



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
LA TEORÍA DE LA AGENDA SETTING Y EL FENÓMENO
DE LOS TRENDING TOPICS SOBRE CRÓNICA ROJA EN
LA PLATAFORMA X

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

AUTORAS:
DE LA CRUZ PERERO EDITH MAITE
MORAN ALVARADO GRACE KELLY

TUTOR:
AB. ARTURO CLERY AGUIRRE, PHD.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN**

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
LA TEORÍA DE LA AGENDA SETTING Y EL FENÓMENO DE LOS
TRENDING TOPICS SOBRE CRÓNICA ROJA EN LA PLATAFORMA X**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

AUTORAS:

DE LA CRUZ PERERO EDITH MAITE
MORAN ALVARADO GRACE KELLY

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**SUB-LÍNEA:
MEDIOS IMPRESOS, Y LA UTILIZACIÓN DE LAS TIC AL DESARROLLO
SOCIAL**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTOS.....	III
Certificado de aprobación del trabajo de titulación uic proyecto de investigación.....	IV
Tribunal de sustentación unidad de integración curricular.....	V
Resumen	1
Abstract.....	2
Introducción.....	3
1. Planteamiento del problema.....	5
1.1. Antecedentes del problema de investigación.....	5
1.2. Formulación del problema de investigación.....	10
1.3. Preguntas de investigación	10
1.4. Objetivos.....	11
1.4.1. Objetivo general	11
1.4.2. Objetivos específicos.....	11
1.5. Justificación de la investigación.....	11
1.6. Hipótesis	12
1.7. Variables.....	12
1.7.1. Variable Teoría de la Agenda Setting.....	13
1.7.2. Variable trending topics.....	13
2. Marco teórico y conceptual.....	15
2.1. Conocimiento actual.....	15
2.2. Fundamentación teórica y conceptual	18
2.3. Marco legal.....	27
3. Marco metodológico	30
3.1. Enfoque de investigación.....	30
3.2. Tipo de investigación.....	31
3.3. Diseño de investigación.....	31
3.4. Alcance de la investigación	32
3.5. Operacionalización de las variables	34
3.6. Población, muestra y periodo de estudio	36
3.6.1. Población	36
3.6.2. Muestra	37
3.6.3. Periodo de estudio	37

3.7.	Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.....	37
3.7.1.	Encuesta.....	38
3.7.2.	Entrevista.....	38
4.	Análisis de resultados y discusión.....	39
4.1.	Análisis cuantitativo: La encuesta.....	39
4.2.	Análisis cualitativo: La entrevista.....	50
5.	Discusión.....	55
5.1.	Discusión de encuestas.....	55
5.2.	Discusión de entrevistas.....	57
6.	Conclusiones.....	60
7.	Recomendaciones.....	61
8.	Referencias.....	62
	Anexos.....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de Operacionalización	34
Tabla 2. ¿Percibe que en la plataforma X se publican con frecuencia noticias relacionadas con la crónica roja?.....	40
Tabla 3. ¿Considera que las publicaciones sobre crónica roja son más visibles que otros temas en su feed de X?	41
Tabla 4. ¿Cree que las noticias de crónica roja en X suelen generar un alto nivel de interacción (me gusta, comentarios o retuits)?	42
Tabla 5. Con frecuencia observa que figuras públicas o autoridades comentan o reaccionan a publicaciones de crónica roja en X.	43
Tabla 6. ¿Cree que los titulares o mensajes de las publicaciones sobre crónica roja en X suelen utilizar un lenguaje sensacionalista o impactante?	44
Tabla 7. ¿Ha notado que los trending topics sobre crónica roja suelen llegar a una gran cantidad de usuarios en poco tiempo?	45
Tabla 8. ¿Ha notado que los titulares de las noticias de crónica roja en X utilizan expresiones exageradas o llamativas?	46
Tabla 9. ¿Suele interactuar (comentar, compartir o reaccionar) con publicaciones sobre este tipo de contenido?.....	47
Tabla 10. ¿Ha notado que las publicaciones en tendencia sobre crónica roja suelen incluir imágenes o videos explícitos?	48
Tabla 11. ¿Cree que la exposición frecuente a trending topics de crónica roja influye en la forma en que percibe la seguridad y la realidad social?	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿Percibe que en la plataforma X se publican con frecuencia noticias relacionadas con la crónica roja?.....	40
Figura 2. ¿Considera que las publicaciones sobre crónica roja son más visibles que otros temas en su feed de X?	41
Figura 3. ¿Cree que las noticias de crónica roja en X suelen generar un alto nivel de interacción (me gusta, comentarios o retuits)?	42
Figura 4. Con frecuencia observa que figuras públicas o autoridades comentan o reaccionan a publicaciones de crónica roja en X.....	43
Figura 5. ¿Cree que los titulares o mensajes de las publicaciones sobre crónica roja en X suelen utilizar un lenguaje sensacionalista o impactante?	44
Figura 6. ¿Ha notado que los trending topics sobre crónica roja suelen llegar a una gran cantidad de usuarios en poco tiempo?	45
Figura 7. ¿Ha notado que los titulares de las noticias de crónica roja en X utilizan expresiones exageradas o llamativas?	46
Figura 8. ¿Suele interactuar (comentar, compartir o reaccionar) con publicaciones sobre este tipo de contenido?	47
Figura 9. ¿Ha notado que las publicaciones en tendencia sobre crónica roja suelen incluir imágenes o videos explícitos?	48
Figura 10. ¿Cree que la exposición frecuente a trending topics de crónica roja influye en la forma en que percibe la seguridad y la realidad social?	49

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

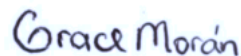
Quien suscribe; **DE LA CRUZ PERERO EDITH MAITE** con C.I. 2450589078 y **MORAN ALVARADO GRACE KELLY** con C.I. 0924757925 estudiantes de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **LA TEORÍA DE LA AGENDA SETTING Y EL FENÓMENO DE LOS TRENDING TOPICS SOBRE CRÓNICA ROJA EN LA PLATAFORMA X**, corresponde exclusiva responsabilidad de autores y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 31 de octubre, 2025.

Atentamente,



De La Cruz Perero Edith Maite
C.I. 2450589078



Morán Alvarado Grace Kelly
C.I. 0924757925

DEDICATORIA

Este trabajo es el fruto de noches de desvelo y esfuerzo constante, un camino que no habría podido recorrer sin la guía y la fortaleza que Dios me brindó cada día. Pero, sobre todo, es para ti, Ismael Cristóbal. Porque cada 'ahora no puedo, estoy estudiando' estuvo iluminado por la fe y valió la pena para construir un futuro mejor para los dos. Esta victoria es tan tuya como mía, y le doy todas las gracias a Dios por ponerte en mi vida y ser mi mayor motivación.

A mis padres Hilda Perero y Segundo De La Cruz, les dedico cada página, cada idea y cada logro. Por ser el pilar fundamental en cada etapa de mi vida, por su apoyo y por enseñarme el valor de la perseverancia. A mis hermanos, por su constante aliento.

A ti, Elvis Cristóbal Yagual, mi compañero y mi roca. Gracias por ser mi refugio en los días de estrés, por escucharme con paciencia infinita y, sobre todo, por ser el pilar que me sostuvo para culminar esta etapa. Cada logro tiene tu huella. Sin tu apoyo, esto no habría sido posible. Esta tesis es tan tuya como mía.

Y finalmente, a cada de una las personas que estuvieron en esta maravillosa etapa y sobre todo a mí misma, por no rendirme en los momentos de frustración, por las noches en vela y por persistir hasta ver este sueño hecho realidad.

De La Cruz Perero Edith Maite

Dedico este proyecto con todo mi amor y gratitud a Dios, por enseñarme que todo llega en el momento justo, por brindarme salud que me permitió seguir adelante y por poner en mi camino a personas y oportunidades que me guiaron hasta cumplir este gran sueño.

A mi mamita, Grace Cristina, quien es y siempre será mi más grande inspiración para luchar día a día; por ser una mujer valiente y luchadora, por siempre estar a mi lado y apoyarme en mis trabajos, por creer siempre en mí y brindarme su amor infinito. No existen palabras suficientes para expresar mi admiración y amor hacia ti, porque sin tus sacrificios, esfuerzo y apoyo, esto no sería posible. Este logro es tan tuyo como mío; todo lo que soy es gracias a ti.

A mis hermanos: a Jorge, cuya inteligencia y amor siguen iluminando mi camino desde el cielo; a Jordy, a quien admiro profundamente por su fortaleza y quien me impulsa a nunca rendirme; y a Justin, mi compañero incondicional, quien nunca dejó de alentarme y compartió conmigo cada pequeña victoria. Ustedes son mi vida entera.

A mi sobrina, Adriana por ser la alegría y la luz en mi vida, que este logro también sea un ejemplo de perseverancia para ti. Que siempre creas en tus sueños y nunca dejes de luchar por ellos.

Morán Alvarado Grace Kelly

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi Dios, ante todo, Tú eres el arquitecto de mi camino. Gracias por ser mi fortaleza en los momentos de duda y por iluminar mi mente cuando la fatiga nublaba mis ideas.

Agradezco a mis padres Hilda Perero y Segundo De La Cruz, mis primeros y más grandes maestros, les debo absolutamente todo. Ustedes son el origen de este sueño y el motor que nunca se detuvo.

A mi hijo hermoso, Ismael Cristóbal, la razón más pura de mi lucha. Eres mi motivación más grande y el latido de mi corazón. Todo lo hago por y para ti. Agradezco a mi pareja Elvis C, mi compañero de vida, mi apoyo inquebrantable, gracias por tu amor, comprensión y motivación, por creer en mí incluso cuando yo dudaba, y por caminar a mi lado en cada paso de este proyecto.

A mi tutor, el Ab. Arturo Clery, por su guía, sus enseñanzas y su paciencia, que fueron fundamentales para estructurar y mejorar este trabajo. Y a mi compañera de tesis, Grace Morán, por su colaboración, apoyo y disposición para compartir ideas y construir juntas este proyecto.

De La Cruz Perero Edith Maite

Quiero agradecer a Dios, por ser mi fortaleza, por brindarme sabiduría y salud para culminar este proyecto importante, por ser mi guía en momentos difíciles y recordarme que ningún sueño es imposible cuando se confía y se persevera.

A mis padres, Jorge Morán y Grace Alvarado, quienes han sabido formarme con buenos valores. Gracias por su amor y apoyo incondicional; su confianza en mí me permitió crecer y desarrollarme como persona.

A mi familia, por su apoyo constante, por celebrar conmigo cada logro y por ofrecerme un hogar lleno de amor y alegría, un lugar donde me siento segura y capaz de cumplir mis sueños.

A mi tutor, el Ab. Arturo Clery, por su guía, dedicación y consejos, que enriquecieron este trabajo y mi formación como profesional.

A mi compañera de tesis, Maite Perero, por su colaboración y compromiso, que hicieron posible que este proyecto se concretara con éxito.

Por último, a mis amigas, con quienes tuve la oportunidad de compartir esta importante y bonita etapa.

Morán Alvarado Grace Kelly



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

La Libertad, 31 de octubre del 2025

Lic. Gerzon Alfredo Cochea Panchana, Mgtr.
Director de la Carrera de Comunicación
Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE)
En su despacho. -

En calidad de tutor asignado por la carrera de Comunicación, informo a usted que las estudiantes **De La Cruz Perero Edith Maite** con cédula de identidad No **2450589078** y **Morán Alvarado Grace Kelly** con cédula de identidad No **0924757925**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“La teoría de la Agenda Setting y el fenómeno de los Trending topics sobre crónica roja en la plataforma X”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad de las autoras, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Ab. Arturo Clery Aguirre. PhD
Docente Tutor

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



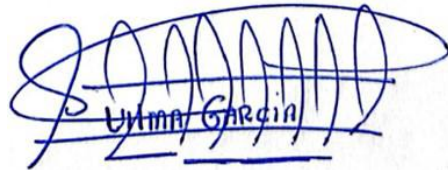
Lic. Gerzon Alfredo Cochea Panchana, Mgtr.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lic. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Ab. Arturo Clery Aguirre. PhD
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lic. Vilma Maribel García González
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



De La Cruz Perero Edith Maite
ESTUDIANTE



Morán Alvarado Grace Kelly
ESTUDIANTE

La teoría de la Agenda Setting y el fenómeno de los Trending topics sobre crónica roja en la plataforma X.

De la Cruz Perero Edith Maite
Código Orcid (1) 0000-0003-3578-6595
Morán Alvarado Grace Kelly
Código Orcid (2) 0009-0008-3379-8430
Universidad Estatal Península de Santa Elena
Carrera de Comunicación

RESUMEN

El presente trabajo analiza la relación entre la teoría de la Agenda *Setting* y el fenómeno de los *trending topics* vinculados a la crónica roja en la plataforma X. La investigación busca comprender cómo los temas relacionados con hechos violentos o delictivos logran posicionarse entre las principales tendencias y de qué manera esto influye en la percepción de la realidad social de los usuarios. En este sentido, se busca analizar si la exposición constante a *trending topics* de crónica roja en la plataforma X influye en la percepción de la violencia, el sensacionalismo y modifica la manera en que los usuarios interpretan la inseguridad y la realidad social. De este modo, se pretende ofrecer una mirada crítica sobre el papel de la teoría de la Agenda *Setting* en el contexto digital, mostrando cómo las tendencias en redes sociales pueden construir la agenda pública y afectar la opinión ciudadana respecto a los hechos de crónica roja. El objetivo general fue determinar cómo la teoría de la Agenda *Setting* incide en el fenómeno de los *trending topics* sobre la crónica roja en la plataforma X, para identificar su influencia en la percepción e interés informativo de los usuarios, con la finalidad de entender la función que desempeña la teoría de la Agenda *Setting* en el flujo informativo de la plataforma X, particularmente en lo relacionado con la difusión de temas sobre crónica roja. Cuando se determina de qué manera los temas del momento afectan la percepción y el interés informativo de los usuarios. La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto (Cuantitativo y Cualitativo) de carácter descriptivo, con un diseño no experimental transversal, para la recolección de información se aplicó dos técnicas entre ellas el cuestionario de la escala de Likert a usuarios de la plataforma X, la entrevista semiestructura a dos expertos en la comunicación digital y periodista de crónica roja.

Palabras Clave: *Agenda Setting, Trending Topics, Crónica roja, Efecto de Priming, Temporalidad y vigencia.*

Agenda Setting Theory and the Trending Topics Phenomenon of Crime News on Platform X.

ABSTRACT

This paper analyzes the relationship between Agenda Setting theory and the phenomenon of trending topics related to crime news on platform X. The research seeks to understand how topics related to violent or criminal events manage to become top trends and how this influences users' perception of social reality. Specifically, it aims to analyze whether constant exposure to trending topics related to crime news on platform X influences the perception of violence and sensationalism and modifies how users interpret insecurity and social reality. Thus, it seeks to offer a critical perspective on the role of Agenda Setting theory in the digital context, demonstrating how social media trends can shape the public agenda and affect public opinion regarding crime news. The overall objective was to determine how Agenda Setting theory influences the phenomenon of trending topics related to crime news on platform X, in order to identify its impact on users' perception and interest in information. This aimed to understand the role of Agenda Setting theory in the information flow of platform X, particularly regarding the dissemination of crime news stories. Specifically, it sought to determine how trending topics affect users' perception and interest in information. The research employed a mixed-methods approach (quantitative and qualitative) of a descriptive nature, with a non-experimental, cross-sectional design. Data collection involved two techniques: a Likert scale questionnaire administered to users of platform X, and semi-structured interviews with two experts in digital communication and a crime news journalist.

Keywords: *Agenda Setting, Trending Topics, Crime Report, Priming Effect, Temporality and Validity.*

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las redes sociales han transformado la manera en que las personas se informan y construyen su percepción de la realidad. Entre ellas, la plataforma X se ha convertido en un espacio clave para la difusión de noticias y la formación de opinión pública, donde los trending topics funcionan como un nuevo tipo de agenda mediática que marca los temas de conversación social. Dentro de este entorno, la crónica roja relacionada con hechos violentos, delictivos o trágicos ocupa con frecuencia un lugar destacado, generando un impacto significativo en la atención del público.

