerdo	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia

Para garantizar la calidad periodística es necesario que las fuentes de verificación de información que El Profe Tv usan sean fiables el 79.7% (303 personas) Muy de

acuerdo, en efecto, mostrando el lado auténtico, de que las fuentes son necesarias para garantizar un periodismo de calidad.

Tabla 9. Encuesta a los suscriptores de El Profe Tv, de la Parroquia Manglaralto
¿La verificación de información es un requisito que los canales de información digital deben cumplir?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	302	79.5%
De acuerdo	76	20%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	0.3%
En desacuerdo	1	0.3%
Muy desacuerdo	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia

De los suscriptores encuestados 302, que representa el 79.5% está Muy de acuerdo, que la verificación de la información debe ser un requisito que los canales de información digital deben cumplir, por lo que el canal digital debe efectuar para un mejor control en manejo de información.

Tabla 10. Encuesta a los suscriptores de El Profe Tv, de la Parroquia Manglaralto
¿La insuficiente verificación de información hace ocasionalmente los canales de información digital comuniquen noticias falsas?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	268	70.5%
De acuerdo	110	28.9%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	0.3%
En desacuerdo	1	0.3%
Muy desacuerdo	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia

Los suscriptores como el público objetivo, reaccionó a la décima pregunta de la siguiente manera: el 0% (0 personas) está Muy desacuerdo, el 0.3% (1 persona) está En desacuerdo, el 0.3% (1 persona) Ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 28% (110 personas) De acuerdo, el 70.5% (268 personas) Muy de acuerdo, puesto que, mediante los resultados obtenidos, la audiencia nos indica que la insuficiencia revisión de información provoca que en ocasiones los canales de información digitales difundan noticias falsas de forma relativa, donde cualquier contenido con aspecto de noticia verificada es capaz de forjar un impacto en el público.

**Tabla 11. Encuesta a los suscriptores de El Profe Tv, de la Parroquia Manglaralto
¿Para el tratamiento de información, El Profe Tv debe verificar correctamente los datos antes de publicarlos?**

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	271	71,3%
De acuerdo	108	28,4%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	0,3%
Muy desacuerdo	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Elaborado por Gisselle Tamara Medina Reyes

Los suscriptores como el público objetivo, reacciono a la pregunta, Para el tratamiento de información, el Profe Tv debe verificar correctamente los datos antes de publicarlos, de esta manera: el 0% (0 personas) está Muy desacuerdo, el 0% (0 personas) está En desacuerdo, el 0% (0 personas) Ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 28.4% (108 personas) De acuerdo, el 71.3% (271 personas) Muy de acuerdo, en efecto, la mayor parte de los encuestados indican que El Profe Tv, antes de dar a conocer la información al público, se debe realizar un estudio minucioso sobre los hechos, para evitar errores periodísticas.

**Tabla 12. Encuesta a los suscriptores de El Profe Tv, de la Parroquia Manglaralto
¿La verificación de datos es una estrategia en el tratamiento de la información periodística?**

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	271	71,3%
De acuerdo	108	28,4%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	0,3%
Muy desacuerdo	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Elaborado por Gisselle Tamara Medina Reyes

La pregunta de la encuesta dirigida a los suscriptores indican los siguiente: el 0% (0 personas) está Muy desacuerdo, el 0% (0 personas) está En desacuerdo, el 14.7% (56 personas) Ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 21.8% (83 personas) De acuerdo, el 63.4% (271 personas) Muy de acuerdo, se evidencia el lado positivo por parte de los suscriptores, puesto que, la verificación de datos es una de las tácticas en el procedimiento de la información, siendo uno de los principios esenciales del periodista, con la finalidad de ofrecer contenidos de calidad.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo, a lo mencionado se desglosa esta sección con relación al estudio de los hallazgos encontrados, mediante la utilización de la encuesta, un análisis cuantitativo, donde se logra evidenciar a la validez e importancia de la aplicación de las fuentes periodísticas y la verificación de la información en El Profe Tv, de la parroquia Manglaralto, mediante la utilización de encuestas de percepción al público objetiva.

Con respecto a la evaluación de la validez de los resultados obtenidos a través de las técnicas y herramientas aplicadas, se pueden identificar lo siguiente: herramientas e instrumentos utilizados que permiten una comprensión objetiva sobre la realidad de la temática abordada, es así que, son los resultados relevados que responden adecuadamente al proyecto de investigación y a la triangulación de datos obtenidos, lo cual confirma las relaciones efectivas entre las variables, objetivos, fundamentación teórica, resultados y discusión correspondiente.

Respecto al análisis de la pregunta 1 ¿Acudir a fuentes periodísticas para obtener información permitirá ganar credibilidad en el canal de información digital El Profe Tv?, se indican estos datos: el 55.8% (212 personas) Muy de acuerdo, el 10.3% (39 personas) Ni en acuerdo ni desacuerdo. Pilco (2017) evidencia que las fuentes periodísticas permiten conocer los sucesos ante situaciones, sin duda, no es recomendable dejarse llevar de una sola fuente pues esta puede representar un sesgo de información.

En relación con la pregunta 2 ¿Para garantizar la calidad periodística es necesario que las fuentes de verificación de información que El Profe Tv usa sean fiables?, se mencionan los siguientes datos: el 19.5% (74 personas) De acuerdo, el 79.7% (303 personas) Muy de acuerdo. Otzen y Manterola (2017) destacan que la veracidad de una información se ve ligada a la calidad del texto, permitiendo que el lector diferencie un texto periodístico de calidad a diferencia de divulgaciones poco confiables.

Por consiguiente, la pregunta 3 ¿La insuficiente verificación de información hace ocasionalmente los canales de información digital comuniquen noticias falsas? Se indican estos datos: el 28.9% (110 personas) De acuerdo, el 70.5% (268 personas) Muy de acuerdo. Stencil y Griffin (2018) aportan que dentro de la verificación se opta por evitar a toda costa la propagación de noticias falsas o desmentirlas, siendo una de las labores que tienen hoy en día los medios de comunicación de verificar cada uno de los informes que llegan a la mesa de redacción.

Finalmente, la pregunta 4 corresponde ¿Para el tratamiento de información, El Profe Tv debe verificar correctamente los datos antes de publicarlos? Se mencionan a estos datos: el 28.4% (108 personas) De acuerdo, el 71.3% (271 personas) Muy de acuerdo. López et al., (2017) aportan mediante su criterio que los medios de comunicación deben hacer énfasis en el uso de varias herramientas que eviten perder credibilidad y así ser viables para lograr ese propósito de difundir información.

Posteriormente al realizar la investigación, se alcanza a detallar de acuerdo con los resultados, que se establece la importancia de las fuentes periodísticas y verificación de información que debe tener el canal de información digital, es decir son útiles para la difusión de información, por ende, El Profe Tv, debe adaptarse a los diferentes métodos y procesos para poseer una mejor postura en el estilo periodístico, de tal forma que la audiencia lo considere como un canal de confiabilidad.

A continuación, se concertará la información obtenida a través de la técnica de la entrevista, un análisis cualitativo que tiene como objetivo, establecer si existe una relación con la temática abordada.

De manera general, el Director de El Profe Tv, indicó en la primera pregunta que las noticias falsas son las que se difunden con rapidez, en su momento se realizaron errores periodísticos, induciendo la pérdida de credibilidad de los espectadores, este aspecto concuerda con Aránzazu (2019) que resalta que la divulgación de información sin contrastar “es una causa difícil de desinformación que puede ser obstaculizada con la correcta verificación para la propagación de información fiable establecida bajo los lineamientos de la inmediatez” (p.1288).

Asimismo, en la segunda pregunta el entrevistador indicó que, respecto a la gestión de medio, ellos solo cuentan con corresponsales ciudadanos, quienes dan a conocer sucesos que acontecen dentro de las diferentes comunidades. Pues, la información receptada la proceden a contrastar y para su pertinente publicación, juicio que relaciona con Pere et al., (2017) mencionan que “la obtención de información se refleja un periodismo estructurado con precisión, es decir mediante la obtención a través de las fuentes, permitiendo estructurar de forma correcta las noticias para un diseño informativo con excelencia” (p.1076).

Luego la tercera pregunta el entrevistado expresó lo siguiente, que operan sus propios contenidos, sin embargo en ocasiones replican contenidos de medios de comunicación que representen responsabilidad y veracidad, estos aspectos conciertan con Aguilar y Rodríguez (2018) donde expresan que “los medios de comunicación tienen que basarse en aspectos de concientización y no de monetización, pues, su labor de informar deber ir ligada con formar conocimientos para obviar y suprimir problemas que firmemente existan en la sociedad” (p.367).

Finalmente en la cuarta pregunta el dueño de El Profe Tv, recalca que para el tratamiento de información, siempre es imprescindible la comprobación de la información concurriendo a varias fuentes, la cuales permitirá proporcionar la excelente información, por lo tanto, es necesario acudir al lugar donde suscitan los hechos y poder profundizar la noticia, juicio que se relaciona con Berlanga y Sánchez (2017) donde puntualizan que “el tratamiento de información concierne en la obtención de fuentes que serán estudiadas y comprobadas a fin de hallar una realidad objetiva que satisfaga las necesidades periodísticas” (p.486).

En conclusión, por medio de la validez de los resultados obtenidos, se puede determinar que responden a la hipótesis y preguntas de investigación, por lo tanto, esta investigación consiste en una contribución, puesto que se condescendió abordar una problemática sobre el manejo de información antes de difundirla, y así poder identificar la credibilidad y transparencia de la desinformación facilitando una alternativa de solución.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, R., Brunet, M., & Córdoba, J. (2017). *Revista Latina de Comunicación Social*. <http://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/639>
- Aguilar, D., & Rodríguez, C. (2018). El femicidio en la prensa ecuatoriana: análisis de contenido de los diarios "El Universo" y "El Comercio". *Revistas Científicas Complutenses*, 367. doi:<https://doi.org/10.5209/ESMP.59935>
- Aránzazu, R. (2019). Academia.edu. Obtenido de Academia.edu: https://www.academia.edu/download/65118733/APROXIMACION_PERIODISTICA_Y_EDUCOMUNICAT.pdf#page=1281
- Arias, F. (2012). Modelo cerca de Mentoring para la innovación en Insumma BG. *Revista de Investigación Educativa*, 73. https://www.researchgate.net/profile/Congreso-Ciani/publication/320622807_MODELO_CERCA_DE_MENTORING_PARA_LA_INNOVACION_EN_INSUMMA_BG_SA/links/59f1e2b6458515bfd081c363/MODELO-CERCA-DE-MENTORING-PARA-LA-INNOVACION-EN-INSUMMA-BG-SA.pdf
- Barceló, M. (2020). Eumed.net. doi:<https://orcid.org/0000-0002-1752-4359>
- Beam, J., & Yaqub. (2017). Compliance with the WHO guidelines on suicide reporting. An analysis of the Spanish digital press (2010-2017). En *Compliance with the WHO guidelines on suicide reporting. An analysis of the Spanish digital press (2010-2017)* (pág. 61). https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/12801/1/Cumplimiento_Oliver_Doxa_Comunicacion_2021_es.pdf
- Berlanga, I., & Sánchez, M. (2017). *Revistas Científicas Complutenses*. doi:<https://doi.org/10.5209/HICS.62269>
- Cabello, J. (2019). La verificación de noticias y el problema de la inmediatez: Análisis de cobertura de una noticia falsa en Medios Digitales chilenos. 142. doi:<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7246>
- Cao, Y. (Septiembre de 2020). E-Prints Complutense. Obtenido de E-Prints Complutense: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/64217/>

- Condori, P. (2020). Acta Académica. Obtenido de Acta Académica: <https://www.aacademica.org/cporfirio/18>
- Creswell, J. (2008). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Revista Electrónica Educare*, 20. <https://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf>
- Cusot, G., & Palacios, I. (2019). Las fake news y las estrategias de verificación del discurso público: Caso Ecuador Chequea. 89. doi:<https://doi.org/10.18272/pd.v3i1.1558>
- Echeverría, M., & Gonzalez, R. (2018). La calidad como valor añadido determinante en el consumo de contenidos informativos de pago en internet. *Revista Profesional de la Información*, 3. doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.07>
- Echeverría, M., & González, R. (2018). La calidad como valor añadido determinante en el consumo de contenidos informativos de pago en internet. *Revista Profesional de la Información*, 3. doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.07>
- Hernández, R. (2010). Convivencia escolar y solución de conflictos mediante la investigación como estrategia pedagógica. *Revistas Científicas*, 69. <http://hdl.handle.net/11323/2090>
- Hernández, R. (2014). Metodología de Investigación. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Huaman, G. (2005). Edmodo como Herramienta Virtual de Aprendizaje. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6183849>
- López, J., Pereira, X., & Vizoso, Á. (2017). Habilidades tecnológicas en el perfil del fact checker para la verificación de la información en la sociedad red. Obtenido de <https://scholar.archive.org/work/7ttgmxykw5d67alqglzic56ofu/access/wayback/http://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/index.php/ec/article/download/356/pdf>
- Lozada, J. (2014). Centro de Investigación en Mecatrónica y Sistemas Interactivos. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>
- O'Neill, D., & Harcup, T. (2017). Artificial intelligence and journalism: a tool to fight disinformation. *Revistes Catalanes amb Accés Obert*, 54. <https://raco.cat/index.php/RevistaCIDOB/article/view/368366/462261>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext&tlng=pt
- Pere, F., Pérez, M., & Codina, L. (2017). <http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/nov/07.html>

- Pilco, E. (2017). Fuentes de información que se utiliza en el Periodismo Político de los diarios Sin fronteras y Los Andes en la región Puno. El Puno, Perú: Universidad del Puno. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/15582/Pilco_Ccari_Edson_Demy.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Roca, J. E. (2021). Verificación de los hechos: aplicación metodológica en el medio de comunicación El Bacán. doi:<https://orcid.org/0000-0002-1096-4693>
- Saldaña, J., & Urcia, L. (2010). Introducción a la Metodología de la Investigación Científica. <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Sánchez, N. (2019). Generación y uso inadecuado de información en ámbitos académicos y su influencia en entornos sociales: Generación y uso inadecuado de información en ámbitos académicos y su influencia en entornos sociales: Desinformación, sobreinformación y misinformación. https://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/138/1/13_informacion_desinformacion_javier_tarango_fidel_gonz%C3%A1lez_qui%C3%B1ones_juan_machin_mastromatteo.pdf
- Stencel, M., & Griffin, R. (2018). Plataformas de fact-checking en español. Características, organización y método. *Communication & Society*, 131. https://www.researchgate.net/profile/Jorge-Vazquez-Herrero-2/publication/330521500_Plataformas_de_fact-checking_en_espanol_Caracteristicas_organizacion_y_metodo/links/5c45e416458515a4c73664a3/Plataformas-de-fact-checking-en-espanol-Caracteristicas-organiz
- Terán, O., & Aguilar, J. (2017). Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal. <https://www.redalyc.org/journal/356/35656002014/35656002014.pdf>
- Tobón, S., Vazquez, J., Guzmán, C., Hernández, J., & Cardona, S. (2015). Análisis documental del proceso de inclusión en la educación. *Ra Ximhai*, 401. <https://www.redalyc.org/pdf/461/46148194028.pdf>
- Vizoso, Á., López, X., & Pereira, X. (2018). Habilidades tecnológicas en el perfil del fact checker para la verificación de la información en la sociedad red. *Estudos em Comunicação*, 105. doi:10.20287/ec.n27
- Xiang, Z. (2018). <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S221197361730137X>
- Zambrano, M. (2017). La importancia y necesidad de un departamento de factchecking (verificación) en los medios de comunicación. Estudio desde la experiencia del portal Ecuador Chequea. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/8959>

NOTICIAS FALSAS EN MEDIOS EMERGENTES

Joe Manuel Saona Panchana

joe.saonapanchana@upse.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0005-3306-4160>

Benjamín Wilson León Valle

bleon@upse.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-3374-5207>

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

Milton González Santos

mgonzalez@upse.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-2819-2847>

RESUMEN

Este estudio investigó la influencia de las noticias falsas en los medios emergentes en los residentes de Puerto Nuevo, cantón La Libertad. Los resultados reflejan la disposición de los habitantes para emplear los medios emergentes de manera responsable, mitigando la propagación de noticias falsas. La investigación aporta significativamente al abordar las fake news en estos medios y subraya la necesidad de continuar examinando su difusión en la región. Se focalizó en la identificación de fake news y su impacto negativo en la comunicación digital, utilizando una metodología descriptiva básica con enfoque cuantitativo. Los hallazgos revelaron que el 76% de los encuestados percibe una influencia significativa de las fake news en la toma de decisiones del barrio. Este trabajo destaca la urgencia de promover información veraz y enfatiza la importancia de métodos efectivos en la realización de encuestas y la recopilación de datos en investigaciones futuras.

Palabras clave: comunicación digital; influencia; medios emergentes; noticias falsas.

INTRODUCCIÓN

En la era digital, la rápida difusión de noticias y la aceptación de rumores han alterado las nociones tradicionales del periodismo. Las fake news, en particular, han impactado la opinión pública y la confianza en los medios de comunicación. Este estudio se enfoca en comprender cómo estas noticias falsas afectan a los medios emergentes en el barrio Puerto Nuevo, Cantón La Libertad, y aboga por la alfabetización mediática como herramienta clave para combatir la desinformación.

La desinformación no es un problema exclusivo de la localidad. En España, se ha observado que la mitad de las fake news son generadas por individuos desconocidos. Esta situación ha provocado crisis a nivel internacional, subrayando la importancia de abordar este fenómeno de manera conjunta. La lucha contra las fake news implica la participación de diversos actores, desde individuos hasta medios de comunicación y plataformas digitales.

La evolución de las tecnologías y la rápida difusión de información han alterado las nociones tradicionales del periodismo. La falta de discernimiento entre los usuarios de Internet ha llevado a la propagación de noticias falsas, afectando la confianza en los medios y generando repercusiones negativas en la sociedad (González, 2020). Autores como (Carvajal Perero, 2011) y Solorzano (2022) señalan que “plataformas como Facebook se utilizan para compartir información no verificable, afectando la credibilidad del contenido”. Asimismo, destacan los desafíos de la comunicación digital y la diversificación de posturas en redes sociales.

Los medios emergentes, según (Santillan, 2018), han generado un cambio significativo en la opinión pública y el fortalecimiento de la sociedad. Sin embargo, la rápida difusión también ha facilitado la propagación de noticias falsas, lo que demanda una responsabilidad compartida entre los medios y los usuarios.

Desafíos y Responsabilidades

La lucha contra las fake news requiere un esfuerzo conjunto. Tanto los medios de comunicación como los ciudadanos tienen la responsabilidad de garantizar la veracidad de la información. La rápida difusión de información en plataformas como Facebook plantea desafíos, pero también ofrece oportunidades para una comunicación efectiva. Los estudios resaltan la importancia de estrategias para una comunicación digital efectiva y cómo los ciudadanos adoptan posturas que influyen en la imagen de la dirigencia comunal.

A nivel nacional e internacional, la desinformación ha sido un tema de preocupación. Autores destacan la proliferación de Noticias Falsas durante crisis como la pandemia, resaltando la necesidad de medidas para abordar este problema. La digitalización y el crecimiento de las redes sociales han facilitado la difusión de informa-

ción errónea, generando desafíos en la calidad de vida de las personas.

La transformación digital ha impactado en la práctica periodística, dando lugar a dos modelos de medios emergentes: los nativos digitales y los no nativos. La evolución del ciberperiodismo ha sido impulsada por medios nacidos en la propia red, generando innovación y cambio en la forma en que se produce y consume información.

Teoría de la Comunicación según Paul Watzlawick

La teoría de la comunicación humana de Watzlawick señala que los problemas de comunicación surgen cuando no compartimos el mismo punto de vista. Sus cinco axiomas, como la imposibilidad de no comunicar, son fundamentales para entender la dinámica comunicativa. Esta teoría ofrece un marco para analizar cómo se transmiten y reciben mensajes en el contexto de las fake news.

La manipulación de hechos es un proceso en el cual la información o los hechos son distorsionados, omitidos o presentados de manera sesgada con el objetivo de influir en la percepción o interpretación de una situación, dando este contexto autores facilitan más conocimiento sobre el tema. Para comprender y analizar el discurso manipulativo es fundamental examinar primero su contexto social. Hemos supuesto anteriormente que una de las características de la manipulación, por ejemplo, en cuanto diferente de la persuasión, es que incluye poder y dominación [...]. “La manipulación, tal como es definida aquí, se realiza mediante el discurso, en sentido amplio, es decir, incluyendo características no verbales, como gestos corporales y faciales, diseño de la impresión, cuadros, música, sonido, etc”. (Van, 2005, p.10)

La desinformación se refiere a la difusión deliberada de información falsa o engañosa con el propósito de engañar, confundir o manipular a las personas, hay definiciones variadas, pero un autor en específico nos manifiesta lo siguiente:

La desinformación hace referencia a la distorsión de la información difundiendo noticias falseadas que engañan al receptor final. Como respuesta a la corriente de desinformación el periodismo de verificación de hechos parece posicionarse como el único cortafuego real con el propósito de mejorar la calidad del debate público. (Rodríguez, 2019, p. 1)

La personalización se refiere al proceso mediante el cual se adapta un producto, servicio o experiencia específicamente a las necesidades, preferencias y características individuales de cada persona, referente a esto un autor nos menciona que:

La personalización uno a uno es un término propuesto en el presente documento en contraposición a personalización masiva por no tratarse de determinación de nichos a nivel global sino de resolución de problemas y deseos individuales, no factibles por procesos de mercadeo a nivel global sino por procesos de fabricación -uno a uno- en esquemas

productivos masificados. (Uribe, 2011, p. 47)

De igual importancia, la viralidad según (Sarmiento *et al.*, 2017, p. 74) se refiere al fenómeno en el cual un contenido, ya sea un video, una imagen, un artículo o cualquier otro tipo de material, se propaga de manera rápida y masiva a través de las redes sociales y otras plataformas digitales,

En aspectos similares, se manifiesta que para que la comunicación de boca en boca electrónica sobre una marca, producto o servicio se vuelva viral, es necesario que el mensaje de marca cumpla dos premisas:

La primera de ellas es que sea exponencial. Esto quiere decir que la reproducción del mensaje tiene que ser superior a uno, es decir, tiene que transmitirse a más de un par. El resultado es que el patrón de crecimiento se hace exponencial.