Plataformas como X, han transformado por completo los criterios de relevancia, pero también han complejizado la jerarquización de los contenidos. En este nuevo paradigma, los Trending Topics son como la cartelera de lo que importa: indican de manera clara cuáles son los asuntos que en un momento dado captan el interés del público.

Capítulo I: En este apartado se presenta una visión general de la investigación, para lo cual se contextualiza el problema de estudio, antecedentes en los ámbitos internacional, nacional y local, junto a la formulación de las preguntas de investigación, la definición de los objetivos tanto general como específicos y la justificación de la investigación.

Capítulo II: Se expone el marco teórico que examinan los conceptos y estudios más relevantes vinculados a la teoría de la Agenda Setting y su implementación en el ámbito digital. Asimismo, se analiza la repercusión de los trending topics en la plataforma X, particularmente en lo que respecta a la crónica roja y cómo afecta a la opinión pública. De igual manera se abordan conceptos fundamentales relacionados con las dimensiones de las variables dependiente e independiente, así mismo se incorpora un marco legal que reúne normativas y leyes que fundamenten este proyecto.

Capítulo III: Este proceso incluyó la elección precisa del tipo de investigación, el enfoque metodológico, el diseño de la investigación y la definición de métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos, así mismo, se describe detalladamente la población de estudio y selección de la muestra, asegurando su representatividad y permitiendo garantizar la validez y generalización de los resultados.

Se eligió un enfoque metodológico mixto para este estudio porque permite la integración de la cuantificación de las respuestas de los seguidores de la plataforma X.

Capítulo IV: Dentro de este apartado se analizó los datos recolectados mediante las encuestas y entrevistas, se procedió a realizar la contrastación de los resultados con las hipótesis planteadas al inicio de la investigación.

Los cuatro capítulos de este trabajo están organizados y conectados lógicamente, brindando un manual integral del procedimiento de investigación y sus conclusiones.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema de investigación.

En la sociedad, uno de los géneros periodísticos de mayor impacto comunicacional es la crónica roja. Informar sobre hechos relacionados con asesinatos, violaciones, secuestros, extorsiones o algún otro acto de violencia, tragedias o accidentes acapara la atención de un público que, actualmente, más allá de ser un simple espectador se convierte en un crítico del trasfondo, causas y consecuencias de estos acontecimientos, especialmente si se han visualizado a través de redes sociales.

A nivel mundial, el uso de las redes sociales para informar un hecho de crónica roja, en muchos casos, rompe estereotipos y lineamientos sociológicos, legales, éticos, culturales, e incluso comunicacionales; dado que, muchos usuarios suben o comparten información con el fin de que se vuelva tendencia y capte la atención del público digital, dando paso al sensacionalismo, a la indignación, al miedo, a la curiosidad, etc. convirtiéndose en un tema influyente en la sociedad. Un informe de DataReportal (2025) menciona que hasta julio del 2025 existía alrededor de 5.410 millones de usuarios de redes sociales en todo el mundo, equivalente al 65,7% de la población mundial, y con una tendencia de crecimiento de 7,6 nuevos usuarios cada segundo.

La publicación noticiosa en América Latina también está marcada en comunicar hechos escandalosos o de “relevancia” basados en lo que el público necesitar saber y alineado a lo que los medios de comunicación desean informar.

En el Ecuador, el uso del internet y las redes sociales van en aumento; los indicadores de la Tecnología de la Información 2022 – 2024 muestran que el 77,2% de la población usa consecutivamente el internet en sus actividades (INEC, 2024) aumentando al 83,7 % a inicios del

2025; de los cuáles el 74% representado por 13,5 millones de ecuatorianos son usuarios de redes sociales en el mismo período (DataReportal, 2025). Alineado a esto, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, informa que hasta el 2020 el 44,6% de la población utiliza redes sociales desde su smartphone (INEC, 2021) permitiendo la interpretación de que la mayoría de los ecuatorianos se informan de los acontecimientos nacionales a través de estos medios.

Sumado a esto, otras fuentes aseveran que el país vive una evolución digital que alcanza los 18,2 millones de internautas; de las cuales, el 74% tiene participación activa en redes sociales. Sin embargo, hasta febrero del 2025, el uso de la red social X en el país es únicamente de 1,8 millones de usuarios mayores de 18 años siendo superada por Tik Tok y Facebook (Del Alcázar, J., 2025), manifestando que X ha tenido un decrecimiento de audiencia del 5,26% con relación a septiembre del 2024 (Primicias, 2025). En cuanto a la crónica roja, el país experimenta un incremento de homicidios del 429,8% entre enero y junio del 2024 (Rivera, 2024), convirtiéndose en los titulares de muchos medios de comunicación, sea en los medios tradicionales o en las redes sociales.

Santa Elena, es una de las provincias que también han sentido un aumento de hechos violentos, un 7,29% más en el mismo periodo antes mencionado (Rivera, 2024), las mismas que son mayormente informadas a través de redes sociales, seguido por medios radiales y uno televisivo. Pese a que no existe datos cuantitativos sobre el uso de redes sociales en la provincia, si se visualizan estudios académicos que buscan aclarar el uso de noticias de crónica roja como táctica de posicionamiento de muchos medios digitales por el sensacionalismo y amarillismo de las mismas (Cedeño y Quimí, 2023).

Las noticias de crónica roja generan un alto impacto en la mente del ciudadano, que cada día palpa y se informa de acontecimientos que lejos de quedar en el pasado, son recordadas

diariamente en la repetición de estos hechos, generando una cercanía emocional entre el medio de comunicación, el lector y la noticia; provocando que el lector se identifique con lo que lee o ve y dando pauta a que sea el medio de comunicación quién elija la noticia que expone a la ciudadanía, privilegiando un tema sobre otro (De la Torre y Teramo, 2009); acto que da paso a la Teoría de la Agenda *Setting*, considerando que la noticia pasa por un proceso de selección conforme a los temas de mayor atención o tendencia. La teoría de la Agenda *Setting* se fundamenta en que las publicaciones o noticias emitidas en los medios de masas influyen en la sociedad, dándoles temas en qué pensar, motivando así a su interacción y a la opinión pública mediante la emisión de juicios o criterios de valor sobre la noticia publicada en redes sociales, e incluso captar la atención y alcanzar el reconocimiento del medio en la audiencia, convirtiendo la crónica roja un instrumento estratégico para atraer la atención mediática del ciudadano. La característica de esta teoría se reduce a que el medio de comunicación es quién elige el tipo de noticia a informar, y que comúnmente, se considera que este es en tendencia. Para Duque (2025), la Teoría de la Agenda *Setting* da a los medios de comunicación la potestad de modelar la percepción de la realidad al recalcar ciertos temas sobre otros, motivando a la reflexión entre la realidad como problema y la realidad como solución, basados en el poder de la comunicación.

De Dios, Aceves, y Nuñez (2024) mencionan que la agenda informativa de un medio no solo determina el hecho o acontecimiento a cubrir, sino que también el enfoque en que se trabajará, resaltando la impresión total o parcial de la percepción ciudadana frente a temas importantes, decidiendo qué hacer visible y qué no a la opinión pública. Desde este aspecto, la construcción de la agenda también considera rutinas o enfoque del medio de comunicación, así como factores políticos, económicos, ideológicos y competencia.

La definición de la Agenda *Setting* se reduce a que “la prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar, pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar” (Cohen, 1963).

El *Trending Topic* es la palabra o *hashtag* que está en tendencia o popularidad en la plataforma X, comúnmente por corto tiempo porque los hechos y acontecimientos son reemplazados por un nuevo evento que atrae mayor atención. Éste es un algoritmo que muestra la frecuencia e interacción de los usuarios frente a un tema popular que puede ser nacional e internacional. Un *hashtag* permite filtrar información relevante entre una cantidad de datos e información subidas a la cuenta X por millones de usuarios. Dado que, para la población, identificar eventos en tiempo real puede resultar un desafío en la plataforma X, los medios de comunicación tienden hacer uso de este elemento para compartir, intercambiar información y llegar oportunamente al usuario con eventos actuales (Becker, Naaman, y Gravano, 2021).

La plataforma X (antes Twitter) es una red social que desde el 2022 pertenece a Elon Musk, y que desde su compra han surgido cambios basados en las perspectivas futuras y afinidades de su propietario, siendo el cambio de nombre una de sus primeras renovaciones. Como toda empresa o marca, la influencia, tendencia y analogías políticas de su propietario ha incidido en la disminución de los niveles de aceptación de algunos usuarios, conllevando al cierre voluntario de sus cuentas. Sin embargo, la popularidad de X es de al menos 586 millones de usuarios en el mundo hasta enero de 2025, teniendo mayor aceptación en Estados Unidos, Japón, Indonesia, India, Reino Unido, Alemania, Turquía, México, Brasil, y Arabia Saudita (DataReportal, 2025).

Dado que el ser humano es conmovido por lo que ve en las historias y noticias compartidas en las redes sociales, especialmente las de crónica roja, la viralización de la

información, la interacción del usuario y el debate representa un espacio virtual de desahogo y nexo entre la ciudadanía y el medio de comunicación (Aparicio, García, y Manzano, 2019); el mismo que es aprovechado para cimentar la marca del medio y diferenciarse entre su competencia. Un ejemplo de ello, son las publicaciones del Diario Extra, conocido desde sus inicios por sus publicaciones fuertes y con poca censura de hechos violentos.

Ante todo lo expuesto, la intención del presente trabajo de investigación, denominado “la teoría de la Agenda *Setting* y el fenómeno de los *Trending topics* sobre crónica roja en la plataforma X” es determinar cómo influye la decisión de los medios de comunicación al publicar en la red social X una noticia escogiendo, entre diversos temas políticos, culturales, sociales y deportivos, la crónica roja motivados en que tienden a ser principalmente observados y generan mayor interacción e impacto en la audiencia digital. En el que se incluye conocer la incidencia que tiene este tipo de información en el pensar y sentir del ciudadano.

Esto permite identificar las características que una noticia o acontecimiento tiene para convertirse en tendencia, y la oportunidad que éstas generan a los medios de comunicación para alcanzar mayor número de visualizaciones oportunas antes de que la noticia en tendencia pase a formar parte de la historia. Dado que, las noticias son variantes, de poca duración y de recuerdo limitado al ser desplazada por nuevos eventos que pueden impactar más que la anterior.

Al final, se busca comprender que los filtros informativos o temas elegidos por los medios de comunicación para su exposición se basan en la priorización mediática y la motivación a la opinión pública, uno de ellos, la crónica roja.

1.2. Formulación del problema de investigación

Hoy en día, las redes sociales se han convertido en uno de los principales espacios donde las personas se informan y comentan sobre lo que pasa en la sociedad. En ese escenario, la plataforma X, juega un papel importante porque allí se pueden ver los temas del momento a través de los Trending Topics. Dentro de esas tendencias, uno de los contenidos que aparece con mayor frecuencia es la crónica roja, que incluye noticias sobre robos, asesinatos, accidentes o hechos violentos.

Este fenómeno llama la atención porque muchas veces estas noticias se vuelven virales rápidamente y generan opiniones, debates e incluso miedo entre los usuarios.

La teoría de la Agenda Setting explica que los medios no obligan a las personas a pensar de cierta manera, pero sí influyen en los temas que consideran importantes. Sin embargo, con la participación de los usuarios y los algoritmos de las redes sociales, no está claro si sigue siendo así o si ahora la agenda se construye de manera diferente.

A pesar de que este fenómeno ocurre con frecuencia, todavía no existe suficiente análisis sobre cómo se posicionan estos contenidos en X, cómo influyen en la opinión de la gente o por qué la crónica roja se vuelve tendencia tan seguido. Esto crea un vacío que hace necesario investigar y comprender mejor qué está pasando y cómo se están formando estas tendencias en redes sociales.

- ¿De qué manera la teoría de la Agenda *Setting* se refleja en el fenómeno de los *trending topics* sobre la crónica roja en la plataforma X, y cómo influye en la percepción y el interés informativo de los usuarios?

1.2.1. Preguntas de investigación

- ¿Cómo la teoría de la Agenda *Setting* guía la selección y priorización de la crónica roja en la plataforma X?

- ¿Qué características presentan los *trending topics* relacionados con la crónica roja en la plataforma X y cómo se difunden entre los usuarios?
- ¿De qué forma la aplicación de la teoría de la Agenda *Setting* se relaciona con el fenómeno de los *trending topics* sobre la crónica roja en la plataforma X, y cómo influye en la percepción e interés informativo de los usuarios?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Determinar cómo la teoría de la Agenda *Setting* incide en el fenómeno de los *trending topics* sobre la crónica roja en la plataforma X, para identificar su influencia en la percepción e interés informativo de los usuarios.

1.3.2. Objetivos específicos

- Examinar cómo la teoría de la Agenda *Setting* guía la selección y priorización de la crónica roja en la plataforma X.
- Analizar las características de los *trending topics* relacionados con la crónica roja en la plataforma X y su forma de difusión entre los usuarios.
- Relacionar la aplicación de la teoría de la Agenda *Setting* con el fenómeno de los *trending topics* sobre la crónica roja en la plataforma X, con el fin de comprender su influencia en la percepción e interés informativo de los usuarios.

1.4. Justificación de la investigación

El presente tema de investigación quiere dar a conocer la relación entre la teoría de la Agenda *Setting* y el fenómeno de los *trending topics* en la plataforma digital X, específicamente en torno a la crónica roja, analizar este fenómeno permite comprender cómo lo que antes ocurría en los medios tradicionales ahora también sucede en el mundo digital, donde la información se

mueve muy rápido y puede hacerse viral, influyendo en lo que la gente ve y comenta con más frecuencia.

La presente investigación es relevante porque estudia la profunda relación entre la información que se comparte en las redes sociales y la atención del público en ciertos temas.

Los beneficiarios de este estudio serán los estudiantes e investigadores, ya que dispondrán de un análisis reciente sobre la manera en que la Agenda *Setting* se transforma en el ámbito digital y cómo los temas en tendencia resaltan determinados contenidos. La investigación actuará como fundamentación teórica y metodológica para trabajos futuros en el campo de la comunicación.

Finalmente, esta investigación busca ofrecer aportes claros para entender cómo los *trending topics* en la plataforma X influyen en la construcción de la agenda pública, sobre todo en lo relacionado con la crónica roja. Con ello, se espera contribuir a que la sociedad sea más consciente y crítica al momento de consumir y compartir información en el mundo digital.

1.5. Hipótesis

La Teoría de la Agenda *Setting* se manifiesta en el fenómeno de los *trending topics* de crónica roja en la plataforma X, donde la relevancia de estos temas es configurada tanto por la cobertura de los medios tradicionales como por la interacción y amplificación de los propios usuarios y cuentas influyentes, impactando significativamente la percepción de los usuarios.

1.6. Variables

Para una mejor comprensión de este estudio, es fundamental identificar y examinar las variables que participan en él. Estas variables facilitan la estructuración de la investigación.

1.6.1. Teoría de la Agenda Setting

La teoría del Agenda *Setting*, que describe de qué manera los medios y las plataformas digitales pueden afectar lo que las personas consideran relevante.

Osorio y Rodríguez (2022) añaden que "La Agenda *Setting*, trata de determinar qué temas son prioritarios para la prensa y trasladarlos al público. En este caso, los medios de comunicación actuarían de puente entre el emisor del mensaje y el receptor" (p.8)." Se puede deducir de este enfoque que los medios de comunicación no solo proporcionan información, sino que también afectan la forma en que la audiencia valora la relevancia de ciertos asuntos, dado que son ellos los que eligen qué eventos resaltar y de qué modo presentarlos. En otras palabras, los medios funcionan como un filtro que elige y ordena la información, determinando qué temas se consideran importantes en la opinión pública y cuáles quedan en un segundo plano.