La segunda característica es que se suelen reproducir a través de los medios sociales, ya que hoy en día son el medio más adecuado para transmitir un mensaje de marca, producto o servicio y para que se convierta en viral.

Igualmente Estebanell (2007, p. 1) explica que la interactividad se refiere a la capacidad y la experiencia de participar y responder activamente en un entorno digital, ya sea a través de una aplicación, una página web, un videojuego u otra plataforma interactiva. La interactividad describe la relación de comunicación entre un usuario/actor y un sistema (informático, video u otro). El grado de interactividad del producto viene definido por la existencia de recursos que permiten que el usuario establezca un proceso de actuación participativa-comunicativa con los materiales.

En el marco de las legislaciones nacionales e internacionales que abordan la libertad de expresión y el acceso a la información, se observa una tensión entre la protección de estos derechos fundamentales y la necesidad de salvaguardar la veracidad y la seguridad pública. La Declaración Universal de Derechos Humanos, proclamada por las Naciones Unidas en 1948, establece el derecho a la libertad de opinión y expresión sin restricciones, abogando por la no interferencia y la difusión sin limitaciones de información por cualquier medio. Sin embargo, la Declaración Conjunta de la OEA sobre Libertad de Expresión y la problemática de las "noticias falsas" señala que prohibiciones generales basadas en conceptos ambiguos, como las "fake news", son incompatibles con los estándares internacionales sobre restricciones a la libertad de expresión.

En el ámbito nacional, la Ley Orgánica de Comunicación de 2013 en Ecuador reconoce el derecho a la información de calidad, exigiendo que la información de relevancia pública sea verificada, contrastada y contextualizada. No obstante, la legislación posterior, como la Ley Orgánica del Uso Responsable de las Redes Sociales, introduce restricciones al difundir información falsa que pueda perjudicar a terceros o poner en peligro la seguridad estatal. Este enfoque refleja la preocupación por el

impacto negativo de la desinformación, aunque plantea desafíos en términos de equilibrio entre la protección de la sociedad y la preservación de la libertad de expresión.

MATERIALES Y MÉTODOS

El enfoque metodológico de la presente investigación, alineado con su naturaleza básica descriptiva, se basó en la aplicación de procesos sistemáticos y empíricos para abordar el fenómeno de la indagación latente en los habitantes del cantón La Libertad. Siguiendo la definición de Sampieri y Mendoza (2018), la investigación se llevó a cabo mediante la recolección de datos que permitieron ampliar el conocimiento sobre el problema identificado. Se empleará un diseño descriptivo, respaldado por la afirmación de Guevara, Verdesoto y Castro (2020) acerca de la eficacia de este método en la recolección de datos durante el proceso investigativo. La recopilación de información se realizó de manera sistemática y crítica, asegurando la objetividad en la descripción del fenómeno en cuestión.

Alcance de la investigación

En términos de alcance, la investigación adoptará una perspectiva descriptiva, como se menciona en el texto citado de la Universidad Estatal de Milagro (2020), este enfoque permitirá proporcionar un panorama detallado del problema, sirviendo como punto de partida esencial para futuras investigaciones. La elección de un alcance descriptivo implica una profundización en la comprensión del fenómeno, sin buscar inicialmente explicaciones causales. Este nivel de profundización facilitará el establecimiento de bases sólidas que contribuirán al avance del conocimiento en diversas áreas y orientarán investigaciones subsiguientes.

La selección y definición de la población y muestra son aspectos cruciales en la metodología de esta investigación. Siguiendo la perspectiva de (Gómez, Keever & Novales, 2016), la población de estudio se ha delimitado al barrio Puerto Nuevo, que cuenta con 700 habitantes según los registros del presidente barrial. La muestra, determinada mediante un muestreo probabilístico aleatorio simple con un margen de error del 0.5% y un nivel de confiabilidad del 95%, se estableció en 248 encuestados, lo que implicará un periodo de estudio de 8 meses. Esta rigurosa elección busca garantizar la representatividad y validez de los resultados obtenidos, ofreciendo una base sólida para las conclusiones de la investigación.

En cuanto a las técnicas e instrumentos de levantamiento de información, se optó por un cuestionario diseñado con la asesoría de (Hernandez & Duana, 2020). El instrumento de investigación consta de preguntas con respuestas en una escala de 1 a 5, así como opciones dicotómicas y de selección múltiple. La recolección de datos se llevará a cabo mediante Google Forms y se utilizó WhatsApp como canal de comunicación con la población. La validez del instrumento fue respaldada por la Dra. Paola Cortéz,

mientras que la confiabilidad se evaluó a través del software SPSS utilizando el coeficiente Alpha de Cronbach, con un 0.7% de confiabilidad en 13 de las 20 preguntas planteadas, asegurando la consistencia y precisión del instrumento cuantitativo.

RESULTADOS

La presente investigación se centra en los resultados de una encuesta exhaustiva diseñada para analizar y comprender las percepciones y opiniones de la población en relación con fake news en medios emergentes: explorando la incidencia en comunidades locales: un estudio en puerto nuevo. Este estudio, llevado a cabo con un enfoque riguroso y representativo, busca arrojar luz sobre las actitudes predominantes, las tendencias emergentes y las variaciones demográficas en las respuestas. A través de la recopilación y análisis de datos, se pretende proporcionar una visión integral y actualizada que contribuya al entendimiento profundo de la opinión pública en torno a este tema clave. Los resultados presentados a continuación reflejan la diversidad de voces y perspectivas que conforman nuestra sociedad, ofreciendo valiosos insights para la toma de decisiones informadas y el diseño de políticas efectivas.

Tabla 1. ¿Cuál es tu medio de comunicación preferido para obtener noticias? (Puede marcar más de una opción)

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	47	19%
Periódicos	72	29%
Radio	56	22.6%
Sitios web de noticias	52	21%
redes sociales (medios emergentes)	46	18.5%
Otro, por favor especifica	1	0.4%
Total	248	100%

Fuente: Elaboración propia

Los datos obtenidos en la segunda pregunta son los siguientes; televisión (47), que representa un porcentaje de 19%; periódicos (72), que representa un porcentaje de 29%; radio (56), que representa un porcentaje de 21%; sitios web de noticias (52), que representa un porcentaje de 21%; redes sociales (48), que representa un porcentaje de 18.5%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de los encuestados consideran que el periódico es su medio de comunicación preferido.

Tabla 2. ¿Qué canales de medios emergentes (sitios web, redes sociales, aplicaciones de mensajería) es la que más utiliza?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Youtube	32	12.9%

Facebook	88	35.5%
Instagram	53	21.4%
X	45	18.1%
WhatsApp	22	8.9%
Tik Tok	8	3.2%
Otro	0	0%
Total	248	100%

Fuente: Elaboración propia

Los datos obtenidos en la tercera pregunta son los siguientes; YouTube (32), que representa un porcentaje de 12.9%; Facebook (88), que representa un porcentaje de 35.5%; Instagram (53), que representa un porcentaje de 21.4%; X (45), que representa un porcentaje de 18.1%; WhatsApp (22), que representa un porcentaje de 8.9%; Tik Tok (8), que representa un porcentaje de 3.2%; otros (0), que representa un porcentaje de 0%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de los encuestados utiliza Facebook como canal de medio emergente.

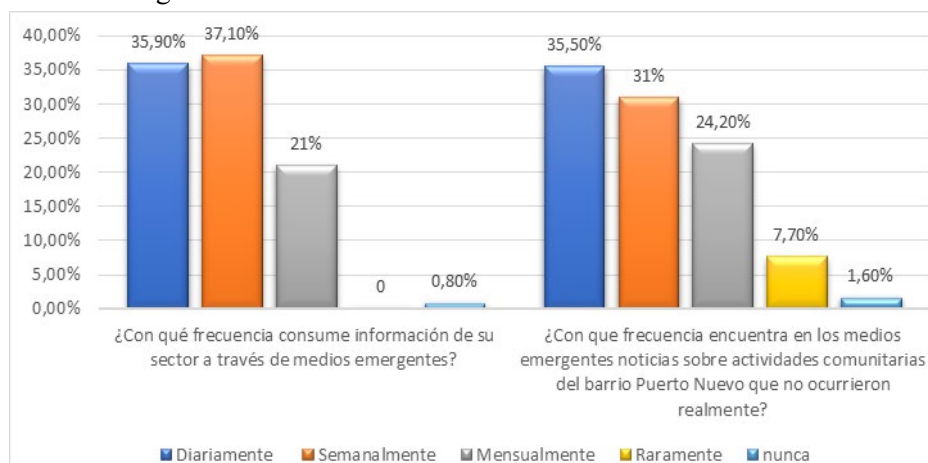


Figura 1. Resultados del análisis de frecuencia de consumo de noticias en medios divergentes.

Los datos obtenidos en la cuarta pregunta son los siguientes; diariamente (89), que representa un porcentaje de 35.9%; semanalmente (92), que representa un porcentaje de 37.1%; mensualmente (52), que representa un porcentaje de 21%; raramente (13), que representa un porcentaje de 5.2 %; nunca (2), que representa un porcentaje de 0.8%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de los encuestados consumen semanalmente información de su sector a través de medios emergentes. Asimismo, a la pregunta ¿Con que frecuencia encuentra en los medios emergentes noticias sobre actividades comunitarias del barrio

Puerto Nuevo que no ocurrieron realmente? son los siguientes; muy frecuentemente (88), que representa un porcentaje de 35.5%; frecuentemente (77), que representa un porcentaje de 31%; ocasionalmente (60), que representa un porcentaje de 24.2%; raramente (19), que representa un porcentaje de 7.7%; nunca (4), que representa un porcentaje de 1.6%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de los encuestados encuentran noticias sobre actividades comunitarias en el barrio Puerto Nuevo, muy frecuentemente.

Tabla 3. ¿Qué tipo de contenido o temas te hacen sentir más inseguro acerca de la veracidad de la información proporcionada por los medios de comunicación locales emergentes? (Puedes seleccionar múltiples opciones)

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Política	75	30.2%
Salud	106	42.7%
Economía	60	24.2%
Cultura y entretenimiento	37	14.9%
Temas locales	24	9.7%
Otro:	1	0.4%
Total	248	100%

Fuente: Elaboración propia

Los datos obtenidos en la sexta pregunta son los siguientes; política (75), que representa un porcentaje de 30.2%; salud (106), que representa un porcentaje de 42.7%; economía (60), que representa un porcentaje de 24.2%; cultura y entretenimiento (37), que representa un porcentaje de 14.9%; temas locales (24), que representa un porcentaje de 9.7%; otros (1), que representa un porcentaje de 0.4%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que al mayor porcentaje de los encuestados les hace sentir más inseguros, noticias acerca de la veracidad de los hechos basada en salud.

Tabla 4. En una escala del 1 al 5, donde 1 es "No confío en absoluto" y 5 es "confío completamente", ¿cuánta confianza tiene en la veracidad de la información proporcionada por los medios de comunicación locales emergentes?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
1 no confío en absoluto	33	13.3%
2 no confío	98	39.5%
3 neutral	88	35.5%
4 confío	28	11.3%
5 confío completamente	1	0.4%
Total	248	100%

Fuente: Elaboración propia

Los datos obtenidos en la séptima pregunta son los siguientes; no confío en absoluto (33), que representa un porcentaje de 13.3%; no confío (98), que representa un porcentaje de 39.5%; neutral (88), que representa un porcentaje de 35.5%; confío (28), que representa un porcentaje de 11.3%; no confío en absoluto (1), que representa un porcentaje de 0.4%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de los encuestados no confía en absoluto en la veracidad de la información proporcionada por medios emergentes de la localidad.

Tabla 5. ¿Cuál es su nivel de preocupación por la propagación de noticias falsas en los medios emergentes del barrio Puerto Nuevo?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy alto	115	46.4%
Alto	97	39.1%
Medio	31	12.5%
Bajo	3	1.2%
Muy bajo	2	0.8%
Total	248	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. Si ha experimentado la difusión de información falsa, ¿cómo manejaste esa situación?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Dejé de seguir ese medio de comunicación.	94	37.9%
Informe a otros sobre la información falsa.	106	42.7%
Contacté al medio para expresar mi preocupación.	35	14.1%
No hice nada al respecto.	12	4.8%
Otro:	1	0.4%
Total	248	100%

Fuente: Elaboración propia

Los datos obtenidos en la décima pregunta son los siguientes; dejé de seguir ese medio de comunicación (94), que representa un porcentaje de 37.9%; Informe a otros sobre la información falsa (106), que representa un porcentaje de 37.1%; Contacté al medio para expresar mi preocupación (35), que representa un porcentaje de 14.1%; no hice nada al respecto (12), que representa un porcentaje de 4.8%; otro (1), que representa un porcentaje de 0.4%. El análisis para esta pregunta representa por medio de datos numéricos que el mayor porcentaje de los encuestados informan a otros sobre información falsa cuando reciben una difusión.

DISCUSIÓN

El enfoque cuantitativo aplicado en la recolección de datos ha revelado que es pertinente destacar que en la actualidad se ha generado un intenso debate en torno a

la autenticidad o falsedad de la información difundida por los diversos medios, así como el impacto que este factor puede ejercer en la gestión efectiva o ineficaz del entorno digital.

En este orden, (Maza-Ávila, Andrea, & Romero-Solano, 2023, p.148) introduce que los canales de comunicación digital han experimentado un incremento gradual en su alcance. En este contexto, se ha seleccionado conscientemente una pregunta representativa de cada variable: una de la variable independiente y otra de la variable dependiente. Estas preguntas se han estructurado con base en las dimensiones e indicadores específicos asociados con cada aspecto, con el propósito de obtener una amplia gama de aportes significativos provenientes de los habitantes de esta comunidad.

Este enfoque metodológico riguroso nos ha proporcionado una base de datos concreta y detallada, que nos permitirá explorar profundamente las dinámicas subyacentes relativas a la confianza en los medios emergentes y la preocupación por la propagación de noticias falsas en el entorno digital del barrio Puerto Nuevo. A través de esta discusión de resultados, nos proponemos identificar patrones, tendencias y posibles implicaciones que arrojen luz sobre la compleja interacción entre los medios emergentes, la percepción de la veracidad informativa y las actitudes hacia la propagación de noticias falsas en esta comunidad.

Dentro de la variable dependiente, los Medios Emergentes. Según los resultados de la encuesta realizada a habitantes del barrio Puerto Nuevo del cantón La Libertad, se observa que la confianza en la veracidad de la información proporcionada por los medios de comunicación locales emergentes es variada. La mayoría de los encuestados (39.5%) indicaron que no confían en dichos medios, mientras que una proporción significativa (35.5%) se mostró neutral en cuanto a su confianza. Solo un pequeño porcentaje (0.4%) manifestó confiar completamente en la información de estos medios. Estos datos sugieren una falta de confianza generalizada en la veracidad de la información provista por los medios emergentes del barrio Puerto Nuevo.

Estela, Vargas (2023, p. 3) menciona que en la era de la posverdad, la abundancia de información ha promovido la propagación de desinformación y el incremento exponencial de noticias falsas, especialmente en plataformas de redes sociales. Analizando la variable independiente, fake news. En cuanto al nivel de preocupación por la propagación de noticias falsas en los medios emergentes del barrio Puerto Nuevo, los resultados muestran que una parte considerable de los encuestados (46.4%) reportó tener un nivel de preocupación muy alto al respecto, seguido por un porcentaje significativo (39.1%) que indicó estar "alto" en cuanto a su preocupación. Estos datos revelan una alta inquietud entre los habitantes del barrio Puerto Nuevo con respecto a la propagación de noticias falsas en los medios emergentes locales y la influencia negativa que este factor puede tener. Ambos conjuntos de resultados sugieren que la falta de confianza en la veracidad de la información proporcionada por los medios

emergentes está estrechamente relacionada con una preocupación considerable por la propagación de noticias falsas en dichos medios.

Estos hallazgos plantean importantes cuestiones sobre la calidad de la información que los habitantes del barrio Puerto Nuevo reciben de los medios emergentes, así como la necesidad de estrategias efectivas para abordar la propagación de noticias falsas en esta comunidad. Basándonos en estos datos, podríamos discutir las implicaciones de la falta de confianza en los medios emergentes, así como explorar posibles recomendaciones y estrategias para abordar la preocupación por las noticias falsas en el barrio Puerto Nuevo del cantón La Libertad.

CONCLUSIONES

Las fake news han demostrado tener un impacto significativo en la polarización de opiniones entre los usuarios que utilizan los medios emergentes en el barrio Puerto Nuevo del Cantón La Libertad. Este fenómeno resalta la necesidad urgente de abordar la desinformación en este entorno local, reconociendo que la comunidad de usuarios enfrenta desafíos considerables al abordar y verificar la información antes de publicarla en estos medios.

La naturaleza de las noticias, y su efecto directo en las opiniones y creencias de las personas que habitan en el barrio Puerto Nuevo, subraya la importancia de fomentar la difusión de información veraz y confiable en la comunidad. La construcción de una percepción precisa del entorno local depende en gran medida del nivel de confianza otorgado a los medios emergentes por parte de la comunidad de usuarios al difundir noticias relacionadas con el barrio.

Abordar la influencia de las fake news en el manejo de los medios emergentes en los habitantes del cantón La Libertad, específicamente en el barrio Puerto Nuevo, se revela como una necesidad fundamental para promover una comunicación efectiva y una comprensión precisa de los asuntos locales en el entorno digital. En este sentido, la implementación de programas de alfabetización mediática dirigidos a la comunidad, con el propósito de fortalecer las habilidades de verificación de información, se erige como una estrategia esencial.

RECOMENDACIONES

Establecer plataformas de verificación de hechos locales en colaboración con la comunidad, los medios emergentes y las organizaciones locales. Esta acción garantizará la precisión y autenticidad de la información difundida en el barrio Puerto Nuevo del Cantón La Libertad, construyendo así una base sólida para la toma de decisiones informadas.

Además, el desarrollo de campañas de sensibilización que destaquen la importancia de diversificar fuentes y verificar la credibilidad de las noticias antes de su difusión en los medios emergentes es crucial. Este enfoque debe concentrarse especialmente en las noticias que impactan las opiniones y creencias de la comunidad, permitiendo a los usuarios discernir de manera crítica la información que consumen.

Fomentar la transparencia y la responsabilidad en la gestión de la información local por parte de los medios emergentes se presenta como un paso clave para fortalecer la confianza y credibilidad de la comunidad de usuarios en el barrio Puerto Nuevo del Cantón La Libertad.

La colaboración entre instituciones educativas, organizaciones comunitarias y los propios medios emergentes es esencial para desarrollar programas de capacitación y recursos que promuevan la capacidad crítica y el discernimiento de la información, fortaleciendo así la resiliencia contra la manipulación informativa en el entorno local.

Diseñar y ejecutar programas educativos que fortalezcan las habilidades de verificación de información entre la comunidad de usuarios en el barrio Puerto Nuevo del Cantón La Libertad. Incluir aspectos de alfabetización digital que permitan a los usuarios discernir entre información veraz y noticias falsas en los medios emergentes.

La lucha contra las fake news en los medios emergentes del barrio Puerto Nuevo requiere un enfoque holístico que involucre a la comunidad, a las instituciones locales y a los propios medios. Solo a través de esfuerzos coordinados y estrategias integralmente diseñadas se podrá construir un entorno informativo confiable y resistente a la desinformación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfonso González, M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *ÁMBITOS Revista Internacional de Comunicación*. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.03>
- Arizabaleta Dominguez, S. L., & Ochoa Cubillos, A. F. (2016). Hacia una educación superior inclusiva en Colombia. *Scielo*, 41-56. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-24942016000200005&lng=en&tlng=es.
- Asamblea Nacional Del Ecuador. (2019). Ley Orgánica del Uso Responsable de Redes Sociales. <https://observatoriolegislativocele.com/wp-content/uploads/Ecuador-Proyecto-de-Ley-del-Uso-Responsable-de-Redes-Sociales-2019.pdf>
- Casanova, M. (2016). Impactos de la Innovación en la Docencia y el Aprendizaje. *Revista de Congreso Internacional de Docencia Universitaria*. <https://www.cidui.org/revistacidui/index.php/cidui/article/view/897/858>

- Estebanell, M. (2007). Interactividad e interacción. <https://relatec.unex.es/article/view/2>
- Fernanda, T., & Maria, D. (noviembre- diciembre de 2018). La era de la desinformación y de las noticias falsas en el ambiente político ecuatoriano de transición. <https://doi.org/10.18272/pd.v3i1.1550>
- Fernando González, L. y Gutiérrez Rico, D. (2015). Más allá de la inclusión educativa: Elementos para su desarrollo en una institución de educación superior. (Vol. Primera edición). (I. U. Español, Ed.). Instituto Universitario Anglo Español.
- García, R., Pérez, A., & Torres, Á. (14 de 03 de 2019). Claves para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17049/1/Educacion%20para%20los%20nuevos%20medios.pdf>
- Gómez, K. & Novales. (2016). El Protocolo de Investigación III. La Población de Estudio. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=486755023011>
- Guevara, V. & Castro. (2020). Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento. Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). Saberes del Conocimiento, 4(3), 163-173. <https://doi.org/10.26820/recimundo/>
- Hall, E. B. (1906). The Friends of Voltaire. <https://g.co/kgs/xYkytK>
- Herdoíza, M. (2015). Construyendo Igualdad en la Educación Superior. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación-SENESCYT.
- Hernández, & Duana. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. <https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>
- Hernández-Sampieri, R & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (Vol. Sexta). McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDIOTRES, S.A. DE C.V. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Herrera Seda, C., Pérez Salas, C., & Echeita, G. (2016). Teorías Implícitas y Prácticas de Enseñanza que Promueven la Inclusión Educativa en la Universidad. Instrumentos y Antecedentes para la Reflexión y Discusión. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000500006>
- Incheon. (2016). Educación 2030. Declaración de Incheon y Marco de Acción. Hacia una educación inclusiva y equitativa de calidad y un aprendizaje a lo largo de la vida para todos. UNESCO.
- Janet, C. (2020). Plan Nacional de igualdad y equidad de género. PLANEG III.