La teoría de la Agenda *Setting* se concentra inicialmente en la transferencia de la importancia de los objetos desde los medios hacia el público. Por aquel entonces, se buscaba dar respuesta a la pregunta acerca de en qué medida las noticias influyen en la importancia que las personas asignan a determinados temas, personajes u otros objetos (Aruguete, N., 2017).

1.6.2. Trending topics

El fenómeno de los trending topics relacionados con la crónica roja en la plataforma X, muestra cómo ciertos contenidos se destacan y captan la atención de los usuarios.

Como afirma Ortega (2015), en el ámbito digital, una acción sencilla como hacer *clic* o usar un *hashtag* puede generar una tendencia masiva. No obstante, cuando estos fenómenos están vinculados con temas de interés público, se transforma en información incontrolable que afecta a las comunidades.

Desde el punto de vista de este autor, ayuda a entender el impacto significativo de la información, la cual se propaga con una rapidez y un alcance único, cambiando la forma en que se generan e influyen las tendencias sociales.

Los *trending topics* se caracterizan por ser expresiones breves que logran captar rápidamente el interés de un gran número de personas, según Han (2016), se conforman de frases cortas o palabras claves, que no incluyen información detallada y, por lo general, consisten en términos nuevos o ambiguos, lo que dificulta definir con precisión su significado. Esto permite comprender que los trending topics reflejan tanto la rapidez con la que circula la información como la complejidad de interpretar su verdadero alcance en la era digital.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

El presente marco sitúa teóricamente la investigación que relaciona la Teoría de la Agenda *Setting* con el fenómeno de los *trending topics* en la plataforma X, buscando aclarar de qué manera la difusión, reiteración y el destacar ciertos contenidos sobre violencia y crímenes lo que solemos conocer como crónica roja podrían estar influyendo en cómo la gente ve las cosas y en la configuración de la agenda de temas importantes para la sociedad. Este estudio nace de la inquietud por entender cómo los modos de comunicación de masas han cambiado con todo esto de lo digital, en donde las dinámicas tradicionales de los medios de comunicación se entrelazan con los algoritmos de las redes sociales, creando así nuevas maneras de que los temas se hagan notar y, al mismo tiempo, maneras distintas de influir en lo que piensa la gente.

2.1. Conocimiento actual

En la era digital, las plataformas sociales influyen directamente en la manera en que las personas perciben y priorizan la información. La teoría de la Agenda *Setting* sugiere que los medios guían el interés público hacia determinados temas, decidiendo qué se considera importante. En la plataforma X, este proceso se manifiesta en los *trending topics*, donde los contenidos sobre crónica roja suelen obtener gran visibilidad.

Teoría de la Agenda Setting

Según Macedo García (2017), uno de los aportes centrales de la teoría de la Agenda *Setting* es que “los mass media tienen la capacidad de establecer en que debe pensar las personas, y en conjunto con la teoría del framing, el cómo deben de pensar” (p.12). Esta afirmación es crucial porque muestra que los medios no solamente priorizan los temas de interés público, sino

que además afectan la manera en que la sociedad interpreta esos asuntos, lo que refuerza el impacto de los medios en la creación de percepciones colectivas.

Es importante destacar la declaración de Macedo García (2017) sobre la facilidad de los medios para influir en qué y cómo reflexionamos se puede aplicar al fenómeno moderno de los *trending topics* en la plataforma X. Cuando un acto de violencia o evento trágico se convierte en tendencia, no solo se inserta ese asunto en el debate público, sino que también se propagan ciertos enfoques sensacionalistas, alarmistas o morbosos que orientan la manera en que la audiencia lo comprende. Esto significa que la crónica roja, al adaptarse con rapidez a las tendencias digitales, no solo aumenta su visibilidad, reforzando el papel de la agenda en un contexto mediático caracterizado por la rapidez y el impacto emocional de los contenidos.

La investigación realizada en la Universidad Central del Ecuador, por el autor Alfredo E (2013), en su trabajo de grado titulado Análisis de contenido de los diarios El Universo y El Telégrafo sobre las noticias relacionadas a los Wikileaks-Ecuador en abril del 2011 y octubre del 2012 que mencionan al Gobierno del presidente Correa, destaca cómo los medios establecen los temas de debate. De esta forma, el autor manifiesta que:

La hipótesis de la Agenda *Setting* que manifiesta que los medios de comunicación tienden a incluir o excluir ciertos temas, por tal motivo son los medios quienes otorgaron relevancia a las noticias relacionadas a los Wikileaks Ecuador que publicaron los diarios.

En otras palabras, la cita indica que los medios de comunicación no son simplemente un reflejo de la realidad, sino que funcionan como "filtros" que determinan qué temas son relevantes y cuáles no. De este modo, alteran la percepción del público y hacen que ciertos asuntos se tornan en temas de discusión general, mientras que otros quedan desatendidos, se deduce que la importancia otorgada a las noticias no fue fortuita, sino una elección editorial para enfocar la

atención del público en un asunto específico y, de este modo, impactar en la agenda de la opinión pública de Ecuador en un momento determinado.

En resumen, ayuda a entender que la agenda *Setting* ha evolucionado: antes era un proceso controlado por los medios, y ahora es un proceso dinámico y masivo que se manifiesta a través de los *trending topics* en plataformas como X, donde la crónica roja capta una atención enorme y dirige la conversación pública.

Trending topics

Los *trending topics* son una muestra de los temas que más llaman la atención de las personas en un momento determinado. Estas tendencias muestran sobre qué están hablando los usuarios y cómo las plataformas ayudan a destacar ciertos temas según la cantidad de interacciones que reciben.

Un *trending topic* se refiere a una palabra, frase o tema que se menciona con mayor frecuencia que otros en un período determinado. Estos temas pueden alcanzar popularidad debido a la promoción deliberada por parte de los usuarios, como la difusión de un candidato electoral, o como resultado de eventos que generan conversación espontánea, por ejemplo, un desastre natural o una serie de televisión. La lista de los diez principales temas de tendencia que proporciona, permite a la plataforma y a sus usuarios conocer los asuntos de mayor interés y las opiniones predominantes en distintos contextos sociales (Annamoradnejad y Habibi, 2019).

De esto se puede entender que los *trending topics* funcionan como una forma moderna de mostrar qué temas son más importantes o populares. En el caso de la crónica roja, esto puede hacer que las noticias sobre violencia se repitan con más frecuencia y parezcan más relevantes, influyendo en la manera en que las personas perciben la realidad y los hechos del día a día.

2.2. Fundamentación teórica y conceptual

A continuación, se presenta la fundamentación teórica que sustenta esta investigación, recopilando y analizando las principales teorías y conceptos que apoyan como base para el análisis del problema de estudio.

2.2.1. Teorías que sustentan la investigación

En la construcción del marco teórico de esta investigación, resulta necesario examinar los conceptos de *trending topics* y la teoría de la Agenda Setting, tomando en cuenta los aportes de diversos autores que han analizado su surgimiento y desarrollo en los medios digitales actuales. A continuación, se presentan las dos teorías principales que fundamentan este estudio:

Tematización *Setting*

La tematización es el "proceso por el cual un tema se convierte en el centro de la atención y el debate público" (Rojas Calderón y Salazar Ugarte, 2022, p. 6). En el contexto de esta investigación, la tematización permite analizar cómo los *trending topics* sobre crónica roja en la plataforma X son destacados y difundidos, mostrando la manera en que los medios y los usuarios contribuyen a posicionar ciertos contenidos dentro de la conversación pública digital, afectando la percepción y atención de la audiencia.

El estudio de Rojas Calderón y Salazar Ugarte (2022) analiza el proceso de tematización en la red social Twitter actualmente llamada plataforma X, este proceso actúa como el mecanismo a través del cual ciertos asuntos adquieren relevancia y se posicionan en el debate público, compitiendo o complementando la agenda de los medios de comunicación tradicionales.

La plataforma X funciona como una esfera pública con su propia lógica de tematización, que a menudo prioriza temas o reacción inmediata, percibidas por la ciudadanía. ya que, como

señalan otros autores, "dirigen la atención de la opinión pública hacia determinados temas como más importantes que otros" (Cerbino y Belotti, 2017, p. 8.).

Teoría de la Agenda Melding

Esta teoría es un concepto con un gran potencial de desarrollo en el ámbito de las tecnologías aplicadas. Su propósito principal es situar a las comunidades de individuos, sus relaciones y las decisiones que toman en el centro de la construcción de las imágenes de su mundo. El modelo de la fusión de agendas asume que los individuos tienden a agruparse con personas que comparten su forma de ver el mundo (López-López *et al.*, 2020, p. 26).

De esta manera, esta teoría sostiene que los individuos no solo asumen la agenda mediática, sino que combinan agendas (de medios, de sus círculos sociales, de sus intereses personales) para formar su propia identidad social y su percepción de la realidad. Los *trending topics* en crónica roja son una evidente manifestación de esta "combinación", dado que los usuarios no únicamente comparten noticias de diversas fuentes, sino que también incluyen sus propios juicios, reflexiones, creando así una agenda colectiva única.

Basándose en la base teórica expuesta, se puede deducir que la Teoría de la Agenda *Melding* es fundamental para entender de qué manera las personas en internet no se limitan a repetir las noticias que encuentran en los medios. En lugar de simplemente copiar los temas importantes que los periodistas destacan, los usuarios de la plataforma X los mezclan con sus propias conversaciones, sus creencias y lo que opina su círculo cercano. Esta combinación de ideas es lo que termina formando los *trending topics* sobre crímenes y noticias policiales.

2.2.2. Base conceptual

A continuación, se expone la fundamentación conceptual, en las que se detallan las diferentes dimensiones de cada variable, facilitando su comprensión y análisis.

Agenda de los medios

La agenda de los medios es un concepto fundamental de la teoría de la Agenda *Setting*, desarrollada por Maxwell McCombs y Donald Shaw en 1972. "La agenda de los medios está compuesta por el conjunto de asuntos a los que unos medios de comunicación determinados prestan atención de manera preferente en un momento dado, y se reconstruye habitualmente mediante técnicas de análisis de contenido".

En el contexto de la teoría de la Agenda *Setting* y el fenómeno de los *Trending Topics* sobre la crónica roja en la plataforma X, este marco teórico permite analizar cómo los algoritmos de la plataforma y la actividad de los usuarios seleccionan y priorizan ciertos temas delictivos o sensacionalistas sobre otros, influyendo potencialmente en la percepción de importancia e inmediatez que tiene la audiencia.

Por lo tanto, la agenda de medios resulta una herramienta muy útil para analizar y comprender como la plataforma X moldea nuestra visión a la realidad en la sociedad actual, En un mundo lleno de información como el de hoy, nos ayuda a ver cómo lo que más se comenta en redes no siempre es lo más importante, sino simplemente en lo que el algoritmo y los usuarios destacan.

Agenda pública

Se refiere a la expresión de la percepción que las personas tienen sobre la importancia de un tema específico en la vida social de un lugar concreto, este proceso generalmente se lleva a

cabo a través de encuestas y estudios que recopilan las opiniones de las personas y clasifican los temas según su relevancia (De los Santos Duarte, 2024, p. 35).

Se puede concluir que la agenda pública no surge de manera natural, sino que es el resultado de procesos de priorización colectiva, donde ciertos temas logran ganar relevancia sobre otros. En el contexto de los *trending topics* relacionados con la crónica roja en la plataforma X, la clasificación sucede de manera inmediata ya que la enorme interacción de los usuarios a través de comentarios, reacciones y comparticiones actúa como un mecanismo de elección social que decide qué sucesos delictivos o violentos tienen prioridad en el debate público.

Agenda política/social

El establecimiento de la agenda política se percibe conceptualmente como el primer paso del ciclo de políticas. Cumple múltiples propósitos, entre ellos, determinar y priorizar los temas de política que se abordarán, determinar quién influye en el proceso de formulación de políticas y determinar cómo las partes interesadas lo influyen. Diversos factores influyen en la priorización de los temas de política; por ejemplo, la urgencia, los recursos, la probabilidad de riesgo y los costos y beneficios son ejemplos de estos factores (Cloete *et al.*, 2024).

Se puede concluir que la formulación de la agenda política es un procedimiento que, por su naturaleza, es estratégico y de influencia, donde la relevancia de un tema no asegura su priorización, aunque su aparición en los medios de comunicación y plataformas digitales puede generar una fuerte presión sobre quienes toman decisiones.

Efecto de relevancia

El efecto de relevancia es un principio central en la teoría de la relevancia, desarrollada por Deirdre Wilson y Dan Sperber en la década de 1980. Según los autores, “otros factores

siendo iguales, la mayor cantidad de efectos cognitivos positivos logrados al procesar un estímulo, mayor será su relevancia; de manera complementaria, cuanto mayor sea el esfuerzo de procesamiento requerido, menor será la relevancia del estímulo para el individuo en ese momento” (Wilson y Sperber, 2002, p. 253).

Como parte de la investigación, esta idea ayuda a explicar cómo algunos contenidos consiguen atraer la atención de los usuarios, no necesariamente por su relevancia objetiva, sino por la cantidad de reacciones mentales que provocan, como sorpresa, inquietud o curiosidad, a cambio de un esfuerzo mínimo para entenderlos.

Así, el efecto de relevancia ayuda a explicar por qué determinadas noticias policiales se difunden rápidamente en las conversaciones digitales, dejando de lado otros asuntos de mayor importancia social.

Framing narrativo

“El *framing* es la forma en que se presenta, organiza o se enfoca la información para influir en la percepción de un tema o problema por parte de una audiencia. Consiste en seleccionar ciertos aspectos o perspectivas de una historia o situación, mientras se omite o minimiza otros, con el propósito de dar forma a la opinión pública o influir en la forma en que las personas interpretan la información” (Amadeo, 2022, como se citó en UPSE-TCO-2024-0015, 2024, p. 46).

En otras palabras, el *framing* narrativo facilita observar cómo algunos actos de violencia son contados de tal forma que resaltan aspectos emocionales o de sensacionalismo, dejando en un segundo plano factores de contexto social o estructural.

Por lo tanto, los encuadres no solo comunican acontecimientos, también dan forma a cómo el público los percibe, enfocando la atención en ciertas interpretaciones que pueden provocar miedo, indignación o curiosidad.

De este modo, la teoría del *framing* narrativo se convierte en una herramienta útil para comprender cómo los medios y las plataformas digitales no solo informan, sino que también configuran el modo en que la sociedad entiende y reacciona ante la violencia y la inseguridad en la esfera pública.

Alcance y difusión

Como parte de la definición de los *Trending Topics*, la dimensión de alcance y difusión resulta fundamental, ya que refleja cómo los temas se propagan entre usuarios y regiones, adaptándose a los intereses cambiantes de las comunidades digitales y a la dinámica de interacción en la plataforma.

Según Han (2016), los *Trending Topics* se pueden definir por tres características esenciales. La primera es la velocidad, que refleja el tiempo que tarda un tema en propagarse; la segunda es la escala, que muestra en cuántos países logra volverse relevante; finalmente, el alcance permite observar hasta qué punto el tema se expande entre los usuarios y regiones, revelando la capacidad que tiene de difundirse.

La propagación de los *Trending Topics* revela que la exposición de un tema determina no solo su importancia inicial, sino también de la velocidad y la dimensión de las interacciones de los usuarios, lo que indica que la influencia de la información en la plataforma está estrechamente conectado a la actividad de participación digital.

De acuerdo con el autor se puede analizar que estas características de los *Trending Topics* permiten concluir que la difusión de un tema es un proceso que evoluciona, influenciado por la

participación de los usuarios y la manera en que se difunde, independientemente del contenido inicial.

Contenido y Narrativa

Para Miskovic (2007), la narrativa permite estudiar la cultura, la vida, los individuos y comunidades durante un período de tiempo, permite además identificar cómo grupos marginales se inician en acciones políticas, pues la narrativa es una historia que refleja un momento cultural determinado. Esta perspectiva exige al investigador que su nuevo relato sea narrado objetivamente desde el problema estudiado, las percepciones de los individuos y grupos de sujetos que intervienen y hacen parte del fenómeno; las historias que ellos cuentan y lo que develan sus prácticas y no desde su propia mirada. Como se citó en, (Ortiz, 2020, p. 186).