- Lexis, F. (20 de 02 de 2019). Ley Orgánica de Comunicación. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Lopez, A. (2004). Población Muestra y Muestreo. Punto Cero. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012#:~:text=b%20Muestra,parte%20representativa%20de%20la%20poblaci%C3%B3n.
- López, A. & Ollé, C. (2019). La curación de contenidos como respuesta a las noticias y a la ciencia falsas. Anuario ThinkEPI. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2019.e13e07>
- Martínez, A., Torres, M. & Fernández, L. (2022). Desinformación en España un año después de la COVID-19. Análisis de las verificaciones de Newtral y Maldita. Revista Latina de Comunicación Social. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1538>
- Muñoz Loayza, B. A. (2018). Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas. Repositorio digital Utmach. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>
- Organización de los Estados Americanos. (2017). Declaración Conjunta Sobre Libertad De Expresión Y "Noticias Falsas" ("Fake News"), Desinformación Y Propaganda. <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=1056&IID=2>
- Pontificia Universidad Javeriana. (31 de julio de 2023). Noticias falsas/Desinformación. <https://javeriana.libguides.com/c.php?g=1176967&p=8679505>
- Ramon, C. (diciembre de 2020). LOS ALCANCES DE UNA INVESTIGACIÓN. CienciAmérica. <http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Ramón, S. (2021). Veinticinco años de evolución del ecosistema periodístico digital en España. Medios nativos digitales en España. <https://doi.org/10.52495/cl.emcs.7.p92>
- Rivas, E. (2022). Analfabetismos digital y desinformación en los adultos mayores de la Parroquia Santa Rosa. Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8456/4/UPSE-COM-2022-033.pdf>
- Rivero Pino R. (2021). Desarrollo de capacidades de intervención profesional comunitaria, familiar y de género para la inclusión educativa. Santa Elena.
- Rivero Pino, R. (2021). Instrumento para validación por especialistas de técnicas para la investigación "Desarrollo de Capacidades de Intervención Profesional Comunitaria, Familiar y de Género para la Inclusión Educativa Universitaria. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena.

- Rodríguez, C. (29 de mayo de 2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. <http://dx.doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Sampieri, & Mendoza. (2018). *Técnicas Cuantitativas y Cualitativas*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador: [https://puceapex.puce.edu.ec/web/cev/tecnicas-cuantitativas-y-cualitativas-2/#:~:text=%C2%BFC%C3%B3mo%20se%20define%20la%20investigaci%C3%B3n,y%20Mendoza%20\(2018%2C%20Cap.](https://puceapex.puce.edu.ec/web/cev/tecnicas-cuantitativas-y-cualitativas-2/#:~:text=%C2%BFC%C3%B3mo%20se%20define%20la%20investigaci%C3%B3n,y%20Mendoza%20(2018%2C%20Cap.)
- Santillan, M. (13 de febrero de 2018). Medios emergentes: Entre la tecnificación, el entretenimiento y la política. <https://es.linkedin.com/pulse/medios-emergentes-entre-la-tecnificaci%C3%B3n-el-y-santill%C3%A1n-v%C3%A1squez>
- Sarmiento, Curiel, & Antonovica. (2017). La comunicación viral a través de los medios sociales: análisis de sus antecedentes. Obtenido de Dialnet: <https://www.revistalatinacs.org/072paper/1154/04es.html>
- SENESCYT. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Quito: Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Solís Sabanero, A. (2016). La perspectiva de género en la educación. *Desarrollo profesional docente: reforma educativa, contenidos curriculares y procesos de evaluación*, 97-107.
- Torres-Ortiz, J. A. & Duarte, J. E. (2016). Los procesos pedagógicos administrativos y los aspectos socio-culturales de. *Investigación, Desarrollo, Innovación*, 6, 179-190. <http://dx.doi.org/10.19053/20278306.4606>
- Unesco. (2020). *América Latina y el Caribe: Inclusión y educación: todos y todas sin excepción*. París: Informe de Seguimiento de la Educación en el Mundo 2020.
- Universidad Estatal de Milagro. (2020). *Desarrollo de la Perspectiva teórica y alcance de la investigación*. https://sga.unemi.edu.ec/media/archivocompendio/2021/08/12/archivocompendio_202181223225.pdf
- Uribe, Á. (17 de noviembre de 2011). *Personalización; Producto e Individualidad*. . Universidad del Valle. <https://doi.org/10.25100/nc.v0i7.867>
- Van, T. (2005). *Discurso y manipulación: Discusión teórica y algunas aplicaciones*. Obtenido de Scielo: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342006000100003>
- Villa, D., & Cedrán, V. (30 de 10 de 2020). Bulos durante la pandemia del Covid-19 en España: un estudio a través de Google Trends. *Revista Latina de Comunicación Social*. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1473>

LA INMEDIATEZ Y LA PÉRDIDA DE CREDIBILIDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

Dayana Gisela Vázquez-Malavé

<https://orcid.org/0000-0003-4182-6397>

Benjamín Wilson León Valle.

bleon@upse.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-3374-5207>

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

RESUMEN

Esta investigación trata el tema de la inmediatez como uno de los factores que influyen en la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación multimedia del cantón La Libertad analizando al medio ESTV Canal Informativo Peninsular por ser uno de los más influyentes en las redes sociales haciendo uso de la multimedia para brindar información. Dentro de los métodos aplicados para la obtención de datos estuvo la entrevista a expertos en el tema, la encuesta dirigida hacia la audiencia de dicho medio de comunicación y una ficha de observación al contenido que se emite por las redes sociales y página web de ESTV Canal Informativo Peninsular, en donde se identificó aspectos como las fuentes usadas en el medio, la percepción de la audiencia y los criterios que tienen los profesionales con respecto a la inmediatez con la que se difunde un hecho de carácter noticioso relacionado al poco tiempo de verificación que tiene la información provoca en algunos casos se de paso a comentarios negativos de la audiencia, según los resultados obtenidos el público basa su confianza en como reciben la información emitida.

Palabras clave: comunicación multimedia; inmediatez; pérdida de credibilidad.

INTRODUCCIÓN

Los medios que emiten información de noticias han pasado de presentar información en el momento correcto, a transmitir contenido de forma rápida al público. El avance y la expansión del internet abre camino a un lugar en donde los acontecimientos están al alcance de todos solo con un clic.

La tecnología provoca que la información esté al alcance de todos y más en el uso de redes sociales, haciendo dependiente también a los medios de comunicación para llegar a cierta audiencia. Se afirma que las personas viven en una era de cambios por la tecnológica, viven en la era de la inmediatez, donde lo quieren tener todo desde el mismo instante en el que sucede.

El trabajo informativo necesita de técnicas que permitan al emisor transmitir una correcta información hacia el público. Las historias falsas y la inmediatez de los hechos provocan que la labor periodística atraviese un serio problema, por no corroborar correctamente los sucesos y declaraciones que son publicadas, ocasionando que la nota y el medio de comunicación pierdan credibilidad y posicionamiento entre el público (García, 2020, p. 16).

Es por ello que si se presentan datos improvisados sin verificar o contrastar la información los medios de comunicación podrían verse afectados por la disminución en su credibilidad lo que aumentaría la desconfianza entre el público que consume el contenido.

Para Vélez (2020) en su artículo sobre la inmediatez y fact-checking realizado en un portal del Ecuador, menciona que “es claro que la inmediatez en el periodismo convencional adultera la credibilidad en sus contenidos, por esto en Latinoamérica es necesario aplicar métodos de chequeo como filtros antes de publicar un contenido” (Vélez, 2020, p. 82). Muchos de los contenidos de los medios de comunicación no logran ser verificados por la velocidad en que la información es difundida por personas o por profesionales de la comunicación dando paso a la desinformación de los grupos sociales.

La tecnología y el bombardeo que existe por la presencia de gran cantidad de información en las plataformas de difusión de noticias da paso a la inmediatez que permite compartir hechos de relevancia y opiniones entre varias personas sin importar su pensamiento, análisis o contraste (Cedeño y Pazmiño, 2020).

Varios medios buscan obtener seguidores y usan la inmediatez de forma oportuna para ganar popularidad. Lo anterior, se hace evidente en un artículo realizado en una Fan Page de la provincia de Santa Elena, en el que su autor, afirma que el internet ofrece inmediatez a sus usuarios y en las formas de emitir información. En la Península de Santa Elena se puede observar cómo existe un tipo de competencia

entre plataformas de difusión de contenido a través de las redes sociales que buscan destacar empleando elementos multimedia para poder ganar seguidores.

Chalen (2018) en una investigación realizada en Santa Elena desde la perspectiva del periodismo investigativo manifestó que es posible transmitir los hechos desde el lugar y en el momento en el que ocurren, por medio del uso de dispositivos móviles donde se recopilan datos al mismo tiempo que se difunde la noticia; categorizándola como verdadera, sin embargo, en ciertos casos es necesario dar seguimiento y contrastar el suceso.

Con esto la credibilidad de los medios depende de sus contenidos, y como los consumidores de información al encontrarse en una situación de inseguridad, comienzan a buscar otras alternativas para consumir noticias.

La inmediatez es la rapidez con la que se propaga la información en los medios de comunicación debido al internet y su forma de mantener conectadas a las personas sin importar la distancia. En este sentido, (Sánchez, 2013) es de la opinión que los medios de difusión de información han cambiado absolutamente sus prácticas, revolucionando las relaciones existentes, derrumbando los muros físicos y temporales que puedan existir en el internet y su exigencia por lo rápido que va, al tomar como nombre, inmediatez.

La internet y sus diferentes formas en la difusión de contenido han provocado que los medios encargados de emitir información se adapten a las exigencias del público, quienes han modificado su forma de consumo.

Por otra parte, esta tiene como característica la velocidad con la que se difunde una información, que es un factor importante en el espacio digital y en el ámbito comunicativo porque permite a los ciudadanos estar constantemente actualizados con información superando a los medios tradicionales que ajustan sus contenidos a espacios virtuales desplazando un poco la contrastación y verificación de datos (León y Velez, 2021).

La velocidad de la información es uno de los cambios que trajo la tecnología para las personas. La información y la transmisión de estos depende de la relevancia social que posean.

La información debe tratar asuntos de interés público, así como también contener datos reales. La tecnología permite innovar en la emisión de contenido informativo, desarrollando e implementado un producto especialmente para las redes sociales (García y López, 2016). La difusión de información ha cambiado debido a la era digital, adaptando su contenido a estas plataformas para innovar constantemente.

Las Fake News es la propagación de desinformación o difusión de noticias falsas en donde los hechos son inventados o los datos presentados son erróneos. Las que se definen como: “noticias inventadas que se construyen con elementos que no existen;

noticias erróneas con base en datos que son falsos, pero se proporcionaron o transmitieron como verdaderos o noticias basadas en especulaciones que se construyen de supuestos no comprobados en totalidad” (García, Del Hoyo, & Blanco, 2020, p. 107). El impacto de estas noticias causa confusión social por no saber si el contenido que se difunde es verídico o no y su propagación va aumentando por el uso de las TIC.

Este tipo de noticias suelen ser creadas para engañar al público y beneficiar a ciertos personajes públicos, organizaciones o gobierno, pueden basarse en hechos reales, pero incluir un sesgo para promover ciertas perspectivas sobre algún asunto, su objetivo es persuadir en las acciones de las personas.

Según Kalsnes (2018) construir noticias de forma intencional con trozos de la verdad es un engaño, en muchos casos se pueden publicar con el estilo de artículos de noticias para crear legitimidad, pero cuando los consumidores se dan cuenta de esto, el medio por el cual son difundidas empieza a perder credibilidad, en los contenidos audiovisuales suele evidenciarse la manipulación de imágenes o videos, entre los motivos para la creación de Fake News pueden estar ganar dinero, difundir la visión personal del creador sobre el mundo o un tema y por diversión. En las redes sociales es común visualizar noticias falsas, muchas personas comparten este tipo de contenido creyendo que es real lo que genera desinformación y desconfianza en las masas.

Medios de comunicación

A través de los medios de comunicación los ciudadanos se informan de lo ocurrido en los lugares donde no pueden estar, permitiéndoles construir una mirada de la realidad social existente, pero ya no son los únicos, pues hoy, las tecnologías de la información y la comunicación que dan acceso a un sin número de contenido informativo. Los medios de comunicación se han convertido en una palabra paraguas: se utilizan para describir diferentes formas o actividades de comunicación (periodística, publicitaria, de marketing); diferentes medios (impresos, electrónicos, digitales); instituciones de comunicación (editoras de periódicos y revistas, radio y televisión televisiones, portales de internet y páginas web). (De Lima Wang, Mazzilli, & Andery, 2016, p. 149)

Son varias las actividades realizadas en los espacios relacionados a la comunicación desde el periodismo hasta el marketing digital así mismo existen medios de comunicación tradicionales y medios digitales que se adaptan a las necesidades del público.

En ese sentido, es clave destacar la existencia de otras posibilidades de recibir información para poder construir la imagen de la realidad social; esta ruta se materializa a través de las redes sociales, dejando ver que los medios de comunicación social han dejado de ser los dueños de la información; ya no tienen el monopolio de emitir información, y en consecuencia los ciudadanos tienen otras formas de enterarse de lo que sucede en aquellos lugares de la escena pública donde no pueden estar presentes (Alberto, Brunet, & Córdoba, 2017, p. 1503). Las posibilidades de

recibir información por medios de los medios de comunicación y las nuevas formas de propagación de noticias permiten que las personas accedan con facilidad a contenido de interés para cada una de ellas.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente proyecto tiene un enfoque de investigación mixta, según Hernández Sampieri (2014), este tipo de investigación involucra un conjunto de procesos que recolectan, analizan y vinculan datos cuantitativos y cualitativos en una misma investigación para responder a un planteamiento del problema” (p. 532).

El enfoque Cuantitativo es aquel que presenta un conjunto de procesos de forma secuencial y probatoria, con este enfoque se miden las variables en un determinado contexto, se analizan los datos obtenidos mediante métodos estadísticos en este caso se realiza una encuesta para posteriormente extraer las conclusiones.

Dentro del enfoque Cualitativo se reconoce la descripción y medición de las variables considerando aspectos subjetivos y la comprensión del contexto en el cual ocurre el fenómeno a investigar. (Hernández Sampieri, 2018, p. 4). Dentro de este enfoque se aplicará una entrevista a profesionales en el tema y una ficha de observación del contenido que se emitió en el medio durante el tiempo de 50 días sobre la percepción que tenían las personas de acuerdo con el contenido que emitía el medio.

El diseño de la investigación es descriptiva-correlacional porque busca analizar las dos variables que son la inmediatez y la pérdida de credibilidad, esta investigación valora la relación entre dos o más variables, tratando de explicar cómo se comporta una variable en relación de otra (Vara, 7 Pasos para una tesis exitosa, 2012, p. 203). Este diseño indaga una posible relación entre las dos variables mencionadas, lo que ayudara a ver el posible impacto de la inmediatez en la percepción y credibilidad de una información en la audiencia del cantón La Libertad

Encuestas

Para la obtención de los datos se utilizarán técnicas de investigación apoyadas en las encuestas y entrevistas que serán aplicadas a la audiencia del medios de comunicación escogido además de las personas seleccionadas que pertenezcan a los medios del cantón La Libertad y como instrumento está el cuestionario de preguntas realizada con la escala de Likert que va desde muy en desacuerdo a muy de acuerdo, el cual fue validado por el experto académico asignado, este instrumento será aplicado a la muestra definida en primera semana del mes de julio.

Ficha de Observación

Para analizar como la inmediatez influye en los criterios de las personas con respecto al nivel de credibilidad que tienen en el medio de comunicación ESTV Informativo

Peninsular se aplica el método de observación no participante que se trata de una observación realizada de forma externa sin intervenir en los hechos, siendo investigador de los que ocurre y tomando nota de todo lo que sucede. (Guillermo & Nallely Emma, 2012)

En este método se observa el contenido emitido en el medio de comunicación durante el tiempo de 42 días en donde por medio de una ficha de observación se destacarán aspectos importantes de su contenido y de los acontecimientos más importantes que puedan ayudar a explicar el fenómeno de la inmediatez y su relación con la credibilidad.

Entrevista

En relación con la técnica de la entrevista se aplicará el instrumento guía de preguntas estructuradas, esta será realizada a tres expertos en la temática planteada sobre: La inmediatez y la pérdida de credibilidad en los medios de comunicación multimedia del cantón La Libertad; el instrumento será una guía de preguntas el cual constará de cuatro cuestionamientos los dos primeros corresponderán a la variable independiente y las otras dos a la variable dependiente.

En esta investigación se consideran como variables a investigar “La Inmediatez” con sus dimensiones que son: información, fuentes y las tecnologías de la información y comunicación por otra parte esta “La pérdida de credibilidad” con las siguientes dimensiones: Fake News, Medios de Comunicación y Comunicador.

Los aspectos éticos en los cuales se basa la investigación con respecto a las buenas prácticas en la vida social y manteniendo principios como honestidad, moral y respeto es la imparcialidad en donde el investigador no estará a favor ni en contra de algunas de las partes investigadas en el proyecto y la responsabilidad en el correcto manejo o uso de los datos que se recopilarán y extraerán de las partes inmersas para el desarrollo de este trabajo. Como fuente primaria se realiza una entrevista a expertos en este caso a la Licenciada Gabriela Vélez quien ha publicado artículos sobre la inmediatez y a dos directivos del medio de comunicación el Gerente General y el director de noticias.

El universo en este proyecto de investigación es la audiencia del medio de comunicación ESTV Informativo Peninsular teniendo en cuenta que la suma total de individuos, en el caso de esta investigación se define como universo. La población es el conjunto de sujetos o cosas que tienen propiedades en común, que se encuentran en un mismo espacio o ubicación y varían con el tiempo (Vara, Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa, 2012, p. 221). La investigación se enfoca en la percepción y confianza que las personas tienen sobre los medios de comunicación que hacen uso de contenido multimedia para emitir información y como el principio de la Inmediatez puede estar interviniendo en esto, tomando como

población a la audiencia de los medios de comunicación pertenecientes al cantón La Libertad, siendo las directas implicadas en este estudio, porque están inmersos o consumen contenidos de los medios de comunicación multimedia.

RESULTADOS

Continuación:

Tabla 1. Audiencia del Medio de Comunicación ESTV Canal Peninsular del Cantón La Libertad. ¿Para usted la fuente es importante para dar veracidad a la información que se propaga de forma inmediata?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	48	33%
Importante	69	48%
Moderadamente importante	24	17%
De poca importancia	1	1%
Sin importancia	2	1%
Total	144	100%

Fuente: Elaboración propia

Los encuestados respondieron: Sin importancia (2), equivalente al 1%; De poca importancia (1), que corresponde al 1%; moderadamente importante (24), con un porcentaje de 17%; importante (69), con un 48% y muy importante (48) que equivale al 33%. Estos son los datos obtenidos de los encuestados sobre la importancia que tiene la fuente de información para dar veracidad a una noticia que se propaga de forma inmediata.

Tabla 2. Audiencia del Medio de Comunicación ESTV Canal Peninsular del Cantón La Libertad. ¿Cree que los periodistas y comunicadores buscan fuentes confiables cuando se presenta un hecho importante que se difunde con inmediatez?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	20	14%
De acuerdo	40	28%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	38	26%
En desacuerdo	33	23%
Muy en desacuerdo	13	9%
Total	144	100%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: los encuestados respondieron de la siguiente forma: Muy de acuerdo (20), equivalente al 14%; De acuerdo (40), que corresponde al 28%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (38), con un porcentaje de 26%; En desacuerdo (33), con un 23% y muy en desacuerdo (13) que equivale a un 9%. Estos son los datos obtenidos cuan-

do se preguntó si consideraban que los periodistas y comunicadores buscan fuentes confiables de información cuando se presenta un hecho importante que se difunde con inmediatez.

Tabla 3. Audiencia del Medio de Comunicación ESTV Canal Peninsular del Cantón La Libertad. ¿Cree que es importante el tratamiento minucioso o presentación de contenidos verificados antes de publicarlos para no difundir Fake News que causan la pérdida de credibilidad del medio de comunicación?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	53	37%
Importante	64	45%
Moderadamente importante	22	15%
De poca importancia	2	1%
Sin importancia	3	2%
Total	144	100%

Fuente: Elaboración propia

Los encuestados respondieron: Sin importancia (3), equivalente al 2%; De poca importancia (2), que corresponde al 1%; moderadamente importante (22), con un porcentaje de 15%; importante (64), con un 45% y muy importante (53) que equivale al 37%. Estos son los datos obtenidos de los encuestados sobre la importancia del tratamiento minucioso de los contenidos que son difundidos para no publicar Fake News que pueden disminuir la credibilidad del medio.

Tabla 4. Audiencia del Medio de Comunicación ESTV Canal Peninsular del Cantón La Libertad. ¿Es probable que en ciertos casos exista duda en la credibilidad del medio, debido a los antecedentes éticos del comunicador que emite la información?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre verdad	45	31%
usualmente verdad	70	49%
Ocasionalmente verdad	26	18%
Usualmente no verdad	2	1%
Casi nunca verdad	1	1%
Total	144	100%

Fuente: Elaboración propia

Análisis Cualitativo: Ficha de Observación

En el contenido que se analizó en el tiempo de 42 días desde el 20 de mayo al 30 de junio se tomó como referencia acontecimientos importantes publicados por el medio de comunicación. Durante el tiempo que se realizó el análisis se observó la clasificación de los contenidos en: Local, Nacional, Internacional, Farándula, música, curiosidades y crónica, en la mayoría de las publicaciones se responde a las preguntas del ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo? y ¿Dónde? jerarquizando la información, priorizando los

temas de relevancia local o acontecimientos que impacten a nivel nacional, antes de realizar una publicación en el medio en varios casos se contrastaba con otras fuentes para generar más confianza en el contenido presentado sin embargo habían hechos de última hora que por el impacto inmediato que tenía la difusión no permitían contrastar de forma correcta el contenido. Las noticias no siempre tienen el tiempo de verificación necesario para poder decir que el 100% de los datos presentados son correctos, pues la inmediatez con la que se publica una información de gran impacto no permite cumplir con esa correcta comprobación.

Ejemplos de Inmediatez se evidenciaron en hechos noticiosos como el Caso Jorge Glas que se dio el 20 de Mayo en horas de la mañana cuando se emitía la noticia sobre el caso del habeas Corpus del ex vicepresidente, el medio de comunicación, ESTV Canal Informativo Peninsular emitió dos informaciones sobre el hecho, en la primera publicación emitió una corta redacción con un flyer (Contenido Multimedia) el cual tuvo alrededor de 100 compartidas y reacciones y exactamente 7 minutos después el medio público otra nota un poco más amplia sobre el hecho que no tuvo gran alcance debido a que se publicó tiempo después.

Analizando la Credibilidad e imagen del medio de Comunicación, en noticias emitidas en los días 21 de mayo y el 1 de junio en donde se informa a la ciudadanía sobre temas relacionados a asaltos, robos, sicaratos entre otras situaciones delicadas se puede evidenciar comentarios de la ciudadanía como “Presuntos periodistas”, “Ocultan Información”, “Prensa vendida” entre otros. Además en algunas de las publicaciones se utilizan titulares poco objetivos para emitir una noticia lo cual que genera comentarios negativos hacia el medio de comunicación.

En la verificación de Información dentro del medio se distinguió como en los en vivo tomando como referencia el robo en una veterinaria en el cantón realizado el día 24 de mayo, lo primero en emitirse fue una información de una aparente balacera en aquel lugar hasta que tiempo después se comprobaron los hechos. En la difusión de noticias falsas se pone como ejemplo los sucesos del paro nacional 2022 en noticias emitidas en donde la noche anterior al paro comenzó a circular un video de supuestas manifestaciones en Quito el cual no pertenecía al contexto, así mismo la alerta emitida de supuestos saqueos y la emisión de la información sobre el fin del Paro nacional que a nivel nacional fue difundido por varios medios de comunicación y plataformas de difusión de información.

También se analizó la repercusión que tiene la imagen del medio de comunicación en los comentarios de la audiencia a la hora de emitir información basándose en fuentes confiables para crear confianza en el público que también depende de cómo emite la información el medio en cuanto a redacción y titulares de la noticia.

Análisis Cualitativo: Entrevistas

Mediante las entrevistas aplicadas a tres personas que son a una especialista en Comunicación e investigadora a temas relacionados con la inmediatez y a dos directivos principales de medio ESTV Informativo Peninsular se realiza el siguiente análisis:

Tabla 5. Análisis de resultados de las entrevistas

Entrevistador: Dayana Gisela Vásquez Malavé		
Entrevistados: Mgts. Gabriela Vélez especialista en Comunicación y temas de Inmediatez Edwin Salinas - Gerente del medio ESTV Informativo Peninsular Director de noticias del medio ESTV Informativo Peninsular Jefferson Salinas		
Preguntas	Análisis	Observación
1.- ¿Considera que la inmediatez con la que se emite una información permite contrastar de forma adecuada las noticias?	El problema de la inmediatez es que la noticia necesariamente debe pasar por un filtro rápido en el cual se trata de emitir información de la manera correcta, en ocasiones el momento no permite verificar todo minuciosamente pero este filtro puede ayudar a transmitir datos de la forma más exactos posibles. Los hábitos de consumo del público han ocasionado que la información sea necesariamente transmitida en vivo y en directo en el momento en que ocurren los hechos.	León y Velez (2021) mencionan que el contraste de datos no forma parte de una información emitida en el contexto de inmediatez. Pues en la carrera de los medios por ser los primeros, algunas noticias se emiten sin completar un proceso riguroso de verificación y contraste de datos o fuentes. La sobreabundancia informativa, define estrategias empresariales en los medios que buscan captar audiencias, la información se contrasta, pero luego de un tiempo por el mismo periodista.
2.- ¿Considera que la inmediatez de la comunicación en las redes sociales permite una mejor interacción entre el medio y la audiencia gracias a las TIC?	“No existe una información confiable sin fuentes” Los periodistas y comunicadores deben siempre estar en una constante búsqueda de la verdad, es aquí donde las fuentes de información toman un papel principal, el periodista debe contrastar los hechos, sino se realiza de la forma adecuada se pueden originar la emisión de noticias erróneas y en tiempos de inmediatez corroborar cierta cantidad de información en poco tiempo se vuelve complicado.	Mayoral et al. (2019), los medios tradicionales y las nuevas redes sociales comparten espacios, canales de distribución y herramientas discursivas creando un ecosistema comunicativo digital que los ciudadanos perciben y que a su vez las desinformación pone en peligro con la falta de confianza en los contenidos que se difunden por los medios relacionado a lo que dicen León y Velez (2021) los medios ajustan sus contenidos de acuerdo a la inmediatez pero no pensando en la contrastación y la verificación.

<p>3.- ¿Cree que la creación de diferentes contenidos multimedia para difundir información por parte de los medios de comunicación influye en la credibilidad de lo que se presenta?</p>	<p>Las personas desconocen en varias ocasiones que son las Fake News y se les dificulta distinguir entre el contenido falso y el real que se difunde por medio del internet. Dentro de los medios de comunicación que crean contenido multimedia ya no existen verdades sino posverdades porque la audiencia infiere mucho con sus opiniones dentro de lo que los medios emiten, cuando los hechos dejan de presentarse de forma objetiva dan paso a falacias que pueden hacer que la credibilidad de los mismos vaya en descenso.</p>	<p>La desinformación y las mentiras siempre han existido. El bulo es parte de la historia, si hablamos de desinformación, es porque han aparecido mecanismos que permiten una difusión rápida y masiva de contenidos falsos. La producción de estos contenidos respeta también a estrategias diseñadas con objetivos comerciales o ideológicos ocasionando la desinformación y la crisis de credibilidad periodística. (Mayoral, Parratt & Morata, 2019)</p>
<p>4.- ¿Cree que la imagen corporativa del medio de comunicación es importante para influir en el nivel de credibilidad que mantenga dicho medio?</p>	<p>Si la audiencia se da cuenta del error de la información comienza una avalancha de comentarios sobre aquel tema de forma negativa hacia quien la emitió. Pueden darse dos escenarios, en donde el público, tiempo después olvida lo sucedido y sigue creyendo en el medio de comunicación, así como también puede quedar con una mala imagen en la cual las personas dudan de cada información que éste difunde, originando duda y bajos índices en la audiencia.</p>	<p>Según lo mencionado por García, et al. (2020), una de las principales consecuencias de las noticias falsas es que los ciudadanos comienzan a desconfiar de las noticias reales, si se quiebra la credibilidad de los medios de comunicación, se debilita la confianza de la opinión pública que las personas emiten de acuerdo a los contenidos que consumen. Para los ciudadanos no es sencillo distinguir el canal a través del cual ha conocido una noticia.</p>

Fuente: Elaboración propia

DISCUSIÓN

Al examinar los datos obtenidos por los instrumentos aplicados se identifica que el público tiene opiniones muy divididas con respecto a la inmediatez de las noticias y la pérdida de credibilidad que existe en los medios de comunicación multimedia en el cantón La Libertad.

Se evalúa la validez de los datos con los instrumentos aplicados, que constatan los resultados de forma objetiva, además de las teorías de varios autores que fueron tomadas como bases para la investigación y que permitieron el desarrollo y análisis de las variables, la ejecución de los objetivos, los resultados y las conclusiones, respondiendo a la triangulación de resultados.

Comparando los resultados de acuerdo a la interrogante 1, ¿Para usted la fuente es importante para dar veracidad a la información que se propaga de forma inme-

diata?, se arrojaron los siguientes resultados en donde 48 personas equivalente a un 33% menciona que es muy importante la fuente y 2 personas equivalentes al 1% la consideran como algo sin importante de los 144 encuestados, lo que se relaciona con que los periodistas o profesionales en comunicación disponen de varias fuentes de información que se consideran confiables y a las que pueden recurrir. Una fuente confiable debe pasar por una serie de controles y validaciones que permitan garantizar la calidad de la información que se emite el público para genera confianza en la noticia. (López, 2018).

En la interrogante 2, ¿Cree que los periodistas y comunicadores buscan fuentes confiables cuando se presenta un hecho importante que se difunde con inmediatez?, se obtuvieron los siguientes resultados 20 personas que equivalen a un 14% respondieron muy de acuerdo mientras que 33 personas equivalente al 23% mencionaron estar en desacuerdo. Por su parte, Nigro (2018) menciona que la emisión de noticias falsas genera una notable pérdida de credibilidad en las practicas periodísticas, las redes sociales son los principales actores en esta situación que pone a los periodistas en desventaja al momento de chequear información y verificar sus fuentes por la facilidad del posteo o publicación que existe.

La interrogante 3: ¿Cree que es importante el tratamiento minucioso o presentación de contenidos verificados antes de publicarlos para no difundir Fake News que causan la pérdida de credibilidad del medio de comunicación?, nos ayudó a conocer que 64 personas equivalentes al 45% considera esto como algo importante, mientras que 3 personas que equivalen al 2% lo ven sin importancia, relacionado a la pregunta, Rivadeneira y Montoya (2017), mencionan que el comunicador maneja el envío de información de forma detalla y completa, con los avances tecnologicos han surgido nuevas formas de emisión y captación de noticias por lo cual es necesario que los comunicadores se conviertan en investigadores y esten en constante búsqueda de la verdad sobre todo en los entornos digitales en los cuales se difunde contenido de forma rápida.

En la última interrogante 4: ¿Es probable que en ciertos casos exista duda en la credibilidad del medio, debido a los antecedentes éticos del comunicador que emite la información?, evidencia que 70 personas equivalente a un 49% consideran que usualmente esto es verdad, mientras que 1 encuestado equivalente al 1% manifestaron que esto casi nunca es verdad. Los expertos coinciden según lo descrito por Rivadeneira y Montoya (2017), el periodista menciona la importancia de ejercer su trabajo, facilita las herramientas deontológicas con las cuales puede generar una mejor cobertura, se puede obtener mejor información de sus fuentes, y la obligación de contrastar la información que es algo que va mucho más allá de una ley”.

Basándose en lo que menciona García, Del Hoyo & Blanco (2020) la credibilidad se relaciona a la competencia de las redes sociales y de los medios de comunicación,

no porque unos pierdan otros van a ganar, la realidad se centra en una competencia donde prima la rapidez y la facilidad de acceso a los hechos por la convergencia mediática, que han causado un cambio en las formas de consumo haciendo que se pierda el control en la emisión de noticias causando cierto grado de desconfianza hacia la información. En la realización de esta investigación se puede constatar que los factores que inciden en la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación multimedia, están relacionados a la emisión de información, en cómo se emite y que se emite además del correcto uso de las fuentes y percepción o confianza que las personas tengan sobre el medio; en el cantón la Libertad la credibilidad depende de la buena imagen que generen los medios de comunicación y la trayectoria de la persona que emite la información.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Mayoral, J., Parratt, S. & Morata, M. (2019). Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica. *Historia y Comunicación Social*, 24(2).
- Alberto, R., Brunet, M. & Córdoba, J. C. (2017). La calidad de la información periodística de *espectador.com*. El caso del Plebiscito por la Paz, 2016 en Colombia. *Revista Latina de Comunicación Social*, pp. 1502-1514.
- De Lima Wang, M., Mazzilli, M. & Andery, M. (2016). Mídia, comportamiento e cultura. *Revista Perspectivas*, 7(2), 147-164.
- García, A. E. B. (2020). Repositorio USMP. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8270/BRAVO_GA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García, M., Del Hoyo, M. & Blanco, I., (2020). Desinformación e intención comunicativa: una propuesta de clasificación de fake news. *Mediterránea*, pp. 105-118.
- Guillermo, C. & Nallely Emma, L., (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. Mexico.
- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. 6 ed. s.l.:s.n.
- Hernández Sampieri, R. (2018). Metodología de investigación. Mc Graw Hill Education.
- Sánchez, N. M. (2013). Internet: de la rapidez a la inmediatez. (s.e.).
- Vara, A. (2012). 7 Pasos para una tesis exitosa. (s.e.).
- Vara, A., (2012). Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa. (s.e.).
- Vélez, G. (2020). Inmediatez y fact-checking: análisis del ABRA. p. 82.

LA ÉTICA PERIODÍSTICA EN EL TRATAMIENTO INFORMATIVO

Julexy Michelle Quimí Vera

julexy.quimivera@upse.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-6614-2878>

Benjamín Wilson León Valle

bleon@upse.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-3374-5207>

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

Paola Elizabeth Cortez Clavijo

pcortez@upse.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-5926-7282>

Milton González Santos

mgonzalez@upse.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-2819-2847>

RESUMEN

La ética periodística desempeña un papel fundamental en la tarea del radiodifusor para la construcción y elaboración de contenidos para que contribuyan a la formación de opinión en la ciudadanía, sin embargo, la construcción corre muchos riesgos por los avances tecnológicos van transformando la forma en que se recopila, presenta y consume la información en las emisoras de radio. En este contexto se ha planteado el objetivo de la investigación que es determinar de qué manera la ética periodística contribuye en el tratamiento informativo del programa “Tras la Noticia”

de radio Récord 106.5 FM, además de, revisar cuales son los desafíos éticos que enfrentan los periodistas radiofónicos en contribución del tratamiento informativo en un entorno digital que permite que la información sea difundida de forma directa e inmediata, sin que se verifique la fuente o se contraste, lo que representa un verdadero desafío para el periodismo. El fundamento metodológico se lo desarrolló bajo el enfoque cualitativo, el método descriptivo con las técnicas de entrevistas y análisis de contenido, el resultado de la investigación contribuyó a la valoración y esfuerzo que realiza el programa "Tras la Noticia" de radio Récord 106.5 FM, en el ejercicio de la ética periodística en el tratamiento de información.

Palabras clave: contenido; ética periodística; informativo; programa; tecnología; radio.

INTRODUCCIÓN

En el actual panorama mediático, la ética periodística es un pilar esencial en la misión de los medios de comunicación y sus profesionales. La necesidad de informar de manera veraz, imparcial y ética se torna aún más indispensable en un mundo donde los avances tecnológicos están reconfigurando la forma en la que se recopila, presenta y consume la información. En este contexto de desafíos y cambios constantes, surge la relevante cuestión sobre cómo la ética periodística contribuye en el tratamiento informativo de un programa radiofónico específico.

En el centro de esta investigación se encuentra el programa "Tras la Noticia" de radio Récord 106.5 FM, cuya labor periodística y su contribución a la formación de la opinión pública se ven profundamente influenciadas por las dinámicas digitales y los retos éticos que aquello implica. Este proyecto de investigación tiene como objetivo primordial explorar de qué manera la ética periodística desempeña un papel fundamental en la construcción de contenidos y el tratamiento informativo en el ámbito radiofónico, específicamente en el programa mencionado. Además, se propone examinar los desafíos éticos que los periodistas radiofónicos enfrentan en este nuevo entorno digital, caracterizado por la inmediatez en la difusión de la información y la ausencia de verificación de fuentes. Esta coyuntura representa un auténtico reto para la integridad del periodismo y su compromiso con la verdad y la responsabilidad social. Para llevar a cabo esta investigación, se ha adoptado un enfoque cualitativo y se emplearán técnicas como entrevistas y análisis de contenido.

El resultado de este estudio se espera que arroje luz sobre la importancia de la ética periodística en el contexto de la radio, así como sobre el esfuerzo y compromiso que el programa "Tras la Noticia" de radio Récord 106.5 FM dedica a garantizar un tratamiento informativo ético y riguroso en una era marcada por la instantaneidad y la proliferación de información no verificada. En última instancia, esta investigación contribuirá al entendimiento de los desafíos éticos que enfrenta el periodismo en la

era digital y a la promoción de estándares éticos en la radiodifusión.

La ética periodística en el ámbito radial ha generado en diferentes campos de la ciencia específicamente en el periodismo, que el comportamiento de periodistas influya en la opinión del ciudadano interpretando y replicando información de acuerdo a sus criterios, esto en distintas redes sociales como forma de comunicación digital.

Al respecto, “Es importante destacar que la comunicación se compone de dos corrientes convergentes: la conversión de señales analógicas a digitales y la transmisión de datos. En la actualidad, los usuarios interactúan, responden y contribuyen generando un entorno colaborativo” (Rodríguez & Rodrigo, 2020, p. 9).

Las interfaces tecnológicas permiten, como el lenguaje, habitar esos espacios. La red se ha convertido, en consecuencia, en el espacio simbólico donde se llevan a cabo las interacciones entre seres humanos, en lugar de con las máquinas, como se creía anteriormente. Por consiguiente, estas redes se convierten en interfaces culturales: “son formas diferenciadas de registrar la memoria y la experiencia humana, además de servir como mecanismos para el intercambio cultural y social de información” (Barredo, Rodríguez, & Hidalgo, 2020, p. 277).

El programa Tras la Noticia de radio Récord 106.5 FM, al igual que otros medios de comunicación, ha adoptado las plataformas digitales como una extensión de su alcance y un medio para interactuar con su audiencia. Sin embargo, surge la preocupación sobre cómo se aborda la ética periodística en esta transición hacia la comunicación digital. Teniendo en cuenta lo siguiente, los formatos y medios digitales tienden a devaluar la respuesta moral de nuestros sujetos, y el uso de imágenes virtuales de personas en vez de personas reales, influye aún más negativamente en la calidad de su respuesta moral “Las plataformas digitales han revolucionado significativamente la manera en que se produce distribuye y consume información. Esto, a su vez, suscita cuestionamientos éticos sobre la gestión de la información y su influencia en la opinión pública a través de estos medios” (Arroyo & Gómez, 2015, p. 156).

Por consiguiente, es imperativo abordar estos desafíos de manera responsable con el fin de mantener la confianza de la audiencia y asegurar la entrega de información veraz, imparcial y de alta calidad en el entorno digital. Al hacerlo, se garantiza un periodismo ético y responsable que respeta los pilares fundamentales de la profesión y que contribuye a una opinión pública informada y comprometida (Chaparro & Díaz, 2018).

En el contexto del tratamiento informativo y la era de la información, la ética periodística se enfrenta a nuevos desafíos en la construcción y difusión de la opinión pública. En particular, el programa Tras la Noticia de radio Récord se encuentra ante la necesidad de evaluar y abordar la responsabilidad ética en la era digital, así como señala Cárdenas:

El periodismo representa una responsabilidad fundamental hacia la ciudadanía, ya que implica la creación de hechos basados en la realidad, una tarea que conlleva una gran responsabilidad. Este proceso se basa en la estructuración objetiva de los acontecimientos, sin motivaciones personales, y requiere la contrastación exhaustiva de toda la información recopilada antes de ser publicada. La persona que ejerce esta labor de manera activa en los medios de comunicación, a través de su desempeño profesional, sus deberes y criterios, su formación educativa y sus habilidades técnicas como reportero, escritor o editor, así como su promoción de las normas y la ética profesional, establece los cimientos necesarios para llevar a cabo el periodismo con responsabilidad hacia la sociedad (Cárdenas y Herrera, 2022, p. 9).

En el caso específico del programa *Tras la Noticia* de radio *Récord 106.5 FM*, es importante analizar si la emisora ha implementado programas de capacitación y actualización para sus periodistas, con el fin de garantizar que estén preparados para enfrentar los retos de la comunicación digital, si se promueve la adopción de estándares éticos sólidos y la transparencia en la difusión de información. Asimismo, es relevante examinar si *radio Récord 106.5 FM* ha establecido mecanismos de verificación y contrastación de fuentes para asegurar la veracidad de la información que comparten en sus plataformas digitales. En última instancia, es necesario evaluar si la emisora se esfuerza por ofrecer a su audiencia, contenido de calidad, ético y relevante, evitando prácticas que puedan socavar la confianza del público y comprometer la integridad del periodismo.

MATERIALES Y MÉTODOS

“Los estudios descriptivos pretenden especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández-Sampieri, 2018, p. 108), en este caso se estudia la ética periodista en el tratamiento informativo del programa *Tras la Noticia* de radio *Récord 106.5 FM*. El método utilizado en este estudio es descriptivo y trata de esclarecer cómo se manifiesta la ética periodística en la práctica diaria de los periodistas que participan en el programa "*Tras la Noticia*". Además, se analiza cómo esta ética influye en el contenido y en la presentación de las noticias en el contexto de la radio que es un medio de comunicación que desempeña un papel crucial en la difusión de información a nivel local y regional. Al explorar la ética periodística en este contexto específico, se espera obtener una comprensión más profunda de cómo los profesionales del periodismo en la radio abordan cuestiones éticas, cómo toman decisiones editoriales y cómo estas decisiones pueden impactar en la calidad y la integridad de la información proporcionada a la audiencia. Este enfoque descrip-

tivo permitirá caracterizar y definir los patrones y prácticas éticas en el ámbito de la radiodifusión, lo que contribuirá a una visión más completa y matizada de la ética periodística en la era de la información digital y multimedia.

“En el enfoque cualitativo también se estudian fenómenos de manera sistemática” (Hernández-Sampieri, 2018, p. 7). En esta investigación el enfoque cualitativo se utilizó en el estudio de la página oficial de radio Récord del programa Tras la Noticia por medio de un análisis de contenido y entrevistas realizadas a profesionales en comunicación para aquello se observaron varias transmisiones en base a la ética periodística. Además, se utilizó el diseño no experimental que “es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables” (Callo, 2023, p. 1868). En este caso, se observará cómo se aplican los principios éticos en la producción de noticias en el programa "Tras la Noticia", y cómo esto influye en el contenido informativo final. El análisis de la ética periodística en el ámbito de la radiodifusión es de gran relevancia en un contexto mediático en constante evolución. El tratamiento informativo en los medios de comunicación desempeña un papel fundamental en la formación de la opinión pública y en la toma de decisiones de la sociedad. Por lo tanto, comprender cómo se aplica la ética periodística en la práctica radiofónica es esencial para garantizar la integridad y la calidad de la información que se difunde.