En este contexto, cada publicación, comentario o tendencia funciona como una narrativa colectiva que refleja cómo las personas perciben la inseguridad y los hechos violentos. De alguna manera, los trending topics se convierten en historias compartidas que muestran lo que más preocupa o impacta a la sociedad. Desde esta mirada, el investigador no solo debe observar los contenidos que circulan, sino también cómo los usuarios interpretan y dan sentido a esas noticias, entendiendo que detrás de cada tendencia hay una construcción simbólica de la realidad social.

“Podemos definir un documento como un objeto comunicativo que está constituido por contenidos organizados de un determinado modo... Por eso resulta más rentable que la gestión se realice directamente sobre los contenidos, en lugar de sobre los documentos que los contienen” (Bustelo Ruesta, 2003, como se cita en (Abaitua, Barrutieta, Díaz, Jacob, & Quintana, 2003, p. 28).

La idea de Abaitua y colaboradores (2003) sobre la posibilidad de reorganizar los mismos contenidos para generar distintos documentos puede relacionarse con el modo en que se

construyen las narrativas de la crónica roja dentro de la plataforma X. De la misma manera en que un texto digital puede tomar diversas formas según su composición, una noticia de crónica roja puede cambiar la manera en que se presenta, comenta o comparte en internet. Cada *repost*, titular o comentario altera el mensaje inicial, creando interpretaciones diferentes sobre el mismo acontecimiento.

Interacción con el público

La transformación del entorno comunicativo ha redefinido la manera en que las noticias circulan y adquieren relevancia. En los espacios digitales, la interacción entre los medios y sus audiencias ha dado lugar a nuevas formas de visibilidad, donde el valor informativo no se únicamente por el contenido, sino también por la capacidad que tiene de generar conversación y fomentar participación.

En la plataforma X, son los propios usuarios quienes definen qué temas alcanzan relevancia y hasta dónde llega el periodismo digital. Con el inicio del siglo XXI, los medios han tenido que ajustarse a las dinámicas impuestas por las redes sociales, donde las audiencias desempeñan el papel principal. Este cambio demuestra que la producción y difusión de noticias no es exclusiva de los periodistas ni de los medios tradicionales, sino que los propios usuarios que están activamente involucrados en este nuevo ambiente informativo, fortaleciendo así el concepto de una "sociedad digital" (Díaz y Santos, 2014).

Esto demuestra que la dinámica informativa actual no solo depende de la calidad periodística, sino del poder colectivo de los usuarios para amplificar, debatir o incluso distorsionar los hechos. En consecuencia, el ejercicio periodístico se enfrenta al desafío de mantener su rigor y responsabilidad en un entorno donde la inmediatez y la viralidad muchas veces definen qué se considera "noticia".

Temporalidad y vigencia

La duración de los temas en tendencia varía considerablemente, lo que demuestra que no todos mantienen relevancia por igual. Examinar su vigencia ayuda a comprender cómo se desarrolla la información en el tiempo dentro de la plataforma.

Se observó que muchos de los temas en la plataforma X no son tendencia por demasiado tiempo. Al analizar la influencia de los usuarios, se concluyó que los *retuits* son el elemento clave para que un tema se convierta en tendencia, lo cual depende más del contenido que se difunde que de las características de cada uno de los usuarios. Asimismo, se observó que gran parte del contenido que alcanza la categoría de tendencia corresponde a noticias difundidas por medios tradicionales, que luego se amplifican a través de *retuits* constantes dentro de la plataforma (Asur, Huberman, Szabo, y Wang, 2021).

Esto permite inferir que la circulación de información en la plataforma es altamente dinámica, y que los temas populares dependen de la interacción colectiva más que de la permanencia individual de los usuarios.

Algunos temas solo permanecen en tendencia por breves períodos diarios; sin embargo, aquellos que logran captar un interés significativo y viralizarse pueden mantenerse visibles en la lista de los más comentados durante varias horas. Por esta razón, la cantidad, la posición y la duración de los hashtags en dicha lista funcionan como un indicador de qué asuntos atraen la atención de un mayor número de usuarios en la plataforma (Antonakaki, Fragopoulou, y Ioannidis, 2021).

Impacto social y percepción

La forma en que se maneja la información en redes sociales determina cómo estas afectan a la sociedad y la manera en que los usuarios perciben a los periodistas y medios de comunicación.

La difusión de datos incorrectos o sin verificar en redes sociales puede generar consecuencias negativas significativas. Desconocer las leyes o reglas para informar una crónica, que atenta a la seguridad o derechos humanos. Debido a su rapidez y amplio alcance, las noticias de crónica roja se difunden rápidamente, alcanzando miles de usuarios en un corto periodo. Esta situación conlleva a que periodistas e instituciones utilicen la plataforma para compartir datos preliminares, que a menudo proviene de los propios ciudadanos, lo que eleva el riesgo de cometer errores. Cuando se publican noticias imprecisas, la plataforma se convierte en un lugar donde los usuarios reaccionan de manera inmediata, criticando o poniendo en duda la información, lo que afecta la confiabilidad de los medios y de los propios periodistas (España Merchan, 2018).

2.3. Marco Legal

Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948)

Art. 19.- Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

Constitución de la República del Ecuador (2008)

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
- El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
- La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
- El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
- Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art.18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y proceso de interés general, y con responsabilidad ulterior.
- Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejan fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

- El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

Ley Orgánica de Comunicación (Reformada, 2019)

Art. 4.- Contenidos personales en internet. - Esta Ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

Art. 12.- Información sobre posibles hechos delictivos. - El registro de un hecho posiblemente delictivo que se haga por cualquier medio o tecnología, puede ser difundido a través de los medios de comunicación siempre que tal información no se haya producido en la etapa de indagación previa realizada por la Fiscalía.

En todos los casos en que se difunda información, audio o imágenes sobre un hecho posiblemente delictivo se acatarán las restricciones que la Ley establece en relación a respetar la dignidad de las personas involucradas y sus derechos constitucionales, así como la sujeción a la franja horaria de programación. Además, el medio de comunicación remitirá esta información a la Fiscalía en un plazo no mayor a 48 horas desde que se difundió el hecho posiblemente delictivo, para los fines legales correspondientes.

Art. 13.- Protección a la identidad e imagen. - No se puede publicar en los medios de comunicación los nombres, fotografías o imágenes o cualquier elemento que permita establecer o

insinuar la identidad de niñas, niños y adolescentes que están involucrados de cualquier forma en un hecho posiblemente delictivo o en la investigación y el procesamiento judicial del mismo.

La misma prohibición opera para proteger la identidad e imagen de cualquier persona que haya sido víctima de un delito de violencia sexual o violencia intrafamiliar. Se exceptúan los testimonios de personas adultas que voluntaria y explícitamente dan su autorización para que los medios de comunicación cubran sus casos, siempre que esto tenga la finalidad de prevenir el cometimiento de este tipo de infracciones.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

Esta investigación se centra en comprender la dinámica de la Agenda *Setting* sobre la crónica roja, creada por los medios tradicionales como la que surge en la plataforma X a través de los *Trending Topics*. Para abordar este fenómeno se ha optado por un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo: por un lado, se requiere medir y cuantificar fenómenos observables (volumen de tweets, frecuencia de temas); y por otro, es indispensable interpretar y comprender el contenido detrás de los *trending topics*, Molina y otros (2017) en su libro “Investigación aplicada en Ciencias Sociales”, sobre el enfoque cualitativo y cuantitativo indican:

El enfoque cualitativo, se considera que la cantidad es parte de la cualidad, centrándose más en la singularidad de los resultados, en lugar de la generalizarlo. Por otro lado, el enfoque cuantitativo, se prioriza la generalización de los resultados por encima de la particularidad de estos (p. 44).

Por tanto, el enfoque mixto resulta más idóneo para tratar de manera completa y meticulosa la complejidad de la teoría de la Agenda *Setting* en el entorno digital de la plataforma X, lo que posibilita no solo evaluar su impacto a través de los *trending topics*, sino también

facilita la comprensión a profundidad los procesos de framing y las estrategias narrativas que determinan la viralización de los contenidos de crónica roja.

3.2. Tipo de investigación

Al respecto, Molina y otros (2017) en su libro “Investigación aplicada en Ciencias Sociales”, sobre investigación descriptiva mencionan:

La investigación descriptiva normalmente utilizada como una condición que tienen los diseños de investigaciones cuantitativas, este tipo de investigación descriptivo representa la perspectiva generalizada brindando consejos valiosos que corresponden acerca de cuáles son las variables para estudiar que se puedan considerar valiosas cuantitativamente (p. 27).

Se utilizará este tipo de investigación para describir la frecuencia con la que aparecen estos temas, el tipo de contenido que se comparte y la duración que tienen en la lista de tendencias, la relación entre la teoría de la Agenda *Setting* y los *trending topics* en la plataforma X, constituye un campo relativamente reciente en la investigación académica, lo que implica un análisis preliminar de las formas en que los usuarios interactúan con dichos contenidos y cómo estos llegan a posicionarse en la agenda mediática.

Esta investigación buscará, en primera instancia, medir, categorizar y describir de manera sistemática y precisa el fenómeno de estudio. Se describirán las características de los *trending topics* sobre crónica roja (frecuencia, duración, métricas de engagement como likes, retweets y respuestas), así como los atributos y encuadres (framing) más comunes presentes en el contenido.

3.3. Diseño de investigación

Para esta investigación, se empleará un diseño que permita examinar lo que ya está presente sin necesidad de intervenir. Esto se denomina diseño no experimental y de corte

transversal. se analizarán los fenómenos de Agenda *Setting* y *trending topics* tal como ocurren naturalmente en la plataforma X, sin manipular variables ni asignar aleatoriamente los grupos de estudio.

Al respecto, Sampieri (2006, p. 205) plantea que, el diseño no experimental es el estudio que se realizara sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observa los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Esto a su vez se clasifican en transversal y longitudinal. En esta ocasión, no se crearán ni modificarán los temas de tendencia, sino que se analizarán los que ya están presentes. La meta es obtener información directamente de la plataforma X y de los medios de comunicación sin interferir en la dinámica de la elaboración de la Agenda *Setting*.

Este diseño significa que se va a recolectar todos los datos en un solo momento, en un periodo específico. Por ejemplo, podríamos decidir estudiar los temas de tendencia de un mes o una semana en particular. Así, obtendremos una panorámica de lo que estaba pasando en ese momento exacto y podremos analizar la relación entre lo que publican los medios tradicionales y lo que la gente habla en X.

3.4. Alcance de la investigación

El objetivo de este estudio es explorar cómo la Teoría de la Agenda *Setting* funciona hoy en día, no en la televisión o la prensa escrita, sino en la plataforma X.

Se enfocará el estudio en un tipo de noticia muy específico: la crónica roja (crímenes, accidentes, etc.) y en cómo estos temas se vuelven *trending topics*, o sea, los temas más hablados del momento. La investigación tiene como propósito comprender cómo un suceso de crónica roja pasa de ser una noticia más a dominar las conversaciones en X.

Queremos analizar si, al ver estos temas como tendencia, las personas comienzan a percibir la delincuencia como un problema más grave de lo que realmente sucede en la sociedad.

3.5. Operacionalización de las variables

Tabla 1. Matriz de Operacionalización

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica de levantamiento de información	Instrumentos
Variable Independiente: Teoría de la Agenda Setting	McCombs y Shaw retomaron ese concepto y definen a la fijación de agenda como “la capacidad de los medios masivos de seleccionar y destacar ciertos temas sobre otros, y con ello causar que los asuntos destacados sean percibidos como importantes por el público” (1977, p.12).	D1: Agenda de los medios D2: Agenda del público D3: Agenda política/ social D4: Efecto de relevancia D5: Framing narrativo.	I1: - Temas de crónica roja difundidos en la plataforma X. I2: Participación de los usuarios en la difusión de estos temas. I3: - Influencia de los trending topics de crónica roja en el debate público o en la agenda social. I4: Permanencia de la crónica roja como tendencia. I5: Uso de titulares sensacionalistas.	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Percibe que en la plataforma X se publican con frecuencia noticias relacionadas con la crónica roja? - ¿Considera que las publicaciones sobre crónica roja son más visibles que otros temas en su feed de X? - ¿Cree que las noticias de crónica roja en X suelen generar un alto nivel de interacción (me gusta, comentarios o retuits)? - ¿Con qué frecuencia observa que figuras públicas o autoridades comentan o reaccionan a publicaciones de crónica roja en X? - ¿Cree que los titulares o mensajes de las publicaciones sobre crónica roja en X suelen utilizar un lenguaje sensacionalista o impactante? 	Encuestas Entrevistas	Cuestionario Con escala de Likert Guía de preguntas
Variable Dependiente: Trending topics	Basta una palabra, una foto, un video o un símbolo para que millones de usuarios den un “clic” al tópic “me gusta” o se pronuncie seguido de un hashtag, muchas veces una tendencia de tipo temporal que responde a un asunto de moda o de un consumo	D1: Alcance y difusión. D2: Contenido y narrativa	I1: Frecuencia de publicaciones diarias I2: Presencia de imágenes o videos explícitos	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Ha notado que los trending topics sobre crónica roja suelen llegar a una gran cantidad de usuarios en poco tiempo? - ¿Ha notado que los titulares de las noticias de crónica roja en X utilizan expresiones exageradas o llamativas? 	Encuestas Entrevistas	Cuestionario Con escala de Likert Guía de preguntas

particular en el trending topic; pero cuando involucra a un asunto público explota en el ciberespacio y se vuelve incontrolable, agresivo y veloz. (Ortega, 2015)	D3: Interacción de público	I3: Tono de las respuestas (positivo/negativo)	– ¿Qué tan frecuente es que interactúe (comente, comparta o reaccione) con este tipo de contenido?
	D4: Temporalidad y vigencia	I4: Tiempo que permanece en tendencia	– ¿Ha notado que las publicaciones en tendencia sobre crónica roja suelen incluir imágenes o videos explícitos?
	D5: Impacto social y percepción	I5: Opiniones que generan alarma	– ¿Cree que la exposición frecuente a trending topics de crónica roja influye en la forma en que percibe la seguridad y la realidad social?

3.6. Población, muestra y periodo de estudio

Uno de los principales objetivos de esta investigación fue Determinar cómo la teoría de la Agenda *Setting* incide en el fenómeno de los *trending topics* sobre la crónica roja en la plataforma X, para identificar su influencia en la percepción e interés informativo de los usuarios.

Para este propósito, el grupo de estudio estuvo conformado por los usuarios y cuentas informativas que interactúan con contenidos vinculados a sucesos policiales, delitos y noticias de impacto social en dicha red. Con el fin de cumplir este objetivo, se realizaron entrevistas a expertos en comunicación digital y periodismo.

3.6.1. Población

De acuerdo con, Vizcaíno Zúñiga *et al.*, (2023) en su libro Metodología de la investigación científica: guía práctica sobre población indican que:

“El concepto de población en la investigación es esencial para la delimitación del objeto de estudio, la representatividad de los resultados y la elección de las técnicas estadísticas adecuadas. Su correcta comprensión y definición garantizan la validez y confiabilidad de la investigación”.

Por tanto, la población está conformada por todos los usuarios de la plataforma X que interactúan con publicaciones, comentarios y tendencias relacionadas con la crónica roja en Ecuador. Se estima que alrededor de 1,8 millones de personas utilizan esta red social en el país, por lo que el número de usuarios expuestos o partícipes en los *trending topics* vinculados a sucesos de crónica roja puede variar significativamente según la coyuntura informativa y la relevancia del hecho noticioso.

3.6.2. Muestra

La muestra de esta investigación estuvo conformada por dos profesionales de la comunicación y el periodismo, residentes en Quito y Santa Elena, seleccionados mediante un muestreo intencional, que pudieran aportar información valiosa sobre cómo se aplica la teoría de la Agenda *Setting* en los *trending topics* de crónica roja dentro de la plataforma X. Estos especialistas participaron en entrevistas con el propósito de profundizar en su percepción acerca de cómo la teoría de la Agenda *Setting* se refleja en los *trending topics* vinculados con la crónica roja, lo que garantizó opiniones fundamentadas y útiles para el desarrollo del estudio.

3.6.3. Periodo de estudio

El periodo de estudio de esta investigación comenzó en agosto del 2025, con la búsqueda, análisis y selección del tema “La teoría de la Agenda *Setting* y el fenómeno de los *trending topics* sobre crónica roja en la plataforma X”. Posteriormente, la propuesta fue revisada y aprobada por docentes y expertos en el área de la comunicación. Durante el desarrollo del periodo académico, se realizó una investigación profunda sobre fuentes digitales y teorías relacionadas con la Agenda *Setting* y su aplicación en los medios sociales, especialmente en la plataforma X, con el propósito de construir un estudio sólido y sustentado. Este proceso concluyó exitosamente en el mes de octubre del 2025.

3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información

Con el objetivo de analizar las características de los *trending topics* relacionados con la crónica roja en la plataforma X y su forma de difusión entre los usuarios, se desarrolló un estudio enfocado en el comportamiento y la interacción de los usuarios dentro de esta red social. En esta investigación, la población está conformada por el conjunto de personas que participan activamente en conversaciones, publicaciones y reacciones relacionadas con temas de crónica roja. Para la recopilación de datos, se emplearon dos herramientas principales: entrevistas

dirigidas a profesionales de la comunicación con experiencia, y la aplicación de encuestas a usuarios de la plataforma X, con el fin de conocer su percepción sobre cómo se difunden y posicionan los contenidos como tendencias.

3.7.1. Encuesta

Según Sánchez *et al*, (2018) menciona que, realizó en el método encuesta por muestreo, en la cual se usa el instrumento de recolección de datos formando un conjunto de cuestiones o reactivos para sacar una muestra determinada. (pág. 59)

Según lo que plantea el autor, la encuesta por muestreo permite conocer la opinión de las personas a través de un conjunto de preguntas. En el caso de este estudio, este método ayuda a entender cómo los usuarios de la plataforma X reaccionan frente a los temas de crónica roja que se vuelven *trending topics*. Gracias a las respuestas de la encuesta, se puede ver si este tipo de contenidos influye en la forma en que las personas perciben la realidad, la inseguridad o los hechos violentos que aparecen con frecuencia en redes sociales.

3.7.2. Entrevista

La entrevista es una técnica de investigación que involucra la interacción directa entre el entrevistador y el entrevistado con el objetivo de obtener información y opiniones detalladas sobre un tema específico. para investigar actitudes, comportamientos, motivaciones y experiencias personales (Medina Romero *et al.*, 2023, p. 27).

En el marco de esta investigación, se aplicaron entrevistas a profesionales de la comunicación y el periodismo digital, con el fin de explorar cómo perciben la influencia de la teoría de la Agenda *Setting* en los *trending topics* sobre la crónica roja en la plataforma X, y cómo los medios y los usuarios contribuyen a posicionar ciertos temas en la conversación pública digital.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presenta el análisis obtenido de los respectivos instrumentos de recopilación de datos en forma cuantitativa y cualitativa.

4.1. Análisis cuantitativo: La encuesta

Se presenta los datos obtenidos a partir de las encuestas realizadas a 100 personas correspondientes a usuarios de la plataforma X, la encuesta se realizó mediante un cuestionario donde los participantes calificaron sus respuestas en los criterios Muy en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, Muy de acuerdo y De acuerdo, estas respuestas fueron cuantificadas y analizadas por el investigador, con el propósito de obtener conclusiones más precisas.

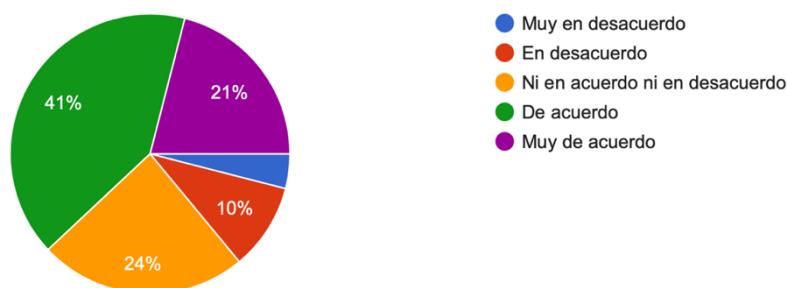
Tabla 2. ¿Percibe que en la plataforma X se publican con frecuencia noticias relacionadas con la crónica roja?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	4	4%
En desacuerdo	10	10%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	24%
De acuerdo	41	41%
Muy de acuerdo	21	21%
Total	100	100%

Fuente: Usuarios de la plataforma X
Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán
Fecha: Octubre 2025

Figura 1. ¿Percibe que en la plataforma X se publican con frecuencia noticias relacionadas con la crónica roja?

100 respuestas



Fuente: Usuarios de la plataforma X
Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

Fecha: Octubre 2025

De acuerdo con los datos obtenidos a través de la siguiente pregunta, 41% de las personas indicó estar de acuerdo y el 24% está de acuerdo lo que muestra que la mayoría de las personas percibe que este tipo de contenidos aparece con bastante frecuencia, por otro lado, solo un 10 % está en desacuerdo y un 4 % muy en desacuerdo, mientras que el 24 % se mantiene neutral. En conjunto, la mayoría de los participantes considera que la crónica roja es un tema recurrente en la plataforma, lo que sugiere una notable presencia de noticias de violencia en el entorno digital analizado.

Tabla 3. *¿Considera que las publicaciones sobre crónica roja son más visibles que otros temas en su feed de X?*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	3	3%
En desacuerdo	9	9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	25%
De acuerdo	47	47%
Muy de acuerdo	16	16%
Total	100	100%

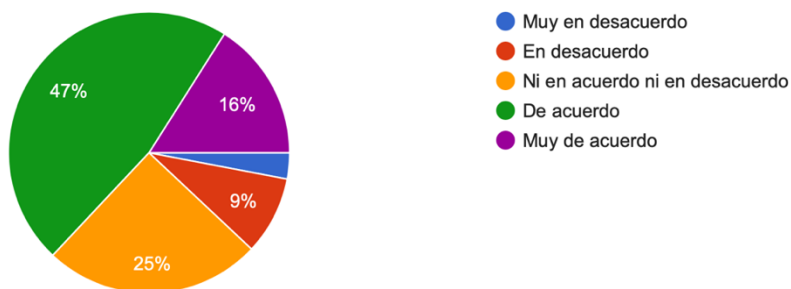
Fuente: Usuarios de la plataforma X

Fecha: Octubre 2025

Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

Figura 2. *¿Considera que las publicaciones sobre crónica roja son más visibles que otros temas en su feed de X?*

100 respuestas



Fuente: Usuarios de la plataforma X

Fecha: Octubre 2025

Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

Los resultados obtenidos muestran que una gran parte de las encuestas como lo es el 47% respondió De acuerdo y Muy de acuerdo con un 16% esto muestra que las noticias sobre hechos violentos llaman más la atención y son más visibles dentro de la plataforma X, por otro lado, un 25% contestó que Ni acuerdo ni en desacuerdo pues considera que la crónica roja no destaca tanto. También hubo personas que se mostraron indecisas por lo que respondieron con 9% En desacuerdo y un 3% Muy en desacuerdo, quizás porque no se han fijado mucho en el tipo de publicaciones que les aparecen.

En general, estos resultados reflejan que, para la mayoría, la crónica roja tiene una presencia importante en la plataforma X y capta la atención de los usuarios, influyendo en los temas de los que se habla con más frecuencia.

Tabla 4. ¿Cree que las noticias de crónica roja en X suelen generar un alto nivel de interacción (me gusta, comentarios o retuits)?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	3	3%
En desacuerdo	8	8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	27%
De acuerdo	38	38%
Muy de acuerdo	24	24%
Total	100	100%

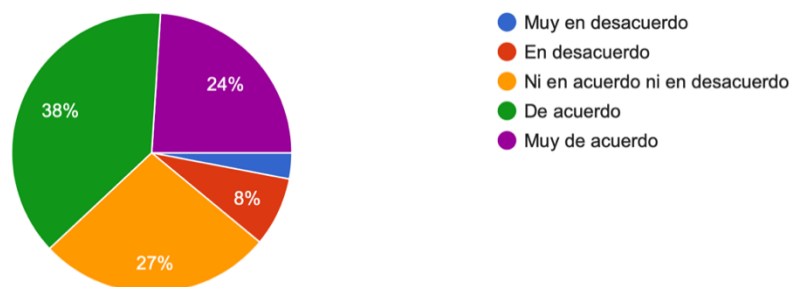
Fuente: Usuarios de la plataforma X

Fecha: Octubre 2025

Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

Figura 3. ¿Cree que las noticias de crónica roja en X suelen generar un alto nivel de interacción (me gusta, comentarios o retuits)?

100 respuestas



Fuente: Usuarios de la plataforma X

Fecha: Octubre 2025

Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

Los usuarios de la plataforma X respondieron de la siguiente manera Muy en desacuerdo con un 3%; En desacuerdo con el 8%; Ni de acuerdo ni en desacuerdo el 27%; De acuerdo el 38% y el 24% Muy de acuerdo. De acuerdo con el 38% de usuarios las noticias de crónica roja suelen tener muchas reacciones, comentarios y retuits. Esto muestra que ese tipo de publicaciones llama bastante la atención y despierta curiosidad entre los usuarios. En general, los resultados muestran que las noticias de crónica roja generan bastante movimiento en la plataforma X y logran captar la atención de muchos usuarios.

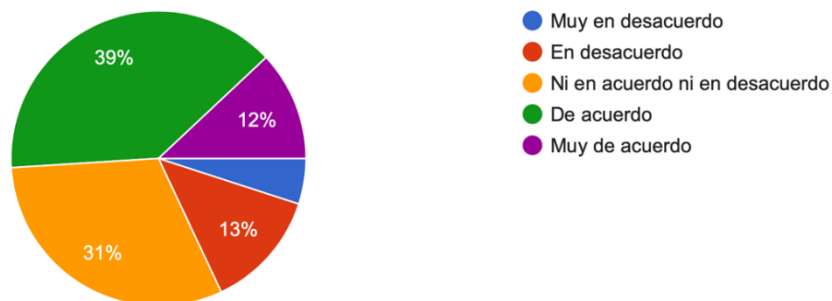
Tabla 5. Con frecuencia observa que figuras públicas o autoridades comentan o reaccionan a publicaciones de crónica roja en X.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	5	5%
En desacuerdo	13	13%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	31	31%
De acuerdo	39	39%
Muy de acuerdo	12	12%
Total	100	100%

Fuente: Usuarios de la plataforma X
Fecha: Octubre 2025
Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

Figura 4. Con frecuencia observa que figuras públicas o autoridades comentan o reaccionan a publicaciones de crónica roja en X

100 respuestas



Fuente: Usuarios de la plataforma X
Fecha: Octubre 2025
Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

Los usuarios encuestados de la plataforma X, respondieron de la siguiente forma: Muy en desacuerdo con el 5%; En desacuerdo el 13%; Ni de acuerdo ni en desacuerdo con el 31%; De acuerdo 39% y Muy de acuerdo el 12%. El 39% de los encuestados señalan que con frecuencia ven a figuras públicas, políticos o autoridades reaccionar o comentar publicaciones relacionadas con la crónica roja. Esto muestra que este tipo de contenido no solo llama la atención del público en general, sino también de personas con influencia o poder de decisión y un 5% considera que las autoridades o personajes públicos rara vez se pronuncian sobre estos temas.

Tabla 6. ¿Cree que los titulares o mensajes de las publicaciones sobre crónica roja en X suelen utilizar un lenguaje sensacionalista o impactante?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	3	3%
En desacuerdo	12	12%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	17%
De acuerdo	45	45%
Muy de acuerdo	23	23%
Total	100	100%

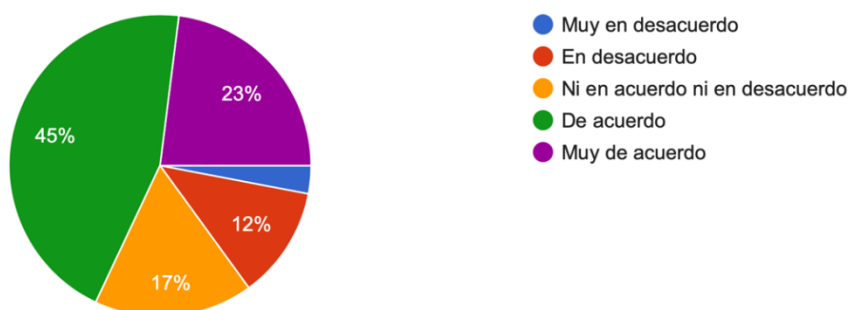
Fuente: Usuarios de la plataforma X

Fecha: Octubre 2025

Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

Figura 5. ¿Cree que los titulares o mensajes de las publicaciones sobre crónica roja en X suelen utilizar un lenguaje sensacionalista o impactante?

100 respuestas



Fuente: Usuarios de la plataforma X

Fecha: Octubre 2025

Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

En base a esta pregunta, los resultados obtenidos indican que el 45% de los usuarios de la plataforma X están de acuerdo que los titulares o mensajes suelen ser sensacionalistas o buscan generar un impacto fuerte, por otro lado, el 23% está muy de acuerdo lo que muestra que este tipo de lenguaje atrae la atención de los usuarios y hace que las publicaciones sean más visibles y comentadas, el 17% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo pues no están seguras de cómo calificar los mensajes que ven, el 12% respondió que están en desacuerdo considerando que algunos titulares son más informativos que sensacionalistas, y por último el 3% muy en desacuerdo lo que consideran que los titulares o mensajes de las publicaciones sobre crónica roja en X no utilizan un lenguaje sensacionalista ni impactante.

Tabla 7. ¿Ha notado que los trending topics sobre crónica roja suelen llegar a una gran cantidad de usuarios en poco tiempo?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	1%
En desacuerdo	9	9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	27%
De acuerdo	39	39%
Muy de acuerdo	24	24%
Total	100	100%

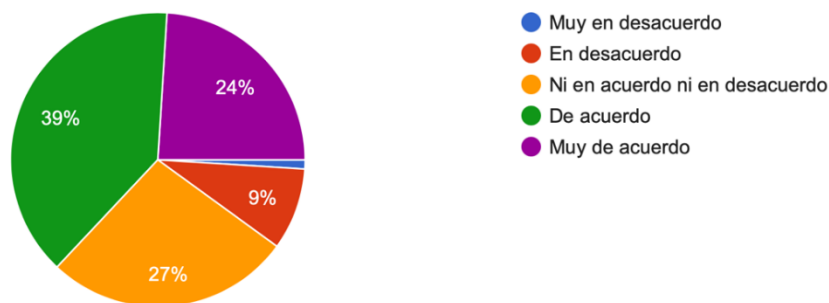
Fuente: Usuarios de la plataforma X

Fecha: Octubre 2025

Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

Figura 6. ¿Ha notado que los trending topics sobre crónica roja suelen llegar a una gran cantidad de usuarios en poco tiempo?

100 respuestas



Fuente: Usuarios de la plataforma X

Fecha: Octubre 2025

Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

La mayoría de los encuestados respondió con un 39% estar de acuerdo, indicando que los *trending topics* sobre crónica roja se difunden muy rápido y alcanzan a muchas personas en poco tiempo, también el 24% dijo estar muy de acuerdo esto muestra que este tipo de contenido genera mucho interés y se comparte de manera rápida dentro de la plataforma, haciendo que las noticias se vuelvan visibles casi de inmediato, por consiguiente, el 27% ni de acuerdo ni en desacuerdo pues no están seguros de la velocidad con la que se difunden estos *trending topics*, por otro lado el 9% dijo estar en desacuerdo señalando que no siempre perciben que los temas lleguen a tantas personas tan rápido, así mismo el 1% indica que no perciben que los *trending topics* sobre crónica roja lleguen a una gran cantidad de usuarios en poco tiempo.