Alcance de la investigación

La investigación se centró en analizar la aplicación y percepción de la ética periodística en la producción y presentación del programa "Tras la Noticia" de radio Récord 106.5 FM. Los participantes clave de la investigación han sido los profesionales en periodismo involucrados en el programa. Los métodos de recolección de datos de la investigación se utilizó entrevistas y análisis de contenido en profundidad y observación como principales métodos cualitativos para recopilar información. Las guías de preguntas y el análisis de contenido se utilizaron como herramientas específicas para la recopilación de datos.

El período de estudio fue del mes de agosto y septiembre y se enfocó en la observación continua y las entrevistas con los profesionales involucrados del programa. Esto permitió una comprensión en profundidad de las prácticas éticas en un contexto radiofónico en constante evolución. La investigación busca identificar patrones, desafíos y buenas prácticas éticas en la producción de noticias en el programa, así como comprender cómo estas prácticas influyen en el contenido informativo.

Limitaciones: La investigación no incluirá la audiencia como participante directo y no se enfocará en la evaluación de la audiencia sobre la ética del programa. Además, debido a restricciones de tiempo y recursos, el estudio se centrará en un período de tiempo limitado.

RESULTADOS

En los resultados de la ficha de observación del análisis de contenido se cuantificaron los datos en el mes de agosto y septiembre para tener una mejor apreciación de lo visualizado en las transmisiones en vivo del programa Tras la Noticia.

Tabla 1. Resultados del análisis de contenido en el mes de agosto en cuanto a ética periodística

ITEMS	SI		NO	
. ¿La información está basada en fuentes?	10	77%	3	23%
. ¿Se evitó el uso de seudónimos en los periodistas y fuentes?	1	8%	12	92%
. ¿La información es útil para tomar decisiones?	11	85%	2	15%
. ¿Se clasificó el contenido de acuerdo con su importancia?	6	46%	7	54%
. ¿La información cuenta con total claridad para dar a conocer los acontecimientos?	11	85%	2	15%
. ¿Los presentadores emiten juicios de valor en la información que presenta?	12	92%	1	8%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Resultados del análisis de contenido en el mes de agosto en cuanto a tratamiento informativo

ITEMS	SI		NO	
. ¿Incluyen información sobre eventos actuales y temas de interés?	13	100%	0	0%
. ¿Presentan diferentes puntos de vista sobre los temas tratados?	9	69%	4	31%
. ¿Proporcionan contexto y análisis para la comprensión de información presentada?	11	85%	2	15%
. ¿Siguen un enfoque objetivo y equilibrado en su presentación?	1	8%	12	92%
. ¿Verifica la veracidad de la información antes de transmitirla?	8	62%	5	38%
. ¿La información es totalmente comprensible?	5	38%	8	62%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Resultados del análisis de contenido en el mes de septiembre en cuanto a ética periodística

ITEMS	SI		NO	
. ¿La información está basada en fuentes?	12	92%	1	8%
. ¿Se evitó el uso de seudónimos en los periodistas y fuentes?	3	23%	10	77%
. ¿La información es útil para tomar decisiones?	9	69%	4	31%
. ¿Se clasificó el contenido de acuerdo con su importancia?	7	54%	6	46%
. ¿La información cuenta con total claridad para dar a conocer los acontecimientos?	12	92%	1	8%
. ¿Los presentadores emiten juicios de valor en la información que presenta?	10	77%	2	15%

Fuente. Elaboración propia

Tabla 4. Resultados del análisis de contenido en el mes de septiembre en cuanto a tratamiento informativo

ITEMS	SI		NO	
. ¿Incluyen información sobre eventos actuales y temas de interés?	13	100%	0	0%
. ¿Presentan diferentes puntos de vista sobre los temas tratados?	11	85%	2	15%
. ¿Proporcionan contexto y análisis para la comprensión de información presentada?	10	77%	3	23%
. ¿Siguen un enfoque objetivo y equilibrado en su presentación?	1	8%	12	92%
. ¿Verifica la veracidad de la información antes de transmitirla?	4	31%	9	69%
. ¿La información es totalmente comprensible?	6	46%	7	54%

Fuente: Elaboración propia

DISCUSIÓN

Para la filósofa Adela Cortina la ética es: «un saber que pretende orientar la acción humana de un modo racional en el conjunto de nuestra vida». Los datos proporcionados sugieren una serie de aspectos importantes en relación con la ética periodística y la calidad de la información que se presenta. Basándonos en la definición de ética de Adela Cortina, que destaca la orientación de la acción humana de manera racional, podemos evaluar estos resultados desde una perspectiva ética.

Los datos proporcionados incluyen una evaluación de la calidad del tratamiento informativo en agosto, y se hace referencia al concepto de tratamiento informativo según Alpino y Bracho. Dado que se menciona a Alpino y Bracho, es relevante considerar sus ideas y enfoques sobre el tratamiento informativo en nuestra discusión.

Según Fernando Savater, “La ética es el arte de saber vivir, por lo tanto, el arte de discernir entre lo que nos conviene y lo que no”. Estos resultados resaltan la importancia de la ética periodística en la práctica diaria de los medios de comunicación. La ética implica proporcionar información precisa, transparente, relevante y fácilmente comprensible, distinguiendo claramente entre hechos y opiniones.

Basándonos en los datos proporcionados y tomando en cuenta la definición de tratamiento informativo es la función del periodista que se adapta a los hechos sociales donde utiliza medios y reglas para transmitir información según Núñez (1995), podemos realizar una discusión y evaluar la calidad del tratamiento informativo en el período de septiembre.

En resumen, los datos presentados resaltan la importancia de la ética en el periodismo y la necesidad de un tratamiento informativo de alta calidad. La ética, como un saber que orienta la acción humana de manera racional, impone la responsabilidad de los periodistas de proporcionar información precisa y transparente, diferenciando claramente entre hechos y opiniones.

CONCLUSIONES

En el transcurso de la investigación, se ha resaltado la vital importancia de la ética en el ejercicio del periodismo en "Tras la Noticia". Los periodistas deberían ser conscientes de su papel como informadores y defensores de la verdad, y deben priorizar la precisión y la integridad en su labor. Se ha enfatizado la relevancia de la veracidad y la exactitud en el tratamiento informativo. Los periodistas de "Tras la Noticia" deberían tomar en cuenta la exhaustiva verificación de los hechos antes de difundirlos y asegurarse de que la información se presente de manera precisa y equitativa.

También se ha subrayado la importancia de incluir una diversidad de fuentes y perspectivas en la cobertura de noticias. Esto garantiza una visión más completa de los temas y previene cualquier sesgo. Por último, se ha destacado la importancia de rectificar errores de forma oportuna y transparente. La corrección de errores es esencial para mantener la integridad y la confianza del público. En conjunto, estos principios éticos son fundamentales para un periodismo responsable y respetuoso que sirva al interés público.

RECOMENDACIONES

La redacción de las noticias debe ser objetiva y equilibrada, evitando la parcialidad y el sensacionalismo. Se recomienda una revisión crítica de las fuentes y la información antes de su difusión. Fomentar la participación del público en el proceso informativo, permitiendo preguntas, comentarios y críticas constructivas. Esto contribuirá a una mayor rendición de cuentas y a la mejora de la calidad informativa. Establecer un código de ética específico para el programa "Tras la Noticia" y asegurarse de que todos los miembros del equipo lo conozcan y lo sigan rigurosamente. Realizar auditorías internas periódicas para evaluar la calidad del tratamiento informativo y garantizar que se cumplan los estándares éticos establecidos.

En resumen, el respeto a la ética periodística es esencial para mantener la confianza del público en los medios de comunicación, y el programa "Tras la Noticia" de Radio Récord debe esforzarse por cumplir con estos estándares éticos en su tratamiento informativo para ofrecer una información veraz y de calidad a su audiencia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almansa-Martínez, A., & Fernández-Torres, M. (2011). Estudio sobre la comunicación digital de las organizaciones sociales en España. 1575-2844. <https://doi.org/10.15178/va.2011.117E.337-352>
- Arizabaleta Dominguez, S. L., & Ochoa Cubillos, A. F. (06 de diciembre de 2016). Hacia una educación superior inclusiva en Colombia. Scielo, 41-56. <http://www.scielo.org>

lo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-24942016000200005&lng=en&tlng=es.

- Arroyo, I., & Gómez, R. (2015). Efectos no deseados por la comunicación digital en la respuesta moral. *Revista científica de Educomunicación*, 156. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.3916/C44-2015-16> |
- Barredo, D., Rodrigues, M., & Hidalgo, J. (2020). Comunicación digital, redes sociales y procesos en línea: estudios en una perspectiva comparada entre América Latina y la Península Ibérica. *Oceanía*. <https://doi.org/DOI:10.1080/13260219.2020.1934260>
- Callo, M. E. (2023). Diseños de investigación cualitativa y cuantitativa. *Ciencia Latina Internacional*, 7(4), 1868. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7016
- Cárdenas, A., & Herrera, R. (2022). Las fake news y su influencia en el ejercicio periodístico en el Ecuador. *Facultad de Comunicación, lingüística y literatura. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito*. <https://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/19917/Tesis%20de%20Alex%20con%20las%20correcciones%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carro-Peréz, H., Hernandez-Gómez, Arturo, S., & Chavarría-Ventura, C. A. (2022). Desarrollo de una escala de calidad de la información transmitida por medios de comunicación electrónicos (ECIME). <https://doi.org/https://doi.org/10.29059/cienciauat.v17i1.1651>
- Casas, J., Repullo, J., & Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. *Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. Atención Primaria*, 31, 143. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0212-6567(03)70728-8)
- Chaparro, J., & Díaz, M. (2018). Los desafíos éticos del periodismo en la era de big data. *Universidad internacional de Rioja. España*, 21(4), 1137. <https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.4.8>
- Costales, Z., & Badía, A. (2018). Estrategias para la formación profesional en periodismo radiofónico: experiencias y propuestas. <https://doi.org/https://doi.org/10.15198/seeci.2018.46.53-63>
- Cotera, G. M. (2020). Ética periodística informativa en los procesos de comunicación digital. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3695/1/T-ULVR-3166.pdf>
- Daniel Barredo Ibáñez, M. R. (2020). Comunicación digital, redes sociales y procesos. *Journal of Iberian and Latin American Research*, 276.
- Delgado, D., Efigenio, L., & Sánchez, E. (2019). Las faltas frecuentes de la éti-

ca periodística en el tratamiento informativo de temas políticos nacionales en medios de comunicación digitales: la página, la portada, la última hora. <https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/20784>

Fernando González, L. y Gutiérrez Rico, D. (2015). Más allá de la inclusión educativa: Elementos para su desarrollo en una institución de educación superior. (Vol. Primera edición). (I. U. Español, Ed.). Instituto Universitario Anglo Español.

García, V., Vasquez, D., & Sánchez, D. (2022). Convergencias de la ética periodística en el ejercicio profesional del comunicador. *Recimundo*, 409. <https://doi.org/10.26820/recimundo/>

García, V., Vasquez, D., & Sánchez, D. (2023). Convergencias de la ética periodística en el ejercicio profesional del comunicador. *Saberes del conocimiento*, 7(1), 407-414. <https://doi.org/10.26820/recimundo/>

González-Vega, A. M., Molina, S. R., López, S. A., & López, S. G. (2022). <https://doi.org/https://doi.org/10.36367/ntqr.14.2022.e571>

Herdoíza, M. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Senescyt/Unesco.

Hernández-Sampieri, R. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cualitativa, cuantitativa y mixta. https://doi.org/http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf

Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (Vol. Sexta). McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDIOTRES, S.A. DE C.V. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Herrera Seda, C., Pérez Salas, C., & Echeita, G. (2016). Teorías Implícitas y Prácticas de Enseñanza que Promueven la Inclusión Educativa en la Universidad. *Instrumentos y Antecedentes para la Reflexión y Discusión*. 9(5), 49-64. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000500006>

Herrera, A. (2023). Las fake news y su influencia en el ejercicio periodístico en el ecuador. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/19917>

Hurel, T. (2016). El valor de la ética en el ejercicio periodístico. Cuenca. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11953/1/UPS-CT005684.pdf>

Incheon. (2016). Educación 2030. Declaración de Incheon y Marco de Acción. Hacia una educación inclusiva y equitativa de calidad y un aprendizaje a lo largo de la vida para todos. UNESCO.

- Janet, C. (2020). Plan Nacional de igualdad y equidad de género. PLANEG III.
- Jímenez, Á., & Pérez, J. (2017). Métodos científicos de indagación y construcción del conocimiento. *Revista EAN*. [https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647)
- Jiménez, C., & Sans, R. (2023). Periodismo Deontológico vs Periodismo Digital. *RFEvista internacional de Cultura Visual*, 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4623>
- López, D. L. (2018). El derecho a recibir información veráz en el sistema constitucional en el ejercicio profesional del periodismo como garantía democrática. [https://doi.org/https://doi.org/10.18543/ed-66\(2\)-2018pp435-459](https://doi.org/https://doi.org/10.18543/ed-66(2)-2018pp435-459)
- López, K., & Cotera, M. (2019). La construcción de contenidos informativos a partir de la ética del periodista Guayaquileño 3.0. 15. <https://doi.org/https://doi.org/10.23878/alternativas.v20i1.314>
- López, P. (2019). La ética del Periodismo Inmersivo a debate. *Hipertext.net*, 3.
- Maciá-Barber, C. (2013). Ética periodística, I+D+i y transferencia del conocimiento. https://doi.org/10.5209/REV_ESMP.2013.V19.42168
- Muñoz Loayza, B. A. (2018). Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas. Machala: Repositorio digital Utmach. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>
- Muñoz, V. L., & Zamarcanda, K. (2022). Medios Radiales tradicionales y medios digitales en la audiencia de la provincia de Santa Elena. Medios Radiales tradicionales y medios digitales en la audiencia de la provincia de Santa Elena. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad. <https://doi.org/https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8167>
- Paredes, J. (2021). Responsabilidades deontológicas en medios digitales ecuatorianos, la posta 2019. <http://hdl.handle.net/10469/17568>
- Pareja, N., & Echeverría, M. (2014). La opinión pública en la era de información. 2448-4911. [https://doi.org/10.1016/s1870-7300\(14\)70899-3](https://doi.org/10.1016/s1870-7300(14)70899-3).
- Redondo, M., Sánchez-García, P., & Etura, D. (2015). Investigación de la enseñanza ética de los periodistas en España. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1163>
- Restrepo, D. J., & Botello, M. (2018). Ética periodística en la era digital. 4.
- Rivero Pino R. (2021). Desarrollo de capacidades de intervención profesional comunitaria, familiar y de género para la inclusión educativa. Santa Elena.

- Rivero Pino, R. (2021). Instrumento para validación por especialistas de técnicas para la investigación "Desarrollo de Capacidades de Intervención Profesional Comunitaria, Familiar y de Género para la Inclusión Educativa Universitaria. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena.
- Rodrigo, M., & Cerqueria, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. Scielo, 227. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.7764/cdi.44.1418>
- Rodríguez, B., & Rodrigo, F. (2020). El valor de los valores en el periodismo del siglo XXI: la formación ética del periodista en la época de la posverdad. Dialnet, 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3277>
- Senescyt. (2015). Construyendo Igualdad en la Educación Superior. Quito: Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Sixto-García, J., Duarte, M. A., & Escandón-Montenegro, P. (2022). Comunicación y transparencia informativa y la rendición de cuentas. <https://nuevaepoca.revista-latinacs.org/index.php/revista/M2>
- Solís Sabanero, A. (2016). La perspectiva de género en la educación. Desarrollo profesional docente: reforma educativa, contenidos curriculares y procesos de evaluación, 97-107.
- Torres-Ortiz, J.A. & Duarte, J.E. (Junio de 2016). Los procesos pedagógicos administrativos y los aspectos socio-culturales de. Investigación, Desarrollo, Innovación, 6, 179-190. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.19053/20278306.4606>
- Unesco. (2020). América Latina y el Caribe: Inclusión y educación: todos y todas sin excepción. París: Informe de Seguimiento de la Educación en el Mundo 2020.
- Useche, M., Artigas, W., Queipo, B., & Perozo, É. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos. Genete Nueva. <https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/344256464>

CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EN LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS

Vicente Rafael Del Pezo Yagual

vicente.delpezoyagual@upse.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-0685-9695>

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

Benjamín Wilson León Valle.

bleon@upse.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-3374-5207>

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

RESUMEN

Los códigos deontológicos son fundamentales dentro de un medio de comunicación y su usabilidad marca la imagen ética del periodista. En este documento se analizó la utilización de los códigos deontológicos en el medio de comunicación Radio Salinas 103.3Fm, del mismo modo, se contrastó la forma en el que el medio realiza la verificación de los contenidos informativos que se publican en las redes sociales y que se emiten dentro del programa noticioso “Ola Informativa”. Para ello se empleó la investigación aplicada, bajo un enfoque cualitativo, además se utilizó el método inductivo – explicativo con el objetivo valorar la utilización de los códigos deontológicos dentro de los contenidos informativos, por medio de la ejecución dos técnicas (entrevista y grupo focal), instrumento basado en las preguntas estructuradas dirigida a los presentadores del programa noticioso “Ola Informativa”, además, al director del medio de comunicación, a un especialista en periodismo. Los resultados obtenidos indican que, el medio de comunicación mantiene una buena práctica en el uso de sus de los códigos deontológicos, el código de Ética Periodística del Ecuador, los mismos que se los aplica dentro de la contrastación y verificación de los contenidos informativos antes de publicarlos en las redes sociales del medio. En conclusión,

se evidenció la responsabilidad social de la prensa y los dilemas deontológicos que tienen los periodistas con respecto a las entrevistas y al momento de otorgar el derecho a la réplica.

Palabras clave: Códigos deontológicos; contenidos informativos; ética periodística; medios de comunicación; verificación de datos.

INTRODUCCIÓN

El código de Ética periodística es la carta de presentación del comunicador, por ende, esta tiene que regirse en todos los medios de comunicación de la Provincia de Santa Elena, del mismo modo, estos deben tener un código deontológico que establezca las normas y responsabilidades del periodista a la hora de prestar sus servicios a la comunidad o emitir eventos noticiosos desde una frecuencia radial. De ahí la necesidad de verificar si el medio de comunicación a investigar cumple con los estándares dentro de las normas ya mencionadas, para mejorar la calidad de los contenidos informativos que se publican a diario en las redes sociales o los que se emiten por el dial.

Para ello se planteó un objetivo general: Identificar el uso de los códigos deontológicos, para el manejo de contenidos informativos en el medio digital “Radio Salinas 103.3 FM” de la provincia de Santa Elena.

La metodología fue direccionada al enfoque cualitativo analizando el manejo de los contenidos informativos con respecto a los códigos deontológicos, por medio de técnicas como la entrevista y el grupo focal. A su vez, el diseño de la investigación fue no experimental, porque la deducción se la realizó sin manipular las variables, es decir, se observó los fenómenos dentro del ambiente laboral, esto con la metodología inductiva – explicativa.

Con respecto a los resultados, los datos recolectados fueron analizados bajo la relación que existen con autores que hablan sobre los indicadores y dimensiones del proyecto. Con ello, se pudo verificar el correcto uso de los códigos deontológicos para contrastar de los contenidos informativos antes de su publicación. Del mismo modo, se pudo constatar que dentro de los programas noticiosos existen dilemas deontológicos que si no se los ejecuta con neutralidad, pueden llegar a crear malentendidos.

En la actualidad, los códigos deontológicos son considerados como un aspecto fundamental para los profesionales dentro del ámbito periodístico, sin embargo, el reconocimiento de su utilización pasa desapercibido en los medios de comunicación. Es decir, los códigos son utilizados sin tener el conocimiento de este, por ende, tienden a confundirlos con la ley orgánica de comunicación vigente en este año.

Por ello, se señalan los siguientes trabajos investigativos con enfoques nacionales e internacionales y se toma como referencia a los siguientes autores:

Un estudio realizado en Barcelona–España en el que Bidernan Nuñez, (2019) da a conocer que en:

La confianza de la sociedad hacia los medios de comunicación da mucho de qué hablar, es decir, la sociedad ya no confía en los encargados de dar a conocer la información que ellos requieren, por ello, aparte de realizar un estudio de los códigos deontológicos del periodista, se pretende crear una propuesta de un código deontológico que ayude a mejorar el carácter ético y moral de los comunicadores en dicha ciudad. (p. 3).

Incluso, mencionan que la inclusión de un código deontológico puede actuar como marco ético de referencia o también como una guía de conducta para el ejercicio del periodismo en la zona de estudio.

En el mismo contexto de los códigos deontológicos, Lozano & Domínguez (2018) dentro de su investigación indican que:

La revisión de los códigos deontológicos es indispensable dentro del campo periodístico, y dentro de este proyecto el objetivo principal es analizar la existencia de la deontología en el periodismo de datos y la Big data dentro de América Latina. La metodología de este proyecto está basada en el análisis de 18 códigos éticos de las asociaciones de periodistas de 18 países para corroborar si estos cumplen con los principios de autores que adaptan la deontología periodística con el contexto del periodismo de datos y Big data. (p. 1136)

En otro contexto, Monroy (2016) da a conocer la verificación del correcto uso de ética periodística durante las transmisiones de reportajes que se emitieron luego de la catástrofe que sucedió en Ecuador, para esto se conoce que: Luego del terremoto en Ecuador el 16 de abril del 2016, salieron a la luz varios reportajes sobre las víctimas de este desastre natural en los noticieros de emisión estelar de RTS, por ello, el autor abrió una investigación que diera a conocer si dentro de estos reportajes se manejaba un correcto tratamiento de la información, colocando como base la ética periodística que todo comunicador debe aplicar.

Por su parte, Perero (2011) indica que: existe carencia de profesionalismo en los espacios informativos y de opinión en los medios radiales, por ende, esto provoca la falta de ética, tergiversación y desorganización en el campo del periodismo, por consiguiente, se puede indicar que sucede lo mismo en la provincia de Santa Elena por la inobservancia del código de Ética periodística; sin embargo, dentro del campo del periodismo se refiere solo a dos tipos de comunicadores que son el locutor y el comunicador radial. Por ello se realizó dentro de este proyecto la propuesta de un manual deontológico de procedimientos para el correcto uso de los códigos deontológicos, con esto se podría garantizar el ejercicio informativo del periodismo radial dentro de la provincia de Santa Elena.

Dentro de las investigaciones se puede observar la relevancia que tienen los códigos deontológicos dentro de cualquier rama del periodismo y su función en los medios de comunicación. Los autores hablan de distintos casos en oficio de los códigos deontológicos del periodismo con el fin de analizarlos, conocerlos, verificarlos y evaluarlos para encontrar distintos métodos que ayuden a que el comunicador los tome en cuenta y no solo se base en la Ley Orgánica de Comunicación. Incluso en la actualidad, la creación de propuestas para nuevos manuales deontológicos ayudaría a que el periodista asuma una responsabilidad mayor a la hora de ejercer su profesión.

Los códigos deontológicos son los encargados de regular las acciones de un periodista dentro de cualquier ámbito. Es decir, la formación de este dependerá del correcto uso del código deontológico que determinará el profesionalismo que maneja un medio de comunicación. Según García, Campo, Boj & González, (2021), “los códigos deontológicos son documentos que recogen un conjunto de pautas y criterios considerados esenciales para ejercer una actividad, en este caso, dentro del campo laboral de los periodistas” (p. 46)

Los códigos deontológicos tienden a poseer características que convierten al comunicador en un profesional de ética y respeto, dentro del campo de su profesión. Por esto, Gandía (2009), señala que: entre las características de los códigos deontológicos están, las acotaciones de las responsabilidades profesionales; el promover el incremento de los conocimientos científicos y técnicos; la definición del comportamiento correcto del profesional; incluso también podemos observar el constante perfeccionamiento en las tareas profesionales, la atención al servicio público, implementar la confianza como factor de importancia dentro de las relaciones públicas y la aplicación de medidas disciplinarias.

El manejo de los contenidos informativos obtiene relevancia dentro de los programas noticiosos que se transmiten en los medios de comunicación, por ello, su correcta manipulación es indispensable para evitar información tergiversada. Autores dentro de sus investigaciones manejan los siguientes conceptos:

De este modo, Cueva (2020), afirma que “el manejo de los contenidos informativos es considerado como la convergencia que integra las características naturales del periodismo, capacidades profesionales, formatos y estrategias de producción con la tecnología” (p. 102). Asimismo, Cueva (2020), manifiesta que “las características de los contenidos informativos, que en este caso tiene bases fundamentales durante la pandemia por Covid-19, son la multimedialidad, la hiperactividad y la interactividad de la información en la fan page estudiado en este proyecto” (p. 91)

La Ética Periodística es la carta de presentación de los comunicadores y su papel fundamental es regular el ejercicio de su función dentro del campo laboral. Por ello, todo medio de comunicación debe regirse a esta Ética.

De acuerdo con Barragan (2007), sostiene que “la Ética periodística está ligada al ejercicio independiente del poder y al hecho del creciente interés de los medios y

los periodistas por responder a esa ética, como signo de recuperación de la prensa en América Latina” (p. 210)

Bajo este ángulo, Restrepo (2013) da a conocer que “dentro de las características del código de ética periodística están el liderazgo social, ser buena persona, ser un lector empedernido, ser recto y audaz, ser capcioso y ágil, ser investigador y tener ojo crítico” (p. 40)

Los códigos deontológicos

Dentro de esta investigación se estudiarán los capítulos I y IV de los códigos deontológicos, para ello, la comprensión e interpretación de los artículos es necesaria para identificar si estas funciones se cumplen dentro del medio de comunicación como objeto de estudio. Bajo este criterio, los conceptos de los siguientes autores indican lo siguiente: Rojas (2016), afirma que: los principios de los códigos deontológicos son la beneficencia, independencia, dignidad, integridad, lealtad y secreto profesional, consisten en el significado de hacer bien una actividad y hacer el bien a otro, mediante esa actividad bien hecha” (p. 34).

Por tanto, Rojas (2016) también mencionó que “Los principios de los códigos deontológicos son la beneficencia, independencia, dignidad, integridad, lealtad y secreto profesional” (p. 35). Por lo tanto, la revisión, contrastación, verificación, edición y publicación de una noticia son las características fundamentales que la autorregulación debe cumplir dentro de un medio de comunicación. Además, toda noticia debe llevar un proceso de autorregulación antes de ser consumida por la sociedad. No obstante, artículos y autores manifiestan que: de acuerdo con la LOC (2019) en el Art. 91.1 recalca lo siguiente:

La definición de autorregulación comunicacional es un equilibrio entre responsabilidad y libertad informativa, que se materializa a través de la construcción de códigos de regulación voluntaria de la operación parcial o total de los medios, a través de la libre iniciativa, basados en la defensa de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación. (p. 43). Bajo este esquema, Aznar (2014) da a conocer las funciones propias de la autorregulación comunicativa: “especificar los valores éticos y exigencias deontológicas de la comunicación, promover las condiciones para la implementación y el cumplimiento habitual de las exigencias éticas, juzgar los casos conflictivos y establecer los incumplimientos de dichos estándares éticos” (p. 88).

Responsabilidad social de la prensa

Las redacciones y ediciones de una noticia siempre deben basarse en fuentes primarias y evitar la tergiversación de la información, por ello, el periodista tiene una gran responsabilidad con la sociedad al publicar un hecho noticioso, porque este no debe contener ningún hecho falso o que afecte de forma indirecta a algún individuo. Recordemos que es responsabilidad del medio responder ante cualquier información

mal interpretada. Según Abad (2012), sitúa un concepto más amplio de la responsabilidad social de los periodistas, este menciona que:

Se refieren a la obligación de pensar y prever las consecuencias sociales y políticas de la información, de este modo, también se da a conocer las características de estas que son: los efectos culturales del lenguaje periodístico, las emociones derivadas del modo de nombrar las cosas y las relaciones de poder afianzar los enfoques informativos (p. 32).

Por su parte, Barreth y Abifandi (2017), afirman que: “La responsabilidad social como toda disciplina profesional, el comunicador social debe ejercer un código de Ética para ejercer un periodismo responsable, en el que se engloban principios, valores y obligaciones del oficio del periodista” (p. 70).

Contrastación de los contenidos informativos

Desde el punto de vista de la Ley Orgánica de Comunicación [LOC], (2019) se afirma que: la contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística.

Así mismo, Tahiri (2020) menciona que “la contrastación de las fuentes de información son herramientas que aseguran que la información en la que se trabaja es veraz y fiable, por ello las características son la fiabilidad de las fuentes primarias, su credibilidad y la originalidad” (p. 77)

La contrastación de datos informativos permite la correcta publicación de un hecho noticioso. Por esto, existen varios portales web que se encargan de verificar todo tipo de noticias que tengan rasgos de ser tergiversadas. En relación a esto, en García, Campo, Boj , & González, (2021), manifiesta que: “la verificación de datos o fact-checkers se ha convertido en una herramienta esencial para revisar y comprobar informaciones y declaraciones públicas, y sobre todo para certificar la veracidad de las cifras o datos expresados en las fuentes” (p. 32). Así mismo, Barreth y Abifandi (2017) mencionan que: “dentro del proceso adecuado para el manejo de la verificación de datos informativos se plantean los siguientes objetivos: a) analizar las fuentes de confirmación de la información utilizadas por los comunicadores sociales, b) identificar los procedimientos para el contraste de la información y c) diseñar una propuesta de aplicación profesional para la verificación de la información, teniendo en cuenta la responsabilidad periodística” (p. 112)

Los contenidos informativos forman parte del eje fundamental de los medios de comunicación, por tal motivo, deben ser estructurados, contrastados y verificados por el periodista antes que el lector pueda consumir dicha información. Dentro de los siguientes conceptos, podemos observar: Como lo señala Vázquez (2015), menciona

que “los contenidos informativos son aquellos que contienen datos que dan a conocer una marca, producto o servicio. Dentro del ámbito periodístico, los contenidos informativos son los encargados de manejar una gran cantidad de datos sobre algún evento noticioso que acontece en un lugar en específico, con el objetivo de dar a conocer dicha información a la comunidad” (p.83).

Del mismo modo Delgado (2022), afirma que:

Las características de los contenidos informativos son la veracidad, es decir, un hecho que pueda ser verificado; también la claridad del contenido, para que el texto sea comprendido por cualquier persona; la precisión de la nota informativa; la brevedad del contenido, esta requiere el uso de párrafos cortos que tenga coherencia y calidad; la densidad se refiere a la riqueza de la información que hay en los datos mostrados; y la impersonalidad, que nos da a conocer el uso de la primera persona en lugar de recurrir a la tercera (p. 10) En las opiniones de Benítez & Hidalgo (2020), se da a conocer que “los contenidos informativos se analizan por los mismos usuarios, es decir, estos permiten entender el proceso por el cual un contenido y un usuario logran interactuar, con el objetivo de alcanzar diferentes niveles de convencimiento y tomar acciones diferentes” (p. 42)

Así mismo Yanes (2003), menciona que “el periodismo informativo tiene como objetivo el comunicar a una comunidad y dentro de este contenido noticioso se deben destacar las características esenciales que son la claridad, la sencillez y la exactitud” (p. 20)

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente trabajo está diseñado bajo el planteamiento del enfoque cualitativo, porque se necesita alcanzar un análisis sistemático de información. Del mismo modo Salgado (2007), manifiesta que “la investigación cualitativa puede ser vista como el intento de obtener una comprensión profunda de los significados y definiciones de la situación tal como presentan las personas, más que la producción de una medida cuantitativa” (p. 3).

Es entonces, a partir de este diagnóstico se interpretó los resultados al aplicar las técnicas e instrumentos de la investigación y se basó en el razonamiento inductivo, que se encarga de crear teorías generalizadas a partir de observaciones específicas. Por lo tanto, se desarrollan conclusiones acerca del correcto uso del código de ética periodística del Ecuador. En el diseño de la investigación se analizó las respuestas de la entrevista (como técnica) que se realizó a los comunicadores de Radio Salinas y al especialista.

Cabe recalcar que, esta investigación escorte trasversal porque su recolección de datos se la determina en un corto periodo de estudio. El método de investigación que se utilizó fue el inductivo y el explicativo, con el objetivo de sintetizar los elementos

o las variables, para llegar a una conclusión que explica y comprende los casos particulares, por el lado del método explicativo, la investigación se centrará en recoger las interpretaciones del método inductivo aplicado para conocer cómo se están aplicando las variables en el campo de estudio.

La técnica de recolección de datos es la entrevista con el instrumento de la guía de preguntas y con el formato de entrevista no estructura, por el cual se podrá obtener más información sobre los miembros del medio radial e interpretar las conclusiones del caso. Además, se utilizó el Grupo Focal que permitió conocer la realidad objetiva y contextual en la que labora un grupo de empleados bajo la utilización de códigos deontológicos. Con esto, se analiza las acciones que dicho grupo realiza dentro de su medio con el objetivo de conocer la responsabilidad que mantiene con la sociedad, luego se interpretarán las razones del porque actúan de una forma u otra.

RESULTADOS

Dentro del procesamiento de la información, se obtuvieron los datos analíticos por medio de la ronda de preguntas estructuradas como entrevistas al especialista en comunicación, dentro del departamento de comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena el día 25 de enero. Del mismo modo, se contó con entrevistas para las locutoras y el director del medio de comunicación Radio Salinas 103.3 Fm, no obstante, también se realizó un focus group con los encargados de manejar el programa “Ola Informativa” de la misma entidad radial. Este proceso investigativo y de recolección de datos desde el 24 hasta el 27 de enero del presente año.

Los resultados de las entrevistas fueron procesados y tabulados por medio de tablas de doble entrada, donde se detalla en la parte superior los datos informativos del entrevistado como nombres completos, título profesional y especialidad; luego se anexó la respectiva ronda de preguntas como guía para el entrevistador, y a lado la respuesta del entrevistado con el respectivo análisis, para luego realizar la observación con la relación de los conceptos teóricos de los autores investigados con la respuesta consultada, se realizó un cuadro de doble entrada para el análisis general de todos los entrevistados.

Por otro lado, se generó un cuadro para las preguntas y análisis respectivos del Focus group, en donde constan las preguntas estructuradas y los participantes potenciales para generar al final un análisis acerca de la utilización, como del conocimiento de los códigos deontológicos y de la Ética periodística en esta entidad radial.

Análisis cualitativo: entrevistas

Cómo primer instrumento dentro de esta investigación, se aplicó la guía de preguntas estructuradas como entrevista, dirigidas al director de Radio Salinas, a dos locutoras del mismo medio y a un especialista en comunicación y periodismo. Los datos obtenidos cumplirán con el objetivo de verificar la utilización de los códigos deontoló-

gicos en el medio y la investigación sobre la deontología y el significado de la Ética periodística para el especialista. Los resultados de la aplicación de este instrumento se muestran a continuación:

Tabla 1. Análisis grupal de resultados de entrevista

Focus Group	No.1	No.2	No.3	
Preguntas	Participante potencial 1	Participante potencial 2	Participante potencial 3	Análisis
¿De qué forma asume la Radio Salinas los códigos deontológicos en los espacios noticiosos Ola Informativa y NotiCosta?	Los códigos deontológicos son considerados una norma que posee el medio de comunicación y que tienen el objetivo de incentivar los valores, la ética y las responsabilidades con los que se transmiten los noticieros.	Se los asume precisamente dentro del espacio de noticias, porque cumplimos lo que dice el código, debemos luchar para la sociedad y cumplir con informar con veracidad	Los códigos deontológicos son nuestra carta de presentación, sin ella no podríamos salir al aire. Incluso observamos que dentro de nuestra deontología menciona que mejora la práctica, la gestión interna y el trabajo comunicacional responsable	Como parte analítica, se destaca la participación de la sala y de sus integrantes por conocer las bases fundamentales de lo que significa el poseer un código deontológico y su compromiso con la ciudadanía peninsular dentro de sus espacios noticiosos.
¿Cómo Radio Salinas emplea la autorregulación periodística bajo los códigos deontológicos?	La autorregulación la manejamos directamente antes de emitir un comentario o antes de publicar una noticia en los medios digitales, porque uno no sabe lo que puede llegar a pasar si no se utilizan correctamente los códigos deontológicos.	La Ley Orgánica de comunicación menciona en uno de sus apartados el significado de la autorregulación y estoy de acuerdo con ello, porque nos habla sobre un equilibrio entre la responsabilidad y la libertad informativa, materializándose por un código de regulación voluntaria. Es decir, nuestro medio de comunicación se acoge a esta metodología porque si tenemos nuestro propio código deontológico.	En muchas ocasiones encontramos información que no puede ser verificada en su totalidad, por eso tomamos la decisión de no publicarla en los medios, pero si vemos que esa información se hace viral la mencionamos a breves rasgos pero autorregulando todo lo que vamos a decir o manifestar de esa noticia.	La responsabilidad de un medio de comunicación parte directamente desde el conocimiento del Código de Ética periodística, los códigos deontológicos y sobre todo la autorregulación de los contenidos informativos. Por ello, en sala se discutió sobre este término que tiene algunos significados pero al final posee el mismo objetivo de regularse como espacio informativo y como comunicador.

<p>¿De qué modo Radio Salinas mantiene la responsabilidad social de la prensa con la sociedad?</p>	<p>La responsabilidad social la tenemos presente dentro de nuestro código deontológico, porque en el hablamos sobre el respeto de la dignidad humana, respetar la honra y la reputación de las personas, dar el libre ejercicio de la libertad de expresión, respetar la intimidad personal y familiar, entre otros que defienden precisamente el derecho de nuestros oyentes.</p>	<p>No podemos discutir mucho sobre este tema, porque esto pasa a convertirse directamente en un derecho fundamental que todo medio de comunicación posee y el nuestro no es la excepción. Por ello también existe el derecho a la réplica, porque con ese derecho damos la oportunidad de que la persona se defienda, pero siempre y cuando nosotros seamos neutrales e imparciales.</p>	<p>Así es, concuerdo con las palabras de mis compañeros, el periodista siempre debe ser neutral e imparcial, pero esto a veces se convierte en un dilema porque existen casos en los que das el derecho a la réplica para dar la oportunidad a otra persona, pero esta utiliza este espacio para salir de un momento desesperante, es decir, no lo utilizan correctamente.</p>	<p>La responsabilidad social de la prensa está presente dentro del medio de comunicación y hacen énfasis con lo que Barreth & Abifandi (2017) mencionan al afirmar que la responsabilidad social como toda disciplina profesional, el comunicador social debe ejercer un código de Ética para ejercer un periodismo responsable, en el que se engloban principios, valores y obligaciones del oficio del periodista</p>
<p>¿A lo largo de su carrera periodística, cuáles son los dilemas deontológicos que ha enfrentado?</p>	<p>Precisamente lo mencionaban mis compañeras, el derecho a la réplica es algo delicado y en el momento de la entrevista debemos mantener neutralidad, así dicha persona no tenga como mantenerse, es decir, no podemos ponernos de lado de nadie.</p>	<p>De verdad, eso sí es un dilema porque sabes que tienes que darle el derecho a la libertad de expresión, pero a veces las personas se aprovechan porque piensan que uno no está de su lado, cuando en realidad no estamos de lado de ninguna de las dos partes, simplemente buscamos alternativas de solución con los mismos entrevistados para que ellos después resuelvan con las entidades pertinentes o con las personas a quienes atacaron.</p>	<p>Justo ahora estamos en campaña y varios candidatos vienen a dar sus propuestas, obviamente nosotros les abrimos las puertas de la radio porque es su derecho como candidato. Por otro lado, encontramos un dilema cuando el político o el candidato se salen de la línea de un tema y esto es algo delicado porque empieza a atacar a sus contrincantes, entonces se debe hacer un “STOP” y tratar de volver a la línea de la entrevista.</p>	<p>Es interesante escuchar esta discusión porque te llenas de conocimiento y a su vez das un análisis a la situación. Existen muchos dilemas deontológicos, pero dentro de Radio Salinas el que más se refleja es el aprovechamiento o el mal uso que se le da al “Derecho a la réplica” por parte de los entrevistados, no por parte de los periodistas o presentadores. El deber de ellos es neutralizar y mantener sobre una sola línea la entrevista.</p>

<p>¿De qué modo el medio de comunicación Radio Salinas contrasta la información antes de ser publicada?</p>	<p>Este medio de comunicación tiene varios métodos de verificación de fuentes, en las calles está el reportero encargado de investigar y llegar a la noticia, publicarla y argumentarla en vivo, por las redes sociales.</p>	<p>Siempre encontramos formas de contrastar una noticia, porque así lo exige el código deontológico y nuestra credibilidad es nuestra mejor arma para seguir saliendo al aire.</p>	<p>Verificamos las fuentes, no podemos publicar una noticia sin antes tener la seguridad de la veracidad de esta.</p>	<p>El medio de comunicación Radio Salinas contrasta su noticia a través de su reportero, porque este realiza el respectivo trabajo de campo. Por otro lado, dentro de las instalaciones de la radio se verifica la información de diferentes fuentes nacionales o locales.</p>
<p>¿Radio Salinas cumple los artículos establecidos del código de Ética periodística en los contenidos informativos?</p>	<p>Claro, creo que dentro de este pequeño debate pudimos despejar varias dudas y por ende, se conoció como se trabaja con el código de Ética periodística bajo los contenidos informativos.</p>	<p>El uso de estos códigos juega un rol importante en este medio de comunicación, no podemos pasar por alto los mismos. Incluso se explicó sobre el derecho a la réplica y cuál es su funcionamiento dentro de esta radio.</p>	<p>Del mismo modo, observamos cual es el proceso de verificación de datos informativos, la contrastación de datos y la utilización de los códigos deontológicos en este medio de comunicación.</p>	<p>Se afirma que Radio Salinas si cumple con el código deontológico y con los artículos de la Ley Orgánica de Comunicación, sin embargo, se cumple esta ley y estos códigos a medida que el medio de comunicación los requiera y pueda justificarlos.</p>

Fuente: Elaboración Propia

DISCUSIÓN

La investigación realizada en el medio de comunicación radio Salinas pudo determinar el uso de los códigos deontológicos que posee el medio radial y el uso del código de ética periodística aprobado por el comité ejecutivo nacional de la federación nacional de periodistas del Ecuador, en la ciudad de Cuenca, el 17 de noviembre de 1978. Por ello, quedó verificado su usabilidad dentro de las distintas labores que ejecuta el medio, no obstante, se constató la correcta verificación de datos informativos que ellos manejan.

Para constatar todos estos resultados, se analizó la siguiente pregunta que parte de la variable independiente de los códigos deontológicos ¿De qué forma asume la radio Salinas los códigos deontológicos en los espacios noticiosos Ola Informativa y NotiCosta? En respuesta a esta interrogante, todos los entrevistados del medio radial dieron a conocer que si se emplea un código deontológico, pero este código es parte de

la radio y se encuentra dentro de su página web, por ende, el personal debe registrarse bajo ese código y tener en cuenta que también existe el código de ética, donde habla sobre el periodismo con la comunidad y el periodismo con el ejercicio profesional. Es decir, el medio conoce estos códigos, aplicándolos según la conveniencia del caso.

Por otro lado, bajo la utilización y el conocimiento de estos códigos, los entrevistados con el especialista concordaron que existen dilemas deontológicos que son considerados como imperativo moral antes de continuar con el ejercicio profesional, criterio que se relaciona con Restrepo (2013) menciona que dentro de las características del código de ética periodística, está el liderazgo social, ser buena persona, ser un lector empedernido, ser recto y audaz, ser capcioso y ágil, ser investigador y tener ojo crítico. Incluso, no se puede romper el código de ética si ejecutas de mala forma los dilemas deontológicos.

Otra de las interrogantes que se analizan dentro de esta discusión es ¿De qué modo radio Salinas mantiene la responsabilidad social de la prensa con la sociedad? : Los entrevistados saben que se debe manejar la responsabilidad social con su audiencia, es decir, ellos conocen cuáles son sus necesidades a la hora emitir una queja, sin embargo, los periodistas deben mantener la neutralidad y ser imparcial sabiendo que ellos abren los micrófonos a su público para generar alternativas, con el objetivo de llamar la atención de una entidad que se haga cargo de solucionar el problema. Y en caso de que la entidad también necesite un espacio, se puede hacer uso del derecho a la réplica, siempre y cuando se solucione el inconveniente con el debido respeto ético que el periodista debe manejar.