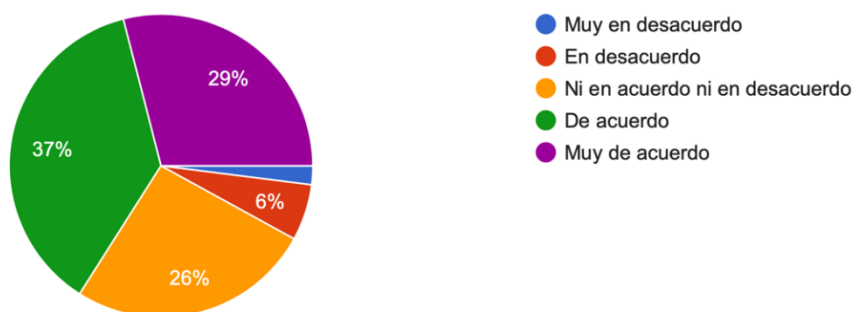
Tabla 8. ¿Ha notado que los titulares de las noticias de crónica roja en X utilizan expresiones exageradas o llamativas?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	2	2%
En desacuerdo	6	6%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	26%
De acuerdo	37	37%
Muy de acuerdo	29	29%
Total	100	100%

Fuente: Usuarios de la plataforma X
Fecha: Octubre 2025
Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

Figura 7. ¿Ha notado que los titulares de las noticias de crónica roja en X utilizan expresiones exageradas o llamativas?

100 respuestas



Fuente: Usuarios de la plataforma X
Fecha: Octubre 2025
Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

En base a esta pregunta los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los usuarios de X un 37% indican estar de acuerdo, esto nos da a entender que los titulares de las noticias de crónica roja en X suelen usar palabras o frases muy llamativas para atraer la atención, así mismo el 29% mostrando que muchos usuarios perciben un estilo de comunicación que busca impactar y generar curiosidad, lo que ayuda a que las publicaciones tengan más visualizaciones e interacción, por otro lado el 26% no está ni de acuerdo ni en de desacuerdo pues no están completamente seguros si estos titulares usan o no un lenguaje exagerado, el 6% respondió estar en desacuerdo lo que significa que no consideran que los titulares de las noticias de crónica roja en X utilicen expresiones exageradas o llamativas, por último el 2% indico estar en muy en desacuerdo lo que indica que no creen que los titulares en X utilicen expresiones exageradas o llamativas.

Tabla 9. ¿Suele interactuar (comentar, compartir o reaccionar) con publicaciones sobre este tipo de contenido?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	8	8%
En desacuerdo	20	20%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	27%
De acuerdo	31	31%
Muy de acuerdo	14	14%
Total	100	100%

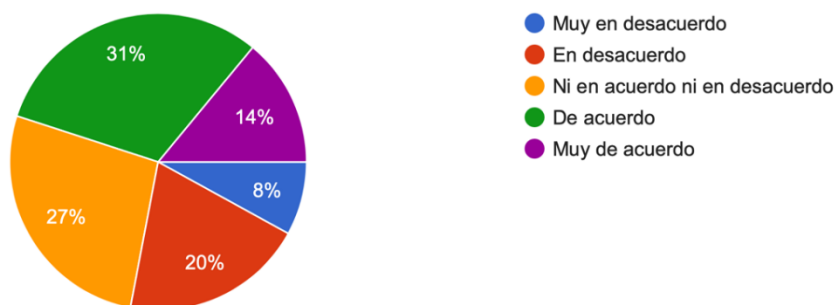
Fuente: Usuarios de la plataforma X

Fecha: Octubre 2025

Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

Figura 8. ¿Suele interactuar (comentar, compartir o reaccionar) con publicaciones sobre este tipo de contenido?

100 respuestas



Fuente: Usuarios de la plataforma X

Fecha: Octubre 2025

Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

La mayoría de los encuestados respondió estar de acuerdo con un 31% y el 14% muy de acuerdo señalando que en ocasiones reaccionan o comparten estas publicaciones, el 27% indicó no estar de acuerdo ni en desacuerdo afirmando hacerlo solo algunas veces. Así mismo el 20% respondió estar en desacuerdo y el 8% muy en desacuerdo, lo que muestra que no suelen interactuar con publicaciones sobre crónica roja en la plataforma X. Estas personas prefieren no comentar, compartir ni reaccionar ante este tipo de contenido, ya sea porque les resulta incómodo, repetitivo o simplemente no les interesa.

Tabla 10. ¿Ha notado que las publicaciones en tendencia sobre crónica roja suelen incluir imágenes o videos explícitos?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	6	6%
En desacuerdo	6	6%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	28%
De acuerdo	36	36%
Muy de acuerdo	24	24%
Total	100	100%

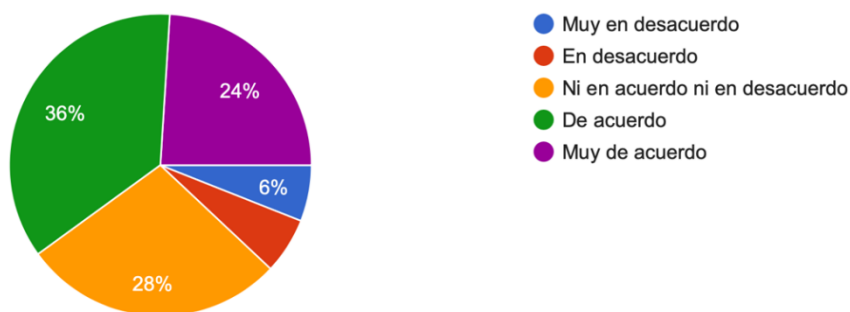
Fuente: Usuarios de la plataforma X

Fecha: Octubre 2025

Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

Figura 9. ¿Ha notado que las publicaciones en tendencia sobre crónica roja suelen incluir imágenes o videos explícitos?

100 respuestas



Fuente: Usuarios de la plataforma X

Fecha: Octubre 2025

Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

La mayoría de los encuestados respondió con un 36% estar de acuerdo y 24% muy de acuerdo señalando que sí han notado la presencia de imágenes o videos fuertes en este tipo de publicaciones. Esto muestra que gran parte de los usuarios percibe que la crónica roja en X se caracteriza por mostrar contenido visual impactante, el 28% respondió no estar ni acuerdo ni en desacuerdo lo que refleja una postura intermedia o indecisa, por último, un 6% indico estar muy en desacuerdo y el 6% en desacuerdo lo que indica que no perciben que las publicaciones sobre crónica roja en tendencia incluyan imágenes o videos explícito.

Tabla 11. ¿Cree que la exposición frecuente a trending topics de crónica roja influye en la forma en que percibe la seguridad y la realidad social?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	5	5%
En desacuerdo	8	8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	23%
De acuerdo	42	42%
Muy de acuerdo	22	22%
Total	100	100%

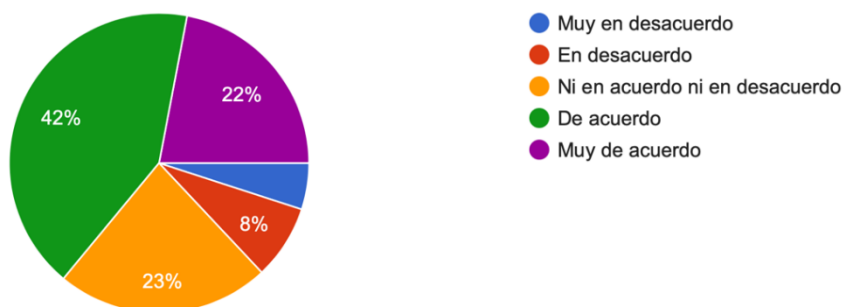
Fuente: Usuarios de la plataforma X

Fecha: Octubre 2025

Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

Figura 10. ¿Cree que la exposición frecuente a trending topics de crónica roja influye en la forma en que percibe la seguridad y la realidad social?

100 respuestas



Fuente: Usuarios de la plataforma X

Fecha: Octubre 2025

Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

En base a esta pregunta los resultados obtenidos fueron que un 42% está de acuerdo y el 22% muy de acuerdo señalando que la constante exposición a noticias de crónica roja sí influye en cómo perciben la inseguridad y los hechos sociales, por otro lado, el 23% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo estos encuestados no están seguros de si lo que ven en la plataforma influye o no en su forma de pensar. Algunos mencionaron que no se han detenido a analizarlo o que no prestan mucha atención al tipo de publicaciones que aparecen sobre este tema, así mismo el 8% indicó estar en desacuerdo y el otro 5% muy en desacuerdo lo que indica que no consideran que la exposición a temas de crónica roja en X influya en su percepción sobre la seguridad o la realidad social.

4.2. Análisis cualitativo: La entrevista

Como segundo instrumento de investigación, se aplicaron entrevistas a profesionales de la comunicación y el periodismo digital, con el fin de explorar cómo perciben la influencia de la teoría de la Agenda *Setting* en los *trending topics* sobre crónica roja dentro de la plataforma X, y cómo los medios y los usuarios contribuyen a posicionar ciertos temas en la conversación pública digital. Los resultados se presentan a continuación a partir de las respuestas del periodista y comunicador social Jonnathan Carrera y del Docente el Lic. Oswaldo Dután:

Cuadro 1. Entrevista 1. Jonnathan Carrera

Apellidos y nombres:		Carrera Andrade Jonnathan	
Cargo:		Periodista y comunicador social	
Especialidad:		Periodismo de crónica roja	
Entrevistador:		Edith de la Cruz y Grace Morán	
Fecha:		Octubre 2025	
Variable	Pregunta	Respuesta	Observación
Teoría de la Agenda Setting	En el contexto digital actual, ¿cómo se manifiesta la influencia de la teoría de la agenda setting en plataformas como X?	La influencia se manifiesta porque los medios te dicen en qué pensar y te ponen a razonar sobre el hecho que está saliendo en ese instante. Antes un accidente se cubría en varios días, ahora en minutos ya se sabe la causa, los involucrados e incluso su vida personal. Ese es el verdadero reto que tienen ahora todos los medios tradicionales, la inmediatez que ha venido a transformar la forma de comunicar las noticias.	Se evidencia cómo la teoría de la agenda setting se refleja claramente en la dinámica actual de las redes sociales, donde la inmediatez y la participación ciudadana transforman la forma de informar.
	¿Considera que los algoritmos y la dinámica de los trending topics actúan como una nueva forma de agenda mediática que determina los temas de conversación pública?	Antes los consejos editoriales de los medios decidían los temas a tratar según lo que salía en los periódicos de la mañana. Ahora, en cambio, quienes alimentan esas reuniones son las redes sociales, las discusiones y los temas que se vuelven de moda. Las reacciones primero se ven en redes y luego los medios tradicionales se ven obligados a retomarlas, porque las redes se han convertido en fuente informativa, duélele a quien le duela.	El texto muestra cómo los algoritmos y los trending topics han reemplazado el papel tradicional de las redacciones al definir la agenda mediática. Las redes no solo difunden información, sino que marcan los temas de conversación pública y obligan a los medios a seguir su ritmo y prioridades.

	¿Desde su perspectiva, qué implicaciones éticas y sociales tiene que temas sensibles como la crónica roja ocupen posiciones de tendencia en X?	La crónica roja siempre ha estado ligada a la seguridad nacional, pues influye directamente en la percepción ciudadana sobre el orden y la confianza en el gobierno. Antes, los medios tradicionales podían regular su tratamiento, pero en las redes sociales no existe ese control. Hoy, cualquiera puede crear un portal y difundir contenidos muchas veces sin responsabilidad ni transparencia lo que facilita la manipulación de la opinión pública. Esa falta de ética y control es un problema serio para la seguridad y la credibilidad.	El entrevistado destaca la pérdida de control y responsabilidad en el manejo de información en redes sociales, lo que genera riesgos éticos y sociales en la difusión de temas sensibles.
Trending topics	En su experiencia profesional, ¿cómo influyen los trending topics de X en la selección o jerarquización de noticias sobre crónica roja?	En Crónica Roja siempre será de consumo popular y masivo. Si pasa un accidente con varios fallecidos, claro que va a tener tendencia generalizada. Hay que diferenciar el tipo de público. En redes es más fácil bloquear, y el bloqueo debería ser un derecho universal. Las instituciones públicas también pueden usarlo para evitar odiadores o manipuladores. Hay personas interesadas en temas políticos y otras en temas de conmoción social. Estos contenidos se reproducen rápidamente y alcanzan miles de vistas. Las redes acabaron con las primicias y exclusivas, porque cualquiera puede tomar y publicar el contenido sin dar crédito. Hoy todo es inmediato, y los conceptos tradicionales deben revisarse. La credibilidad depende del estilo y de quién da la cara en redes.	El entrevistado resalta cómo la inmediatez de las redes ha transformado la comunicación y eliminado las primicias. Destaca la viralidad de los contenidos de crónica roja y la necesidad de mantener credibilidad y ética frente al caos informativo y la exposición masiva.
	¿Cree que la búsqueda de posicionar una noticia en tendencia puede afectar la forma en que se construye el contenido o los titulares de la crónica roja?	La búsqueda de posicionar una noticia en tendencia afecta cómo se distribuye el contenido y los titulares de crónica roja. Desde hace años existen personas dedicadas exclusivamente a crear “títulos vendedores” que capten rápidamente la atención del lector. En redes sociales, donde el usuario pasa muy poco tiempo revisando contenido, los titulares y fichas	El entrevistado resalta que el impacto de los titulares no solo depende del contenido, sino de la presentación visual y la capacidad de captar la atención rápida del público, algo que las redes potencian más que los medios tradicionales.

		visuales buscan generar interés inmediato. Además, plataformas como X permiten medir cuántas personas interactúan con la noticia, lo que ayuda a evaluar su alcance y eficacia.	
	¿Hasta qué punto considera que los trending topics reflejan un interés real del público o más bien responden a estrategias mediáticas para captar atención?	Para captar la atención, los titulares y palabras se destacan visualmente, pero los criterios de noticiabilidad (cercanía, impacto, número, relevancia) permanecen. Sin embargo, más allá de los datos clásicos (“qué, cómo, cuándo, dónde”), es importante considerar las emociones de las personas involucradas y los detalles que permiten construir memoria histórica. La crónica roja no busca fama, sino reflejar hechos que generan miedo y curiosidad en el público, como se evidencia en series o podcasts que narran casos reales y complejos, mostrando la dimensión humana y emocional del crimen.	Se enfatiza que la crónica roja funciona tanto por su rigor informativo como por su capacidad de conectar con las emociones y el miedo de la audiencia, aspecto que a veces la academia pasa por alto.

Fuente: Usuarios de la plataforma X
Fecha: Octubre 2025
Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

Cuadro 2. Entrevista 2. Lic. Washington Oswaldo Dután

Apellidos y nombres:		Lic. Washington Oswaldo Dután	
Cargo:		Docente y comunicador social	
Especialidad:			
Entrevistador:		Edith de la Cruz y Grace Morán	
Fecha:		Octubre 2025	
Variable	Pregunta	Respuesta	Observación
Teoría de la Agenda Setting	En el contexto digital actual, ¿cómo se manifiesta la influencia de la teoría de la agenda setting en plataformas como X?	En la Plataforma X, la teoría de la Agenda Setting se manifiesta en la forma en que se difunden noticias y se construyen agendas tanto mediáticas como personales. Existe una amplia manipulación de la información, donde cada usuario o actor busca imponer su propia agenda, lo que acentúa la polarización política y la fragmentación de la información.	Se destaca que, en el entorno digital, la Agenda Setting no solo depende de los medios tradicionales, sino también de la interacción individual de los usuarios, lo que amplifica la manipulación y la polarización.
	¿Considera que los algoritmos y la dinámica de los trending topics actúan como una nueva forma de agenda mediática que determina los temas de conversación pública?	Los algoritmos y trending topics actúan como una nueva forma de agenda mediática al identificar los intereses del usuario y mostrarle contenido relacionado. Inicialmente se filtra según preferencias personales, pero con el tiempo también integra otros temas, facilitando que los usuarios accedan a información diversa.	la agenda digital no solo influye en lo que vemos, sino que se ajusta dinámicamente a nuestros intereses, mezclando preferencias personales con temas de relevancia general.
	¿Desde su perspectiva, qué implicaciones éticas y sociales tiene que temas sensibles como la crónica roja ocupen posiciones de tendencia en X?	La crónica roja es un género informativo que genera tendencias, especialmente porque conecta con la preocupación de la ciudadanía por la inseguridad. Su relevancia radica en el interés público que despiertan estos temas frente a otros contenidos.	El entrevistado resalta que la crónica roja se posiciona en tendencia no solo por su contenido, sino por cómo refleja las preocupaciones reales de la sociedad.
Trending topics	En su experiencia profesional, ¿cómo influyen los trending topics de X en la selección o jerarquización de noticias sobre crónica roja?	El contenido de crónica roja influye porque despierta el interés general. Ante hechos como accidentes o sicarios, las personas tienden a compartir o transmitir en vivo para informarse o identificar si conocen a las víctimas o el lugar del suceso.	Se evidencia que la participación del público en la difusión de la crónica roja responde tanto al interés informativo como a una necesidad emocional y de cercanía con los hechos.
	¿Cree que la búsqueda de posicionar una noticia en tendencia puede afectar la forma en que se construye el contenido o los titulares de la crónica roja?	La crónica roja es impactante y genera interés, especialmente en el contexto de inseguridad actual. Los medios trabajan bajo esa lógica, buscando obtener vistas, “me gusta” y compartidos, ya que	Se señala que la cobertura de la crónica roja está influenciada por la búsqueda de interacción y alcance en redes, lo que convierte la visibilidad en

		esas métricas aumentan su visibilidad.	un objetivo clave del periodismo digital.
	¿Hasta qué punto considera que los trending topics reflejan un interés real del público o más bien responden a estrategias mediáticas para captar atención?	Son situaciones mediáticas enfocadas en captar la atención del público. En redes sociales, mantenerse vigente significa estar presente de forma constante, compartiendo información que despierte interés y provoque interacción.	. Se enfatiza que la lógica de las redes se basa en la visibilidad constante, donde la atención del público se convierte en la principal medida de relevancia.

Fuente: Usuarios de la plataforma X
Fecha: Octubre 2025
Elaborado por: Edith De La Cruz y Grace Morán

5. DISCUSIÓN

Esta sección aborda el análisis de los datos recolectados mediante la aplicación de los instrumentos que forman parte del proceso investigativo.

5.1. Discusión de encuestas

En el contexto del periodismo digital, la teoría de la Agenda Setting adquiere un nuevo significado frente al fenómeno de los trending topics en la plataforma X. Esta investigación se centró en analizar cómo los temas vinculados a la crónica roja alcanzan notoriedad dentro de dicha red social. Para ello, se aplicaron encuestas y entrevistas a expertos en el ámbito de la crónica roja.

Los resultados cuantitativos obtenidos a través de la encuesta aplicada a usuarios de la plataforma X reflejan que una mayoría significativa de los participantes percibe que en la plataforma se publican con frecuencia noticias relacionadas con la crónica roja, en primer lugar, ante la pregunta ¿Percibe que en la plataforma X se publican con frecuencia noticias relacionadas con la crónica roja? El 41% de los participantes de la encuesta manifestó estar de acuerdo mientras que el 24% muy de acuerdo, lo cual indica una notable presencia de contenidos relacionados con hechos violentos dentro del entorno digital examinado. Este hallazgo resalta que la crónica roja mantiene una visibilidad en la plataforma, probablemente debido al interés público que generan los temas sobre la inseguridad y los sucesos policiales. Así, se verifica que la exposición de este tipo de información es frecuente y se ha convertido en un aspecto habitual en el consumo diario de noticias de los usuarios. Estos resultados coinciden con lo planteado por Carbo, C. (2017) quien manifiesta que “La crónica roja se ha convertido en una manera de exponer hechos noticiosos con alto grado de sensacionalismo para captar la atención de la población, sin medir el nivel de influencia que tiene en jóvenes, internautas de redes sociales” (como se citó en Cedeño Zambrano, *et al.* (2023). Esto refuerza la idea de que la exposición

frecuente a contenidos violentos en plataformas digitales responde más a estrategias de impacto que a una comunicación socialmente responsable.

Por otro lado, en relación con la pregunta 6 ¿Ha notado que los trending topics sobre crónica roja suelen llegar a una gran cantidad de usuarios en poco tiempo? El 39% indicó estar de acuerdo y el 24% muy de acuerdo, esto da a entender que este tipo de contenido logra atraer la atención del público rápidamente, impulsado por la dinámica viral propia de las redes sociales. Esta tendencia muestra cómo los algoritmos y la participación de los usuarios ayuda a la difusión de temas vinculados a la violencia, generando una rápida propagación de la información en de la agenda mediática digital. Resultados que relacionan lo que menciona Salgado (2018) quien señala que, en los análisis de Big Data, es posible realizar lecturas más específicas del flujo de información y opiniones que circulan en la plataforma X, para lo cual es crucial prestar atención a sus características singulares, que la han convertido en un canal para la movilización colectiva. En este sentido, entre sus elementos más interesantes se encuentran los hashtags o etiquetas, con los que se conforma constantemente la lista de Trending topics o tendencias más comunes de los mensajes intercambiados a lo largo del día. Estos permiten observar, en tiempo real y de forma automatizada, qué temas generan mayor interés y son visibles para cualquier usuario, independientemente de las cuentas de X que esté siguiendo” (p. 124). Esta perspectiva respalda los resultados obtenidos, al mostrar que la viralización de la crónica roja responde a las propias dinámicas de interacción y visibilidad que caracterizan al entorno digital.

Finalmente, el 42% de los participantes expresó estar de acuerdo y un 22% muy de acuerdo en la pregunta 10 ¿Cree que la exposición frecuente a trending topics de crónica roja influye en la forma en que percibe la seguridad y la realidad social? Lo que revela que la repetida exposición a noticias de violencia puede modificar la manera en que los usuarios perciben su

entorno y los niveles de inseguridad. Este fenómeno se relaciona con el efecto de la *Agenda Setting*, ya que la continua presencia de temas de crónica roja en la red social contribuye a instalar una sensación de peligro o alarma social. Resultados que se complementan con Oquendo (2023) quien manifiesta que “la crónica roja no es la única fuente de información que puede contribuir a este fenómeno, otros medios de comunicación como la televisión, el cine y las redes sociales puede exponer a las personas a contenido violento. Es más, la forma en la que se presenta la crónica roja puede influir en la sensación de inseguridad” (p. 17). Esta perspectiva refuerza la interpretación de los resultados, al evidenciar que la exposición constante a contenidos violentos en medios digitales incide directamente en la construcción de percepciones sociales sobre la seguridad.

5.2. Discusión de entrevistas

Los resultados obtenidos a partir de las entrevistas a especialistas en el ámbito de la crónica roja evidencian respuestas claras en torno a la influencia de la teoría de la *Agenda Setting* y el fenómeno de los *trending topics* sobre crónica roja en la plataforma X.

En la pregunta 1 En el contexto digital actual, ¿Cómo se manifiesta la influencia de la teoría de la agenda *Setting* en plataformas como X?, Carrera explica que los medios ya no solo determinan sobre qué se piensa, sino que también condicionan el ritmo en que se procesa la información, puesto que los hechos se conocen casi en tiempo real. Esta rapidez representa un desafío para el periodismo tradicional, que debe adaptarse. Por otro lado, Dután señala que en la plataforma X esta teoría se refleja en la forma en que se difunden las noticias y se configuran tanto agendas mediáticas como personales, destacando que la manipulación de la información es constante, pues cada usuario busca imponer su propia narrativa.

En todo caso, sea cual sea el poder de influencia y, sobre todo, a través de qué medios, habrá que respetar siempre la teoría de los padres de la agenda setting: si los medios de comunicación tienen poder para construir la realidad, ésta tiene que obedecer a criterios honestos y universales, y siempre debe aplicarse el criterio de interés general para destacar unas noticias por delante de otras. Asimismo, reconocen en su proyecto de investigación que, para ellos, el seguimiento de los lectores que se conectan al medio para informarse tiene un alto valor, con independencia de la procedencia de la noticia. La inmediatez y la repercusión es lo que se valora desde los puestos de edición. Martínez-Fresneda Osorio y Sánchez Rodríguez (2022, p. 10)

En cuanto a la interrogante ¿Qué implicaciones éticas y sociales tiene que temas sensibles como la crónica roja ocupen posiciones de tendencia en X? Carrera señala que, anteriormente los medios tradicionales podían controlar mejor la forma en que se abordaban estos temas, en las redes sociales ese control se ha perdido, pues “cualquiera puede crear un portal y difundir contenidos muchas veces sin responsabilidad ni transparencia”, lo que facilita la manipulación de la opinión pública. Por su parte, Dután considera que la crónica roja es un género informativo que genera tendencias precisamente porque conecta con la preocupación ciudadana por la inseguridad. A su juicio, su relevancia se debe al interés público que despiertan estos temas frente a otros contenidos, lo que explica por qué suelen ocupar posiciones destacadas en las plataformas digitales.

La ética ha sido muy cuestionada en la actualidad ya que los medios buscan atraer público hacia sus noticias, sin importar que las mismas no sean verificadas o estén modificadas (Guartán Duchitanga, 2023, p. 12).

Frente a la pregunta ¿Cómo influyen los trending topics de X en la selección o jerarquización de noticias sobre crónica roja? Carrera señala que la crónica roja siempre ha sido

de consumo popular y masivo. Así mismo destaca que en redes sociales los públicos se dividen, ya que existen usuarios interesados en temas políticos y otros en hechos de conmoción social, lo que favorece la rápida difusión de este tipo de noticias. Por su parte, Dután afirma que el contenido de crónica roja influye directamente en la jerarquización informativa, ya que despierta el interés general y genera una alta participación de los usuarios. Explica que, ante hechos como accidentes o sicariatos, muchas personas tienden a compartir o transmitir en vivo con el propósito de informarse o identificar si conocen a las víctimas o el lugar del suceso.

Debido a esto se han modificado ciertos aspectos con relación a la teoría de la agenda mediática y la opinión pública. Un caso en particular es el de Twitter y sus “trending topics” o “tendencias”; esta red social jerarquiza los temas con mayor relevancia dependiendo de la cantidad de veces que estos son comentados por sus usuarios dentro de la red social, mostrando cierta similitud con la agenda de los propios medios (Ramírez Huerta, 2015, p. 9).

6. CONCLUSIONES

En base a los hallazgos de esta investigación sobre la teoría de la Agenda *Setting* y el fenómeno de los *trending topics* de crónica roja en la plataforma X, se presentan las conclusiones con el objetivo de resumir los principales hallazgos, destacar su relevancia en la percepción e interés informativo de los usuarios y ofrecer recomendaciones que fomenten un manejo responsable de los contenidos digitales, así como una práctica periodística más ética y consciente del impacto que generan las tendencias de violencia en la audiencia.

- Se evidencia que la teoría de la Agenda *Setting* explica cómo los medios y las plataformas digitales determinan qué noticias de crónica roja se consideran relevantes y llegan a los usuarios, estableciendo la prioridad de ciertos hechos sobre otros.
- Los *trending topics* de crónica roja suelen caracterizarse por su carga emocional intensa, el uso de lenguaje directo y sensacionalista, y la presencia de elementos visuales o narrativas de alto impacto. Su difusión no es lineal, sino que ocurre a través de la probabilidad de ser retuiteado y los algoritmos de la plataforma.
- La relación es directa y potente: los trending topics de crónica roja actúan como la "Agenda Setting" impuesta por el algoritmo y la masa crítica de usuarios. Si un tema de sucesos se convierte en tendencia, automáticamente se posiciona en la agenda informativa y perceptiva del usuario, influyendo en lo que considera relevante o importante en ese momento.

7. RECOMENDACIONES

En base a este estudio sobre la teoría de la Agenda *Setting* y el fenómeno de los *trending topics* sobre crónica roja en la plataforma X, se sugieren estos consejos para ayudar a manejar mejor lo que se publica en internet, haciendo más fuerte el buen comportamiento de los periodistas y animando a informar de forma correcta sobre cómo las tendencias de temas de violencia influyen en lo que piensa la gente.

- Se recomienda a los medios de comunicación y creadores de contenido en X que sean transparentes acerca de los principios éticos que usan al elegir y reportar la crónica roja. También, se plantea que la plataforma X haga opciones que permitan a las personas que la usan evitar ver contenido de sucesos violentos que sea demasiado exagerado, ayudando a tener un lugar con información más balanceada.
- Es esencial que la plataforma X y las entidades encargadas de verificar datos aplique métodos más eficientes y visibles para contextualizar y desmentir la información falsa o exagerada que aparece en los trending topics de crónica roja.
- Es aconsejable promover acciones correctas en los canales de comunicación y en quienes usan la plataforma X, impulsando una divulgación atenta que disminuya la aceptación común de la violencia y fortalezca la formación de opiniones basadas en información contextualizada.

8. REFERENCIAS

- Abaitua, J., Barrutieta, G., Díaz, J., Jacob, I., & Quintana, F. (2003). *Contenidos y metacontenidos en la edición digital*. *Letras de Deusto*, 100, 11–52. Universidad de Deusto. https://paginaspersonales.deusto.es/abaitua/konzeptu/htxt/letrasud_03.pdf
- Antonakaki, D., Fragopoulou, P., y Ioannidis, S. (2021). A survey of Twitter research: Data model, graph structure, sentiment analysis and attacks. *Expert Systems with Applications*, 164, 114006. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114006>
- Aparicio, R., García, M., & Manzano, L. (2019). Noticias falsas, bulos y trending topic. Anatomía y estrategias de la desinformación en el conflicto catalán. El profesional de la información. Obtenido de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2019.may.13/44113>
- Ardèvol-Abreu, A., Gil de Zúñiga, H., & McCombs, M. E. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. *Tendencias en España (2014-2019)*. El Profesional de la Información, 29(4), 1-23. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>
- Aruguete, Natalia; Agenda setting y framing: un debate teórico inconcluso; Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales; Más Poder Local; 30; 1-2017; 36-42 <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/68048>
- Asur, S., A. Huberman, B., Szabo, G., & Wang, C. (2021). Trends in Social Media: Persistence and Decay. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 5(1), 434-437. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v5i1.14167>
- Becker, H., Naaman, M., & Gravano, L. (2021). Más allá de las tendencias: Identificación de ventos reales en Twitter. *Actas de la Conferencia Internacional AAAI sobre Web y Redes Sociales*. doi:<https://doi.org/10.1609/icwsm.v5i1.14146>
- Cedeño Zambrano, M. L., & Quimí Pérez, J. S. (2023). Crónica roja como estrategia de posicionamiento de los medios digitales en la provincia de Santa Elena [Trabajo de titulación, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. UPSE Repositorio Institucional. <https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/84ee7d2b-f3e3-4af4-85ee-705642d45fc2/content>
- Cedeño, M., & Quimí, J. (2023). Crónica roja como estrategia de posicionamiento de los edios digitales en la provincia de Santa Elena. *La Libertad: Universidad Estatal Península de*

- Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/84ee7d2b-f3e3-4af4-85ee-705642d45fc2/content>
- Cerbino, M. (Ed.). (2005). La violencia en los medios de comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana. FLACSO Sede Ecuador. <file:///C:/Users/USER/Downloads/LFLACSO-Cerbino-ED-17186-PUBCOM.pdf>
- Chomón Serna, J. M., Moreno Gallo, M. Á. y Chicharro-Merayo, M. (2025). Primacia y agenda mediática de X: La memoria histórica como detonante de una controversia social. Palabra Clave, 28(1), e2817. <https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.1.7>
- DataReportal. (03 de marzo de 2025). Data Reportal. Obtenido de El "estado de lo digital" en Ecuador en 2025: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-ecuador>
- DataReportal. (12 de marzo de 2025). Usuarios, estadísticas, datos y tendencias de X para 2025. doi:<https://datareportal.com/essential-x-stats>
- DataReportal. (Julio de 2025). Estadísticas globales de redes sociales. Obtenido de Data Reportal: <https://datareportal.com/social-media-users>
- De Dios, S., Aceves, N., & Núñez, C. (2024). Periodismo y agenda informativa. México: Ediciones Comunicación Científica. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=FodTEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=concepto+de+la+teor%C3%ADa+de+la+agenda+setting+pdf+2025&ots=iAy6cBMiiL&sig=O6gNwzcKq7qQrOjxKWYTPRUv28M&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- De la Torre, L., & Teramo, M. (2009). La calidad periodística en un diario regional: Los periodistas, el medio y sus lectores. Revista Scielo, 88. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v12n1/v12n01a05.pdf>
- De los Santos Duarte, N. S. (2024). La opinión pública frente al framing: Portal web El Universo [Trabajo de titulación, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. UPSE. <https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/bbaad083-e5a7-4685-8135-30243d52ca5f/content>
- Del Alcázar, J. (2025). Estado digital Ecuador 2025. Parte 2: Redes sociales en Ecuador. Quito: Mentinno Insights: Inteligencia y analítica de negocios. Obtenido de <https://www.mentinno.com/descarga-informe-estado-digital-ecuador-abril-2025/>