Con respecto a los contenidos informativos se planteó la siguiente interrogante: ¿De qué modo el medio de comunicación radio Salinas contrasta la información antes de ser publicada?: el medio de comunicación si contrasta su información antes de publicarla y lo hace a través de fuentes nacionales o fuentes locales, también desde los distintos portales de noticias que existen en el país. Con respecto a la información que se trasmite en vivo, radio Salinas cuenta con un reportero corresponsable que se encarga de indagar la noticia antes de transmitirla en las redes sociales o en la fan page que mantiene el dial. Datos que se relacionan con la opinión de Barreth y Abifandi (2017) afirman que: dentro del proceso adecuado para el manejo de la verificación de datos informativos se plantean los siguientes objetivos: a) analizar las fuentes de confirmación de la información utilizadas por los comunicadores sociales, b) identificar los procedimientos para el contraste de la información y c) diseñar una propuesta de aplicación profesional para la verificación de la información, teniendo en cuenta la responsabilidad periodística”, es decir, da a conocer los pasos del proceso de verificación que tiene relación con lo ejecutado en Radio Salinas.

CONCLUSIONES

Con este trabajo podemos concluir que se identificó la utilización de los códigos deontológicos, para el manejo de contenidos informativos en el medio digital Radio Salinas con la recolección de datos por medio de entrevistas y la guía de preguntas estructuradas.

Se identificó que radio Salinas posee su propia deontología, y la misma se la aplica a los contenidos informativos que publican en las redes sociales, no obstante, también hacen uso del código de ética periodística, porque dentro de este se observa la responsabilidad social de la prensa con la comunidad.

El contenido informativo que publica el medio de comunicación si es contrastado y verificado por medio de portables nacionales o locales; y en el caso de su reportero, este es el encargado de indagar bajo las fuentes primarias las notas informativas que son emitidas por la radio y por la fan page.

Existe un correcto uso del código de Ética. Sin embargo, se verificó que los dilemas deontológicos mal ejecutados pueden afectar y romper la Ética, por esto, el medio de comunicación los maneja con responsabilidad.

A partir del análisis de problemáticas y la contextualización, se concluye que, la investigación puede ser aplicada a la verificación de otros medios de comunicación, porque pueden existir personas que se dediquen al periodismo, pero que no cuentan con un título profesional que habilite como tal la participación de compartir información noticiosa dentro de una comunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, G. (2012). La responsabilidad social del periodismo: procesos informativos, debates políticos y ejes de políticas públicas en el contexto de la Ley de Comunicación en el Ecuador . Quito .
- Agudelo , G., Algneren , M., & Ruiz , J. (2014). Diseños de investigación experimental y no experimental. Antioquía, Colombia.
- Alvarez, A. (2020). Clasificación de las investigaciones . Lima .
- Azueró , Á. (2018). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. Cuenca.
- Azueró, Á. (2018). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. Cuenca, Ecuador .
- Barragan, A. (2007). Ética del periodista: formación y práctica . México .
- Barreth, A., & Abifandi, J. (2017). TÉCNICAS DE VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA PRAXIS DE UN PERIODISMO RESPONSABLE. Guayaquil - Universidad de Guayaquil .

- Benítez, M., & Hidalgo, P. (2020). Comportamientos generacionales y contenidos informativos que construyen el mundo de las Fake News en Ecuador. Quito .
- Bidernan Nuñez, J. (2019). Una propuesta de código deontológico periodístico para la Argentina . Barcelona .
- Cabrera , A., & Romero, R. (2019). Por un diagnóstico y participativo . La Habana.
- Carvajal Perero, J. (2011). “EL CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN LOS COMUNICADORES RADIALES EN TEMAS POLÍTICOS, PROVINCIA DE SANTA ELENA 2018 -2011. SANTA ELENA .
- Cueva, R. (2020). Manejo de los contenidos informativos sobre el Covid 19 difundidos en la fan page de Ozono y Noticias Trujillo, 2020. Trujillo .
- Delgado, I. (Mayo de 2022). Significados. Significados : <https://www.significados.com/texto-informativo/>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela , M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico . México- México: Elsevier .
- Esteban Nieto, N. (2018). Tipos de investigación . Lima .
- Fachelli , S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. Barcelona - España: Creative commons .
- Gandía , E. (2009). Los códigos deontológicos. Madrid.
- García , R., García , O., & Gómez, A. (2021). Los formatos audiovisuales en la verificación de datos. Análisis de la actividad de los fact-checkers en YouTube (2009-2020). Pontevedra.
- García, S., Campo, J., Boj , F., & González, L. (2021). Ética periodística y Covid-19: análisis de contenido de los códigos deontológicos . España .
- González, B. (2020). Códigos deontológicos: El rol de los colegios profesionales y las profesiones reguladas. Sevilla .
- Guevara, G. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). Babahoyo, Ecuador: Saberes del conocimiento.
- Hernández Sampieri, S. (2010). Metodología de la Investigación. Mc Graw Hi Educación.
- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. Mc Graw Hi Educación.
- Iranzo , A., & Latorre, T. (2019). La noticia: manual práctico de redacción . Castellón - España .

- Ley Orgánica de Comunicación [LOC]. (2019). Art. 1 [Disposiciones preliminares y definiciones].
- Organización de los Estados Americanos [OEA]. (2009). Informe de la relatoría Especial para la libertad de expresión. Washington D.C.
- Quispe , H. (2019). Análisis de contenido informativo en la comunicación política electoral del Diario Correo, en la campaña municipal de Susana Villarán, 2014. Lima - Perú.
- Restrepo, J. (abril de 2013). Red Ética . Red Ética : <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/noticias/10-caracteristicas-del-buen-periodista-segun-javier-dario-restrepo>
- Rivas, R. (2007). Manual de investigación documental . Santa Fe: Plaza y valdes editores .
- Rojas, T. (diciembre de 2016). Slideshare. Slideshare: <https://es.slideshare.net/teofilocrisostomo/clase-12-principios-de-la-deontologia-profesional-universidad-nacional-de-educacion>
- Salgado, A. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. Lima .
- Sánchez, M., Fernández, M., & Díaz , J. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. Quito - Ecuador .
- Tahiri, N. (2020). INFORMA UVA. <http://www.informauva.com/contrastar-fuentes-informacion-clave-para-buen-periodista/>
- Tinto , J. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Mérida - Venezuela .
- Vázquez , R. (2015). Forbes México. Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/tipos-de-contenidos-en-redes-sociales-y-su-uso/>
- Yanes, R. (2003). La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura. Sevilla.

LA POSVERDAD COMO CAMBIO DE LA CONTEXTUALIZACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Franco Ávila Sarai Odilia

<https://orcid.org/0009-0001-6380-5872>

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

Cynthia Espíndola Vásquez

<https://orcid.org/0000-0002-2553-2738>

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

RESUMEN

En el presente documento titulado la posverdad como cambio de la contextualización de la opinión pública: medios digitales El Vocero y Bacán, por ello se estableció el siguiente objetivo estudiar la posverdad y la opinión pública en los medios de comunicación el Vocero y Bacán dentro del cantón Santa Elena, para realizar una comparación de información veraz, la metodología realizada fue de tipo; básica descriptiva. Entre las técnicas utilizadas; están; la entrevista, el análisis documental, estos permitieron conocer los criterios y las opiniones sobre los cuales se desarrollan las variables de estudio acerca de las transmisiones en los medios digitales para constatar si existe posverdad durante las transmisiones. Las conclusiones y recomendaciones se manifiesta: que el estudio de la posverdad y la opinión pública en los medios de comunicación El Vocero y Bacán del cantón Santa Elena resalta la importancia de comprender como se presenta los mensajes y como esta puede afectar a la percepción de la verdad, así mismo los resultados de la investigación evidenciaron mediante un análisis de contenido resultados muy relevantes de las transmisiones que dichos medios digitales realizan, para así poder constatar si realmente existe posverdad a su vez se estudió las noticias durante unos días determinados para vi-

sualizar si la posverdad implica en la de los hechos o manipulación para que se ajuste a una narrativa preconcebida, esto puede influir en la percepción de los consejos y moldear la opinión pública.

Palabras clave: contextualización; credibilidad; noticias falsas; opinión pública; posverdad.

INTRODUCCIÓN

En la era de la información digital, el fenómeno de la posverdad se ha convertido en un tema de preparación en relación con el movimiento que se construye y se manipula en la opinión pública en los medios de comunicación locales. La posverdad se refiere a la distorsión de los hechos o la manipulación de la información para enfocar en una narración preconcebida. Esta distorsión de la verdad puede tener un impacto significativo en la dirección en que se perciben los hechos y se forman la opinión pública.

Los medios de comunicación locales, como principios activos en la difusión de información manejan un rol fundamental en la construcción de la opinión pública en nuestras comunidades.

Desde la exageración de los hechos para generar impacto emocional, hasta la omisión selectiva de información que no se ajusta a un determinado punto de vista, estas estrategias pueden influir en la percepción y en las creencias de las personas.

Es importante destacar que la responsabilidad de combatir la posverdad no es el único en los medios de comunicación locales, sino también en los gobiernos, en la sociedad y en su conjunto. Los gobiernos deben promover la regulación y la transparencia en los medios de comunicación, así como también fomentar la diversidad y la pluralidad en el panorama informativo.

La participación de la sociedad en el proceso de construcción de la opinión pública es esencial. Los ciudadanos deben buscar información de fuentes confiables y estar disponibles para evaluar la información que recibe la información que recibe. Además, es necesario promover el debate y el intercambio de ideas, fomentar una cultura de diálogo y respuesta en la sociedad.

Aunque el origen de la posverdad radica en el funcionamiento de la psiquis humana y por tanto, para referirnos a ella podemos remontarnos miles de años atrás hasta la aparición del lenguaje y de las diversas formas de representación y de comunicación, su nota de actualidad viene dada por la forma característica de operar que, dependiente del contexto, se ha visto enormemente influenciada por los avances de las tecnologías de la información y de la comunicación, los cuales han transformado por completo las narrativas y los contextos en los que se desenvuelven y reaccionan las personas en los tiempos que corren.

Al respecto, Navarro (2022), la define como una categoría que se relaciona de

manera compleja con otros semejantes como el posmodernismo, el posestructuralismo, el pos-funcionalismo, lo poscolonial, entre otras construcciones epistemológicas permeadas por la crisis cognitiva de fines del siglo XX. Lo cual implica que los ciudadanos se relacionen con el lenguaje de formas muy diversas.

De ahí el hecho, de que se acepte que existen distintos tipos de verdad epistemológicamente científica, como son la ética, moral, histórica, política, estética, entre otras, así como distintos tipos de contraponer a la verdad.

La posverdad adquiere fuerza cuando en su definición incluye el novedoso reto al que se enfrenta nuestra sociedad con el crecimiento de internet y el nacimiento (auge) de las redes sociales. En este orden Levitin (2017) afirma que “se ha producido más información en los últimos cinco años que en toda la historia humana previa” (p. 4).

La posverdad puede ser utilizada para promover agendas políticas o intereses particulares, generando un entorno de desinformación y confusión. En consonancia, McIntyre (2018) indica que: “la posverdad se presenta como una especie de supremacía ideológica que a través de ella sus practicantes intentan obligar a alguien a creer en algo, tanto si existiera evidencia a favor de esa creencia” (p. 3). Desde este punto de vista la posverdad se interpreta como una distorsión deliberada de la realidad.

El término posverdad es un neologismo que se refiere a la distorsión deliberada de una realidad, manipulando creencias y emociones con el objetivo de influir en la opinión pública y en las actitudes sociales. Según Lizzeth (2018) el fenómeno de la posverdad también puede generar ciertas confusiones. La principal de ellas procede del uso término “posverdad” en un sentido demasiado genérico, fruto de la definición de posverdad como contexto o actitud caracterizado por la predominancia de inclinaciones subjetivas (emociones y creencias) sobre la dimensión objetiva (hechos) por medio de una distorsión deliberada con el fin de influenciar la opinión pública, la capacidad de mentir permite representar lo que no es, es decir, la ficción.

En este sentido, la posverdad es una distorsión de la verdad caracterizada por la creencia de individuos o grupos en una determinada versión de la realidad que influye en la opinión pública, provocando que los ciudadanos incurran en comportamientos sociales deplorables.

En relación con lo anterior Richter (2018), concluye que “la combinación de componentes emocionales y redes sociales en la posverdad le confiere una mayor influencia en la opinión pública” (p. 13). La mentira suele ser un instrumento que puede usarse para hacer el bien y para hacer el mal. Su estrecha relación como hecho social, con la política, en la que pueden darse diferentes niveles de veracidad, honestidad y fidelidad que los individuos le dan a las redes sociales, lo cual, hace que se proceda a revisar cuales son las consecuencias de esa influencia. Una de ellas es la imprecisa de conexión con la realidad y la conexión permanente y excesiva con la internet.

En este sentido (Fresno, 2022), indica que la desinformación es un sinónimo más real de la posverdad “a falta de una definición aceptada de manera general, la desinformación es todo aquel contenido fabricado, distribuido que altera la percepción de forma intencional de grandes grupos de personas o sociedades influyendo en el comportamiento (político, económico, ideológico)”.

Cuando los medios adoptan prácticas que prioriza las cuestiones de la posverdad, esto puede tener un impacto significativo en el público. Algunas formas en que la posverdad puede influir en la opinión pública a través de los medios son: Creación de polarización donde los medios pueden promover puntos de vista extremos y no en la objetividad de los hechos.

La posverdad puede llevar a la propagación de información errónea y noticias falsas a través de los medios de comunicación, lo que puede distorsionar la percepción de la realidad y afectar el criterio en donde los medios pueden utilizar tácticas emocionales para influir en la opinión pública, a través de formas emocionales en lugar de proporcionar información precisa y basada en hechos.

Además, los medios de comunicación se refieren a la difusión de información que apela a las emociones y creencias personales en lugar de basarse en hechos verificables. Los medios pueden amplificar la posverdad a través de la propagación de noticias falsas, la manipulación de la información o la promoción de narrativas sesgadas.

Por lo tanto, se define como la tergiversación intencional de la verdad para influir en las percepciones y opiniones públicas, generando un cambio significativo en la contextualización de la información de los medios digitales en un cantón determinado. Este cambio ha generado una problemática compleja que implica la difusión indiscriminada de información partidista Y la manipulación deliberada de la narrativa para promover agendas políticas o intereses especiales.

Comprender el significado de la veracidad, posverdad y la importancia de contextualizar la opinión pública en los medios digitales en el cantón Santa Elena se basa en la necesidad de abordar la difusión de información que por lo tradicional se suele visualizar la manipulación de historias para influir en la percepción colectiva y la implementación de estrategias de verificación de hechos y la promoción de la alfabetización mediática que son necesarias para combatir las consecuencias de la posverdad y a su vez promueve una comunidad informada y comprometida con la información.

La posverdad

La posverdad está derivada en algunos aspectos como la mentira, desinformación, banalización de la información y los mensajes en general. Por lo tanto, la posverdad puede tener un impacto significativo en la sociedad, influyendo en la opinión pública y en la formación de actitudes y comportamientos. Actualmente la posverdad es considerada como una manipulación de la información, esto implica que exista una

cierta distorsión de la realidad y a su vez genere cierta dificultad en la búsqueda de la verdad.

Es importante recordar que la posverdad es un fenómeno complejo cuya investigación abarca múltiples disciplinas, incluidas la filosofía, comunicación, sociología y las ciencias políticas. Comprender como se enfatiza hoy en día, puede ayudarnos hacer más críticos y conscientes de la información que se consume y se comparte.

La posverdad adquiere cada vez más importancia en el entorno actual, especialmente con el auge de las redes sociales y el fácil acceso a la información en línea que permite que la difusión de noticias e información se viralice rápidamente. En el trabajo “Sobre verdad y posverdad en sentido social” de Sánchez Cotta, (2019), comienza acudiendo a una definición de verdad que sirva de referente ante una definición de lo posverdadero. Desde su estudio sobre el tema, la mejor definición de verdad es la establecida por Aristóteles, la cual defiende una correspondencia entre aquello que decimos y aquello a lo que nos referimos. (p.31).

El alegato posverdadero no se refiere al abandono de los hechos, sino la destrucción del proceso de subjetivación, las creencias se seleccionan y utilizan constantemente para manipular a las personas sobre la realidad.

Opinión pública

Primero, la opinión pública es una parte importante dentro de la democracia porque permite a los ciudadanos expresar su opinión y participar en los procesos políticos y sociales. A través de la opinión pública, las personas pueden expresar su apoyo o desaprobación a determinadas políticas e influir en el comportamiento de los líderes políticos y a su vez de los medios como tal. Los ciudadanos deben permanecer críticos e informados para evitar influencias injustas o engañosas. (Morales y Gómez, Rodríguez Manzanares, Reyes Montes, & O’quinn Parrale, 2011, p. 12).

A pesar del uso que se le da al concepto de opinión pública, continúa siendo controvertido. Desde el advenimiento de las técnicas de encuestas y su aplicación a la opinión pública, a principios del siglo XX, los estudios del tema se han visto continuamente forzados a refinar, adaptar y ampliar viejos conceptos, y nociones teóricas a la luz de esfuerzos empíricos. De esta manera (Bogliaccini, García Sánchez, & Queirolo, 2022), reconocen que desde hace ya algunos años las empresas y académicos han puesto un pie en estas redes para la recolección de datos. Ha existido, en consecuencia, un aumento exponencial en los estudios académicos para comprender las posibilidades y limitaciones de las encuestas en redes sociales (p. 5).

Esta puede ser moldeada y manipulada por una serie de actores diferentes, incluidos los medios de comunicación, los líderes políticos y los grupos de interés. Estos actores pueden utilizar tácticas persuasivas y manipuladoras para influir en la opinión pública sobre determinadas cuestiones. La forma en que se expresa pue-

de variar, pero muchas veces está influenciada por factores como la comunicación institucional, el periodismo ciudadano y tradicional, así como las redes sociales y el periodismo digital.

Para autores como Parra Gorriz & Meyer Rodríguez, (2019), “la opinión pública es un concepto inacabado” (p.11), a lo que consideran se debe en parte, por la necesidad de un enfoque multidisciplinario desde la ciencia política, la hipótesis como medio de control social, como elemento de la psicología, regulación del comportamiento humano, en las ciencias de la comunicación como los resultados del proceso comunicacional.

Por lo tanto, los ciudadanos pueden compartir sus puntos de vista, participar en debates y acceder a una amplia gama de información y opiniones. Sin embargo, es importante recordar que las redes sociales pueden usarse para difundir información errónea y manipular la opinión pública, por lo que los ciudadanos deben permanecer críticos e informados al evaluar la información que se encuentra en internet.

Noticias

La distribución de noticias producidas por los medios de comunicación sigue en manos de las plataformas debido a que las empresas de noticias no pueden sostenerse financieramente (Perelman, y otros, 2023). Cada pieza de información que llega a los destinatarios depende de un algoritmo que no es transparente por razones comerciales, que desconocemos en su funcionamiento (p. 27).

Para el investigador Moyano Morán, (2021), “la noticia es un reportaje veraz, completo y actualizado sobre un acontecimiento de interés público, excluyendo la opinión de este autor”. (p. 13). A lo que agrega que estas deben ser detalladas para entendimiento de lo que se dice; y debe estar diseñado para ser social y permitir relacionarse con los acontecimientos actuales.

Manipulación

La manipulación de los medios digitales es un tema relevante en la actualidad, ya que afecta la forma en que recibimos y percibimos la información en línea. De este modo, (Porto López & Santibáñez, 2019) hace referencia que: “una intención manipuladora puede entenderse como una acción racional, es decir, una disposición adecuada de medios para lograr un determinado objetivo. También se le llama razonamiento práctico y puede expresarse como un esquema de razonamiento” (p. 22)

Por lo anterior, lo importante de estar atento a las estrategias de manipulación y buscar fuentes confiables al consumir contenido en línea.

Por otro lado, el autor holandés Romano Burgoa, (2022) afirma que la manipulación implica no solo poder, sino específicamente el abuso de poder, es decir, dominancia. Con esta afirmación se puede establecer un vínculo entre comunicación, propaganda y democracia, porque la manipulación expresada en la Ley de Propa-

ganda requiere de uno o más medios de comunicación; y cualquier manifestación de dominio y abuso de poder socavaría, corromperá y destruirá la democracia.

La manipulación de los medios digitales puede influir en la percepción de la realidad y en la toma de decisiones de las personas, lo que a su vez puede impactar la opinión pública y la sociedad en general.

Verificación de información

Actualmente la información se comparte con tal inmediatez que se hace una tarea compleja la verificación de datos, por lo que repensar en realizar la información es una parte fundamental y consustancial del periodismo, que quizás se ha dejado de lado, por culpa de la rapidez e inmediatez. (García Ortega, 2022). “La verificación de información no es un concepto nuevo por lo contrario es una actividad periodística típica que conlleva a una característica de buenas prácticas que garantizan el rigor, la exactitud y la calidad editorial de la información” (p. 27). Tradicionalmente la visualización de estos datos se ha considerado como una forma de comunicación usada sobre todo para exponer información que es accesible al público en general, para garantizar la autenticidad y precisión de los datos que se encuentran en línea. Este proceso implica confirmar la veracidad de la información antes de compartirla o tomar decisiones basadas en ella, aunque muchos manuales de periodismo universitario hacen referencia a la verificación, quizás el trabajo fundamental a este respecto sea un estudio de Bill Kovacs y Tom Rósensele. (Codina, 2018). En su importante trabajo, descubrieron los elementos del periodismo y la esencia de comprender el papel de este; así como los periodistas en la sociedad y sus aspectos claves como la verificación (p.4). Permiten a los profesionales optimizar la experiencia y el tipo de gestión que se realiza de la información.

Sociedad

Los efectos que los cambios económicos y tecnológicos han producido o se están produciendo en la ciudadanía son evidentes en el tejido social. Al respecto autores como Alemán Ramos & García (2018) consideran que “hemos pasado de un modelo de convivencia social a una sociedad fragmentada, sin comunicación entre la diversidad social y un proceso acelerado de pérdida de sentido. Esto conduce a un debilitamiento de la solidaridad y la comunicación entre los individuos” (p. 5).

De la misma forma que se es de la opinión, que la sociedad se reduce a un objeto de observación, se limita al espacio de la atención personal; lo que resulta en una comunidad débil y con limitaciones de tiempo.

La complejidad social obliga a entender a la sociedad no desde la perspectiva de los roles o personas, ni desde las regiones, sino en sus procesos de comunicación, en este sentido (Romero Moñivas, 2022), menciona que la sociabilidad también se ve afectada por la conexión entre la llamada “esfera causal”: biología, cultura y medio

ambiente, las funciones de estas tres esquinas no son iguales ni asimétricas los humanos somos biológicos, culturales y tienen un ambiente. Estos tres factores contribuyen a la conciencia del tipo de sociedad que puede surgir de una forma particular de asocialidad. Pero el triángulo etiológico no funciona con certeza. Cada vértice funciona moderando la influencia de otros vértices, esto explica la complejidad de los actores sociales y su irreductibilidad a cualquier modelo simplificado. Aquí la complejidad del sistema se refiere a “un sistema en el que algunas reglas simples producen fenómenos que no pueden derivarse de las mismas reglas” (p. 6).

MATERIALES Y MÉTODOS

En relación a la comprensión de un fenómeno a observar en el enfoque cualitativo, Acosta Feneite (2023) menciona: “que la investigación cualitativa se refiere al supuesto de que la realidad cambia constantemente y que los investigadores la interpretan subjetivamente para obtener resultados claros” (p. 3). La información se recopila utilizando una variedad de métodos, como la observación participante, la entrevista, el cuestionario, los videos, etc.

Enfoque de la investigación

El tipo de investigación es considerado un modelo cualitativo; el proceso para la recopilación de datos de este enfoque son las técnicas de la Observación con su instrumento análisis de contenido y la técnica de la entrevista con su instrumento guías de preguntas.

La presente investigación está enfocada como método cualitativo, a la vez que se maneja la investigación descriptiva en donde se puede realizar utilizando métodos cuantitativos como cualitativos, pero este proyecto de investigación se basa en los métodos cualitativos. Desde esta perspectiva, se centra en la descripción detallada de acciones, sentimientos u opiniones de una realidad y de una situación en un contexto concreto. En este sentido, Valle Taiman, Manrique Villavicencio, & Revilla Figueroa (2022), describen que “la investigación descriptiva tiene como objetivo comprender situaciones, hábitos y actitudes claves describiendo con precisión las acciones, objetos, procesos y personas” (p. 42).

A su vez, se mantiene un análisis de la influencia de los medios en la sociedad, lo que permite explorar la construcción de significados y la recepción de mensajes mediáticos interacción entre los individuos y los contenidos mediáticos, proporcionando una comprensión detallada de la complejidad de la comunicación en el entorno digital.

En relación a lo anterior, al decir de Tinto Arandes (2013): el objetivo principal de la investigación descriptiva en ciencias sociales es obtener mediciones precisas de una o más variables para una población específica o una muestra de dicha población.

Por lo tanto, la descripción se la utiliza parte de la realidad, sus rasgos estructurales, propiedades, esencia y características estructurales para probar y expresar la existencia de las realidades.

La investigación descriptiva proporciona una visión clara y precisa de los hechos, permitiendo que la comprensión sea una base sólida para un análisis posterior. La tipología de este estudio se elige en función del impacto que tiene el problema de investigación en dos medios y como genera comentarios maliciosos por parte de los residentes del cantón Santa Elena.

La presente investigación tiene un alcance significativo en la influencia de los medios digitales, generando un estudio a la plataforma que son transmitidas las noticias por los medios El Vocero y Bacán a través de un procedimiento se requiere estudiar la posverdad como cambio de la contextualización de la opinión pública en dos medios digitales. En este contexto la población será el mismo medio donde se le realizará una comparación para su contenido, que es entendida como un conjunto de personas u objetos que se desea conocer en la investigación. “El universo o población puede ser constituido por personas, animales, informes médicos, nacimientos, muestras de laboratorio, accidentes viales, entre otros” (López, 2004).

En nuestro departamento pueden ser artículos periodísticos, publicaciones, películas, videos, novelas, series de televisión, programas de radio y por supuesto personas. Para el presente trabajo de investigación se ha considerado como los mismos medios digitales El Vocero y Bacán para establecer criterios comparativos acerca de sus contenidos plasmados en la plataforma digital Facebook.

Período de estudio

El período de estudio para este proyecto de investigación se establecerá desde el 4 de septiembre hasta el 22 de diciembre del presente año 2023. Esta elección de fechas se basa en analizar la posverdad como cambio de la contextualización de la opinión pública: medios digitales El Vocero y Bacán. Durante este tiempo establecido se llevarán a cabo las entrevistas y análisis de contenido en donde se realizará una comparación de ambos medios digitales para evaluar la transparencia de dichos medios.

Técnicas e instrumentos de levantamiento de información

Existe dos tipos de observación: Observación no científica y observación científica. La diferencia básica entre una y otra es la intencionalidad: dígase observar científicamente que significa la observación con un propósito claro, definido y preciso, es decir el investigador sabe lo que quiere observar y porqué quiere hacerlo; lo que significa que debe prepararse cuidadosamente para la observación.

De acuerdo con Díaz Sanjuán (2011), la observación es una parte importante de cualquier proceso de investigación, en el que el investigador depende de él para obtener la máxima cantidad de datos. Gran parte del conocimiento que constituye la

ciencia se obtiene mediante la observación. Por otra parte, la observación no científica significa observar sin intención, sin objetivo definido y, por tanto, sin preparación previa.

Entrevista

La entrevista en los medios digitales es una herramienta crucial para la difusión de información y la generación de contenido relevante en el entorno digital. Esta es definida como “un método empírico basado en la comunicación interpersonal entre el investigador y el investigado, que proporciona respuestas verbales a preguntas sobre el problema” (Feria Ávila, Matilla González, & Mantecón Licea, 2020, p. 28). Además de permitir como enfoque, una mayor accesibilidad y alcance, fomentando la participación y la diversidad de perspectivas en el ámbito de los medios digitales.

RESULTADOS

En la presente investigación y recaudación de datos se realizó un Análisis de contenido para obtener datos importantes, realizando una comparación de dichos medios digitales, por días establecidos en donde se detecte la posverdad en las dos plataformas, El Vocero y Bacán.

Tabla 1. Medios digitales El Vocero y Bacán

Técnica: Observación						
Instrumento: Análisis de contenido						
Tema: La posverdad como cambio en la opinión pública: medios digitales.						
Contenido Instrumento: Análisis de contenido						
Días de análisis	Nombres del Medio	El Vocero y Bacán				
Horario Vespertino – Diurno	Horario de transmisión	Dimensión	Preguntas	Si	No	Observación
Lunes	13:00 pm-20:00 pm	Conocimiento	¿Existe temas de actualidad que especifiquelos hechos de la opinión pública dentro de la sociedad?	x		RESPUESTA -SI: Los dos medios manejan temas que se suscitan en el instante. RESPUESTA -NO: El Vocero está más activo en redes sociales que el Bacán.

Martes	13:00 pm-20:00 pm	Sociedad	¿Los medios de comunicación influye en la formación de la opinión?	x		RESPUESTA -SI: La opinión del ciudadano es escuchada dando detalles de lo que pasa en la noticia transmitida. RESPUESTA -NO: Muchas veces los comentarios son negativos por los acontecimientos suscitados.
Miércoles	13:00 pm-20:00 pm	Confianza en los medios	¿Los medios de comunicación El Vocero y Bacán generan confianza en sus fuentes de información?	x		RESPUESTA -SI: Las noticias son transmitidas en el instante dando pequeños detalles preliminares. RESPUESTA -NO: En ciertas ocasiones las noticias no son tan claras por falta de recopilación de información.
Jueves	13:00 pm-20:00 pm	Noticias	¿Ha evidenciado casos concretos de posverdad en donde se refiera a la manipulación de contenidos engañosos en los medios de comunicación?		x	RESPUESTA -SI: Por ser noticias al instante, la información se la maneja con un “supuesto”. RESPUESTA -NO: La información más detallada la suben horas más tarde o hasta el siguiente día.
Viernes	13:00 pm-20:00 pm	Verificación de información	¿Considera que la difusión de la posverdad afecta la confiabilidad del contenido verificable en los medios de comunicación El Vocero y Bacán?	x		RESPUESTA -SI: Se recalca el manejo de información entrevistada a las autoridades competentes. RESPUESTA -NO: Ninguno de los medios manejan caso de posverdad, recaban la información necesaria del momento para dar a conocer al público en general.

Fuente: Elaborado por Franco Ávila Sarai Odilia

DISCUSIÓN

Luego de los resultados obtenidos mediante todo el proceso del proyecto de investigación se pudo observar mediante un análisis de contenido, resultados muy relevantes acerca de las transmisiones que dichos medios digitales El Vocero y Bacán realizan, para así poder constatar si realmente existe posverdad durante dichas transmisiones, noticias durante unos días determinados.

En relación con el análisis establecido de un lunes se efectuó la primera interrogante ¿Existen temas de actualidad que especifique hechos de la opinión pública dentro de la sociedad? Se puede observar que los dos medios digitales manejan información al instante como las transmisiones en vivo en donde esto conlleva a que el público del cantón Santa Elena proporcione comentarios de los hechos.

En relación con el jueves se evalúa lo siguiente ¿Ha evidenciado casos concretos de posverdad en donde se refiera a la manipulación de contenido engañoso en los medios de comunicación?

De acuerdo con lo observado se pudo llegar a la conclusión que los medios digitales se manejan subjetivamente por no tener la información necesaria al instante.

A su vez se realizaron entrevistas a la periodista Carolina Bazante especializada en fact-checking y periodismo de datos y al docente Manuel Rodas máster en Comunicación estratégica, en donde se pudo recaudar más información llegando a la conclusión de que los medios de comunicación muchas veces tienden a manipular la información dando así la pauta para generar opinión.

CONCLUSIONES

El estudio de la posverdad y la opinión pública en los medios de comunicación de El Vocero y Bacán del cantón Santa Elena resalta la importancia de comprender como se presenta los mensajes y como esta puede afectar a la percepción de la verdad, así mismo comparando la información real y la valoración de la calidad y objetividad de las noticias u opiniones expresadas por estos medios.

Analizando el periodismo responsable en los medios digitales El Vocero y Bacán, intentamos evaluar cómo estos medios se adhieren a la ética periodística y a los principios profesionales. Esto incluye revisar la objetividad de la información proporcionada y a su vez la diversidad de fuentes utilizadas, la transparencia de la presentación real.

El papel de los medios mencionados durante el proyecto de investigación manifiesta que la influencia de la comunicación posverdadero es esencial para comprender como estos dos medios: El Vocero y Bacán presentan mensajes que influyen en la percepción de la realidad por parte de la audiencia. Analizar su objetividad, su influencia en el pensamiento crítico público y el uso de fuentes confiables puede determinar si se promueve una sociedad informada o perpetua a la difusión de la posverdad.

Por otro lado, se realizaron instrumentos para poder tener resultados eficaces en donde estas actividades permitieron establecer un análisis sistemático y una comparación, podemos identificar temas recurrentes, las fuentes utilizadas, el tono de la información y la manera en que los hechos se presentaban. Esto nos da una imagen más clara y nos ayuda a comprender más a fondo la influencia de la opinión pública.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta Feneite, S. F. (2023). Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales. Universidad del Zulia, Maracaibo-Venezuela. Revista latinoamericana Ogmios. doi:DOI: <https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.084>
- Alemán Ramos, P., & García García, A. (2018). La Conceptualización de la Sociedad Actual: Aportaciones y Limitaciones. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales. <http://dx.doi.org/10.20932/barataria.v0i24.380>
- Arizabaleta Domínguez, S. L., & Ochoa Cubillos, A. F. (06 de diciembre de 2016). Hacia una educación superior inclusiva en Colombia. Scielo, 41-56. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-24942016000200005&lng=en&tlng=es.
- Bogliaccini, J., García Sánchez, M., & Queirolo, R. (2022). El Desarrollo Dependiente: Treinta Años de Opinión pública en América Latina. Universidad De los Andes, Colombia. doi:<https://doi.org/10.7440/res64.2018.03>
- Codina, L. (2018). La búsqueda de información en la era Internet · 2 | Búsqueda, verificación y curación de contenidos. https://www.lluiscodina.com/busqueda-de-informacion-verificacion/?=IwAR1Z1WKSFRjze6HSm_0zgUW106ywKMnN-_7Va7cYFPIKI2P07YLfISCun3g#:~:text=Por%20tanto%2C%20en%20el%20contexto,contenidos%20creados%20por%20los%20usuarios
- Cotta, A. S. (2019). Universidad de Córdoba, Avda. Medina Azahara, 5 14071. Artículo. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.13>
- Díaz Sanjuán, L. (2011). La Observación. Universidad Nacional Autónoma de México. https://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf?fbclid=IwAR1CgWCGVADp9hJ1OgQxTt03vknNraQAK-oPWm37_5yTW-q33uzOCd28aF6w
- Estrada Cuzcano, A., Alfaro Mendives, K., & Saavedra Vásquez, V. (2020). Desinformación y Misinformación, Posverdad y Fake News: precisiones conceptuales, diferencias, similitudes y yuxtaposición. Información, cultura y sociedad. Revista. doi:DOI: <https://doi.org/10.34096/ics.i42.7427>
- Feria Avila, H., Matilla González, M., & Mantecón Licea, S. (2020). La entrevista y la encuesta: Métodos o técnicas de indagación empírica? Revista Didasc@lia: D&E. publicación del CEPUT - Las Tunas, Cuba. Obtenido de <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/992/997>
- García Ortega, A. (2022). Is this legit? Un proyecto de verificación de vídeos virales

- creado por y para adolescentes. Universidad Miguel Hernández. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, (25). <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.6858>
- González Luna, F. y Gutiérrez Rico, D. (2015). Más allá de la inclusión educativa: Elementos para su desarrollo en una institución de educación superior. (Vol. Primera edición). Instituto Universitario Anglo Español.
- Herdoíza, M. (2015). Construyendo Igualdad en la Educación Superior. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación - SENESCYT, Senescyt/Unesco.
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (Vol. Sexta). McGRAW- HILL/INTERAMERICANA EDIOTRES, S.A. DE C.V. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Herrera Seda, C., Pérez Salas, C., & Echeita, G. (2016). Teorías Implícitas y Prácticas de Enseñanza que Promueven la Inclusión Educativa en la Universidad. Instrumentos y Antecedentes para la Reflexión y Discusión. 9(5), 49-64. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000500006>
- Hurtado Talavera, F. (2020). Fundamentos Metodológicos de la Investigación: El Génesis del Nuevo Conocimiento. Instituto Internacional de Investigación y Desarrollo Tecnológico Educativo. Revista Scientific. doi:<https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.16.5.99-119>
- Incheon. (2016). Educación 2030. Declaración de Incheon y Marco de Acción. Hacia una educación inclusiva y equitativa de calidad y un aprendizaje a lo largo de la vida para todos. UNESCO.
- Janet, C. (2020). Plan Nacional de igualdad y equidad de género. PLANEG III.
- Levitin. (2017). Contexto de la desinformación en tiempos de pandemia. España: artículo científico.
- Lizzeth, B. -K. (2018). Medios digitales, responsabilidad Social e impacto en la opinión pública. Universidad técnica de Babahoyo.
- Lodola, G. & Kitzberger, P. (2017). Politización y confianza en los medios de comunicación: Argentina durante el Kirchnerismo. Universidad Torcuato Di Tella, Argentina - CONICET. Argentina: Revista de Ciencias Políticas. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-090X2017000300635&script=sci_arttext&tln-g=pt&fbclid=IwAR3bS8R0rcF6XUAXd31HIMJ3TSP_nfpMTWP0Wzvgdzt-zp_M_d5DxSR9vbsc

- López, Pedro Luis. (2004). Población, Muestra y Muestreo. <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf?fbclid=IwAR2D7cdVXsyeY3zYR2jPi5IA-TeaDs6kMILfvUITlz8xQzZmCMWuqiiDr074>
- Mani , E., & Echeverría , M. (2019). Confianza Política y Medios de Comunicación. Teoría, hallazgos y metodología. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. doi:doi:10.29105/rcp1-3
- McIntyre. (2018). Posverdad y fake news en revistas científicas de comunicación de Iberoamérica. colombia. <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8442>
- Morales y Gómez, J., Rodríguez Manzanares, E., Reyes Montes, M., & O'quinn Parrales, j. (2011). Opinión pública y democracia, algunas aportaciones para su estudio (Vol. 14). Universidad Autónoma del Estado de México. <https://www.redalyc.org/pdf/676/67621319009.pdf>
- Muñoz Loayza, B. A. (2018). Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas. Machala: Repositorio digital Utmach. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>
- Navarro, A. (2022). La posverdad medios de comunicación y poder en las humanidades. Universidad UAM y TEC de Monterrey.
- Parra Gorriz, M., & Meyer Rodríguez, J. (2019). Opinión pública y Socialización Política. Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación.
- Perelman, F., Aren, F., Grunfeld, D. Rubinovich, G., Freiberg, G., & Sain, N. M. (2023). La Ronda de Noticias en el aula: un punto de partida hacia la lectura crítica. Revista del IICE 53. doi:doi: 10.34096/iice.n53.12269
- Peréz Porto, J. (2021). Conocimiento- Qué es, definición, características y clasificación. <https://definicion.de/conocimiento>
- Porto López, P., & Santibáñez, C. (2019). Hacia una Definición Conversacional de la Manipulación. <http://dx.doi.org/10.29344/0717621x.40.2069>
- Richter. (2018). La posverdad en la fake news y su influencia en la opinión pública: caso Mercio. Informe.
- Rivero Pino R. (2021). Desarrollo de capacidades de intervención profesional comunitaria, familiar y de género para la inclusión educativa. Santa Elena.
- Rivero Pino, Ramón. (2021). Instrumento para validación por especialistas de técnicas para la investigación "Desarrollo de Capacidades de Intervención Profesional Comunitaria, Familiar y de Género para la Inclusión Educativa Universitaria.

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena.

Romero Moñivas, J. (2022). Sociedad a Medias: Hacia una Definición de los Rasgos de la Socialidad Humana. *Revista CENTRA de Ciencias Sociales*. doi:0. <https://doi.org/10.54790/rccs>

Sampieri, R. H., Fernández Collado, C., & Babbista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* sexta edición.

Sánchez Cotta, A. (2019). Sobre verdad y posverdad en sentido social. Córdoba, España: *Revista Internacional de Comunicación*. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.13>

Sánchez Cotta, A. (2019). Sobre Verdad y Posverdad en Sentido Social. Universidad de Córdoba. Córdoba, España: *Revista Internacional de Comunicación*. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.13>

Solís Sabanero, A. (2016). La perspectiva de género en la educación. *Desarrollo profesional docente: reforma educativa, contenidos curriculares y procesos de evaluación*, 97- 107.

Tinto Arandes, J. A. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de origen. Universidad de los Andes. FACES. Mérida, Venezuela: *Revista Científica de América Latina, El Caribe, España y Portugal*. <https://www.redalyc.org/pdf/555/55530465007.pdf>

Torres-Ortiz, J.A. & Duarte, J.E. (Junio de 2016). Los procesos pedagógicos administrativos y los aspectos socioculturales de. *Investigación, Desarrollo, Innovación*, 6, 179-190. <http://dx.doi.org/10.19053/20278306.4606>

Valle Taiman, A., Manrique Villavicencio, L., & Revilla Figueroa, D. (2022). La Investigación descriptiva con enfoque cualitativo en Educación. Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://files.pucp.education/facultad/educacion/wp-content/uploads/2022/04/28145648/GUIA-INVESTIGACION-DESCRIPTIVA-20221.pdf>

CONCLUSIONES DEL LIBRO

Mediante el análisis valorativo realizado en este material científico se ha podido constatar el tránsito del periodismo informativo a los medios de comunicación multimedia como parte de la realidad actual en Ecuador. Para lo cual, desde diversas perspectivas académicas, confluyen aspectos que favorecen y obstaculizan el proceso tales como:

Aspectos que favorecen:

- La accesibilidad y expansión de las tecnologías de la información ha cambiado significativamente la forma en que se consume y se distribuye la información.
- El uso de las tecnologías y la plataforma digital facilita la publicación inmediata de noticias y herramientas como las redes sociales que permiten difundir información en tiempo real.
- Existe un incremento de una cultura de consumo de la información como una tendencia hacia la necesidad constante de información fresca y actualizada.
- Las dinámicas sociales han creado una cultura que premia la rapidez y la inmediatez por encima de la veracidad y la precisión.
- Concientización de dilemas éticos por la propagación de noticias falsas o incompletas es un dilema ético grave

Aspectos que obstaculizan:

- La superficialidad en el consumo de la información, que se traduce en un análisis superficial del hecho, sin profundización.
- La rapidez con la que circula la información, no siempre va acompañada de un proceso riguroso de verificación.
- La desconexión entre la cultura digital inmediata y las culturas más tradicionales que valoran los procesos lentos y reflexivos.
- Los medios están en constante competencia para captar la atención de los usuarios, lo que genera presión por publicar noticias rápidamente para mantener relevante la rapidez en la publicación.
- La difusión de noticias no verificadas, genera un entorno en el que la noticia falsa pueden propagarse con facilidad.
- Las fake news tienen un impacto significativo en la polarización de opiniones.
- La no existencia de departamentos de verificación en muchos medios digitales en el Ecuador, que aumenta el riesgo de errores y formativos.

Actualmente, el internet es una de las plataformas que más genera información, y lo hace casi en tiempo real; lo cual implica un conflicto ético entre la rapidez y la veracidad de la noticia que se exige. De ahí que los medios tengan la responsabilidad ética de la rectificación oportuna ante la difusión inmediata, que contribuya a la credibilidad de la audiencia.

El hombre es un ser social que constantemente está en la búsqueda de conocimientos, por lo que constituye una verdadera necesidad estar informado y actualizado. De ahí que periodistas y medios de comunicación tengan como único objetivo satisfacerla.

En este sentido el presente libro es un intento por comprender las dinámicas del periodismo informativo ecuatoriano. En él se tratan importantes temas, novedosos como polémicos.



Ediciones UO