- Duque, S. (2025). "Realidad" como problema y "realidad como solución: Aproximación reflexiva a la comunicación y el poder desde la Agenda Setting. *Revista Mediaciones*, 34(21), 49 - 56. Obtenido de <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/med/article/view/3934/3838>
- España Merchán, O. E. (2018). El comportamiento en Twitter de los reporteros de crónica del Azuay y sus niveles de credibilidad periodística. <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/28043>
- Espinosa Rodríguez, A. (2013). Análisis de contenido de los diarios El Universo y El Telégrafo sobre las noticias relacionadas a los Wikileaks–Ecuador en abril del 2011 y octubre del 2012 que mencionan al gobierno del presidente Correa. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1494>
- Guartán Duchitanga, E. J. (2023). Análisis de la ética en el periodismo digital en los diarios Extra y El Comercio [Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Periodismo]. Universidad Católica de Cuenca. Repositorio Institucional UCACUE. <https://dspace.ucacue.edu.ec/server/api/core/bitstreams/686c3fd5-8f31-4fdf-9072-3fcf73634260/content>
- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, *4*(3), 163–173. <file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-MetodologiasDeInvestigacionEducativaDescriptivasEx-7591592.pdf>
- Han, SC (2016). Dynamics of trending topics: smart service systems using trending topics. University of Tasmania. Thesis. <https://doi.org/10.25959/23239034.v1>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). McGraw Hill Education. <https://www.esup.edu.pe/wpcontent/uploads/2020/12/2.%20Hernandez.%20Fernandez%20y%20BaptistaMetodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- INEC. (2021). Indicadores de tecnología de la información y comunicación. Quito: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf

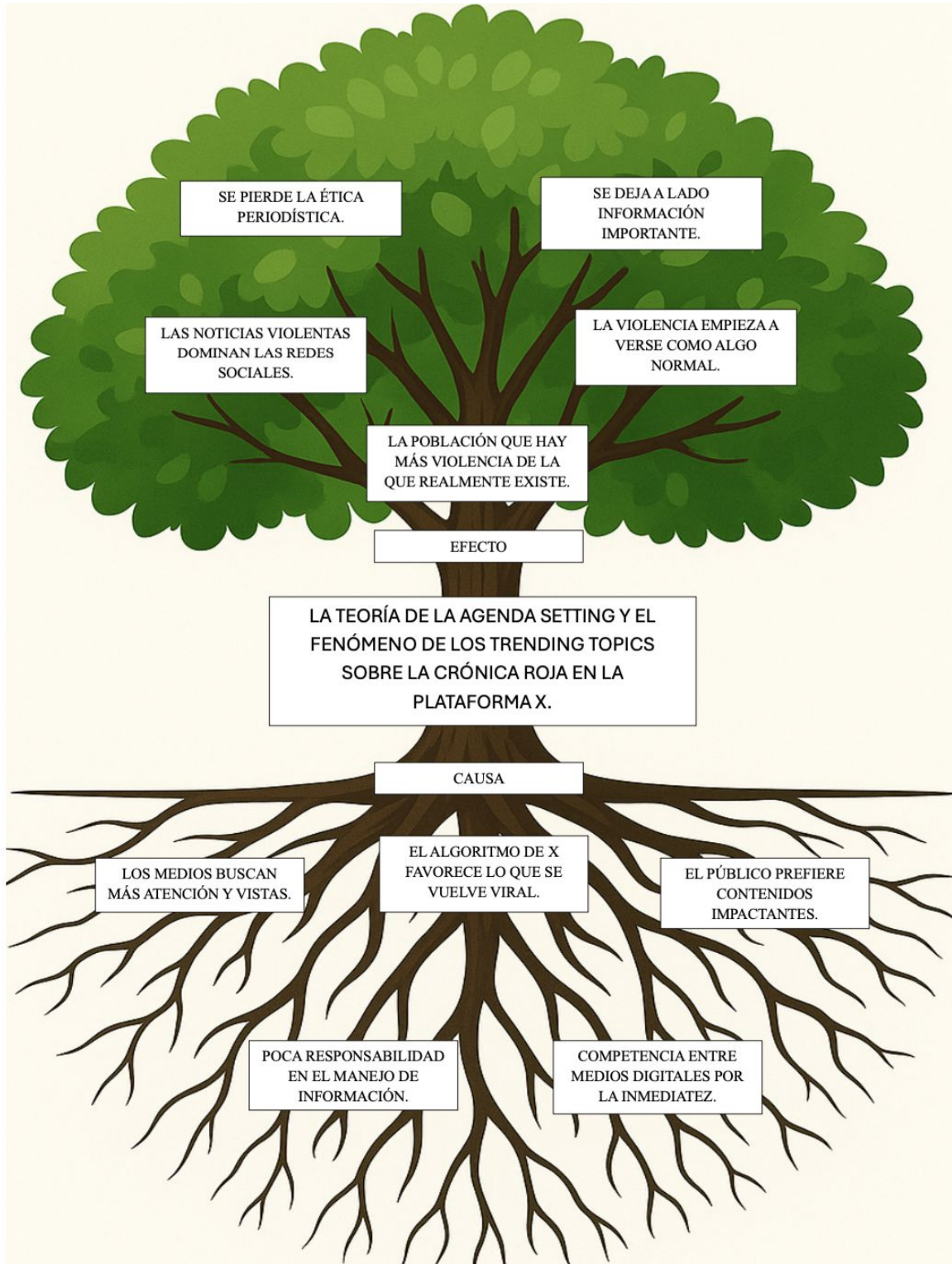
- INEC. (2024). Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. Obtenido de Tecnología de Información y Comunicación TIC: Resumen 2024:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>
- León Oquendo, E. G. (2023). Periodismo gore: sobre las matanzas en las cárceles ecuatorianas en 2021 [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/0438651d-aa55-46b1-a4d1-52a2a6a7b8dd/content>
- López-López, P. C., Castro Martínez, P., & Oñate, P. (2020). Agenda melding y teorías de la comunicación: la construcción de la imagen de los actores políticos en las redes sociales. Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación,
<file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-AgendaMeldingYTeoriasDeLaComunicacion-8288525.pdf>
- Macedo García, A. (2017). La agenda setting y el framing en situaciones de crisis: Estudio de caso la cobertura informativa en La Jornada y el Reforma sobre el desafuero del jefe de Gobierno de la Ciudad de México [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid].
<file:///C:/Users/USER/Downloads/T38686.pdf>
- Martínez-Fresneda Osorio, H. & Sánchez Rodríguez, G. (2022). La influencia de Twitter en la agenda setting de los medios de comunicación. Revista de Ciencias de la Comunicación e Información, 27, 1-21
<https://www.revistaccinformacion.net/index.php/rcci/article/view/136/389>
- Martínez-Fresneda Osorio, H., y Sánchez Rodríguez, G. (2022). La influencia de Twitter en la agenda setting de los medios de comunicación. Revista de Ciencias de la Comunicación e Información, 27, 1-21. <https://doi.org/10.35742/rcci.2022.27.e136>
- Medina Romero, M. A., Rojas León, C. R., Bustamante Hoces, W., Loaiza Carrasco, R. M., Martel Carranza, C. P., & Castillo Acobo, R. Y. (2023). Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Molina, B. L., Vera, C. N., Parrales, L. G., Laínez, Q. A., y Clery, A. A. (noviembre de 2017). Investigación aplicada en Ciencias Sociales. La Libertad, Ecuador: La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena. Obtenido de
<http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3935>

- Ortega-Gabriel, Walter. (2015). Ciudadanía digital: Entre la novedad del fenómeno y las limitaciones del concepto. *Economía, sociedad y territorio*, 15(49), 835-844. Recuperado en 21 de agosto de 2025, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212015000300010&lng=es&tlng=es
- Ortiz, A. M. R. (2020). *La narrativa como un método para la construcción y expresión del conocimiento en la investigación didáctica*. *Sophia*, 16(2), 185-193. <https://www.redalyc.org/journal/4137/413766809004/html/>
- Primicias. (14 de noviembre de 2024). La red social X, atrapada entre la visión de Elon Musk y nuevas alternativas de información. Obtenido de Primicias: El periodismo Comprometido: <https://www.primicias.ec/ciencia-tecnologia/redes-sociales-x-elon-musk-polemica-83334/>
- Primicias. (30 de junio de 2025). Redes sociales: X sigue acaparando el debate público mundial, pese a los excesos de Musk. Obtenido de Primicias: El periodismo comprometido: <https://www.primicias.ec/ciencia-tecnologia/dia-redes-sociales-x-debate-publico-mundial-elon-musk-99557/>
- Ramírez Huerta, J. C. (2015). Las redes sociales y su impacto en la agenda mediática (el Periódico y Prensa Libre) (Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/01/Ramirez-Jose.pdf>
- Rivera, R. (2024). Boletín semestral de homicidios intencionales en el Ecuador: Análisis estadístico del primer semestre de 2024. Quito: Observatorio Ecuatoriano de crimen organizado (OECO). Obtenido de https://oeco.padf.org/wp-content/uploads/2024/09/Boletin-semestral-de-homicidios-Primer-semestre-de-2024_compressed.pdf
- Rojas Calderón, A., & Salazar Ugarte, P. (2022). La tematización en el entorno digital: Twitter y los problemas más importantes para la gente y los medios tradicionales. *Revista de Comunicación*, 21(2), 299-321. <https://doi.org/10.26441/rc21.2-2022-15>
- Salgado Andrade, E. (2018). Del #SimulacroCDMX al #MéxicoNosNecesita: 19S en Twitter. *Revista Mexicana de Sociología*, 80(Suppl.), 121-147. <https://www.redalyc.org/journal/321/32158258006/32158258006.pdf>

- Sánchez, C. H., Carlos, R. R., & Katia, M. S. (2018). Manual de terminos de investigacion cientifica, tecnologia y humanistica. Bussiness Support Anet h S.R.L.<https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Universidad Estatal Península de Santa Elena. (2024). La opinión pública frente al framing: Portal web El Universo [Trabajo de titulación de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Repositorio Institucional UPSE. <https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/bbaad083-e5a7-4685-8135-30243d52ca5f/content>
- Vizcaíno Zúñiga, P. I., Cedeño Cedeño, R. J., & Maldonado Palacios, I. A. (2023). Metodología de la investigación científica: Guía práctica. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 7(4), 9723–9758. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658
- Webb, W. N. (2025). Policy agenda setting: Managing fake news and disinformation. Administration Publica, *33*(1), 68-88. <https://doi.org/10.61967/adminpub.2025.33.1.4>
- Wilson, D., & Sperber, D. (2002). Relevance theory revisited. En D. Sperber & D. Wilson, Relevance Theory (pp. 249-287). Cambridge University Press. [file:///C:/Users/USER/Downloads/Sperber%20&%20Wilson%20-%20RT%20Revisited%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/Sperber%20&%20Wilson%20-%20RT%20Revisited%20(2).pdf)

Anexos

Anexo 1: Árbol de problema



Anexo 2

Matriz de validación de instrumentos

INSTRUMENTO

Técnica: Encuesta

Instrumento: cuestionario – Escala de Likert

Tema: La teoría de la Agenda Setting y el fenómeno de los trending topics sobre crónica roja en la plataforma X

Objetivo General: Determinar cómo la teoría de la Agenda Determinar cómo la teoría de la Agenda *Setting* incide en el fenómeno de los *trending topics* sobre la crónica roja en la plataforma X

Escala: Muy en desacuerdo 1, en desacuerdo 2, ni en acuerdo ni desacuerdo 3, de acuerdo 4, muy de acuerdo 5

Variable independiente: Teoría de la Agenda setting		1	2	3	4	5
1	¿Percibe que en la plataforma X se publican con frecuencia noticias relacionadas con la crónica roja?					
2	¿Considera que las publicaciones sobre crónica roja son más visibles que otros temas en su feed de X?					
3	¿Cree que las noticias de crónica roja en X suelen generar un alto nivel de interacción (me gusta, comentarios o retuits)?					
4	¿Con qué frecuencia observa que figuras públicas o autoridades comentan o reaccionan a publicaciones de crónica roja en X?					
5	¿Cree que los titulares o mensajes de las publicaciones sobre crónica roja en X suelen utilizar un lenguaje sensacionalista o impactante?					
Variable dependiente: Trending topics						
6	¿Ha notado que los trending topics sobre crónica roja suelen llegar a una gran cantidad de usuarios en poco tiempo?					
7	¿Ha notado que los titulares de las noticias de crónica roja en X utilizan expresiones exageradas o llamativas?					
8	¿Qué tan frecuente es que interactúe (comente, comparta o reaccione) con este tipo de contenido?					
9	¿Ha notado que las publicaciones en tendencia sobre crónica roja suelen incluir imágenes o videos explícitos?					
10	¿Cree que la exposición frecuente a trending topics de crónica roja influye en la forma en que percibe la seguridad y la realidad social?					

Ab. Arturo Clery, PhD.

Juez experto

C.I: 0910759851

Firma:

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		La teoría de la Agenda Setting y el fenómeno de los Trending topics sobre crónica roja en la plataforma X															
AUTOR:		Edith Maite De La Cruz Perero – Grace Kelly Moran Alvarado															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
VI: Teoría de la Agenda Setting	Agenda de los medios.	Temas de crónica roja difundidos en la plataforma X.	¿Percibe que en la plataforma X se publican con frecuencia noticias relacionadas con la crónica roja?						x		x		x		x		
	Agenda del público	Participación de los usuarios en la difusión de estos temas.	¿Considera que las publicaciones sobre crónica roja son más visibles que otros temas en su feed de X?						x		x		x		x		
	Agenda política/social	Reacciones de actores políticos, sociales o mediáticos ante estas tendencias	¿Cree que las noticias de crónica roja en X suelen generar un alto nivel de interacción (me gusta, comentarios o retuits)?						x		x		x		x		
	Efecto de relevancia	Permanencia de la crónica roja como tendencia.	¿Con qué frecuencia observa que figuras públicas o autoridades comentan o reaccionan a publicaciones de crónica roja en X?						x		x		x		x		
	Framing narrativo	Uso de titulares sensacionalistas	¿Cree que los titulares o mensajes de las publicaciones sobre crónica roja en X suelen utilizar un lenguaje sensacionalista o impactante?						x		x		x		x		

VD: Trending topics	Alcance y difusión	Frecuencia de publicaciones diarias	¿Ha notado que los trending topics sobre crónica roja suelen llegar a una gran cantidad de usuarios en poco tiempo?							x		x		x		x	
	Contenido y narrativa	Presencia de imágenes o videos explícitos	¿Qué tipo de titulares predominan en estas publicaciones sensacionalista?							x		x		x		x	
	Interacción del público	Tono de las respuestas (positivo/negativo)	¿Qué tan frecuente es que interactúe (comente, comparta o reaccione) con este tipo de contenidos?							x		x		x		x	
	Temporalidad y vigencia	Tiempo que permanece en tendencia	¿Ha notado que las publicaciones en tendencia sobre crónica roja suelen incluir imágenes o videos explícitos?							x		x		x		x	
	Impacto social y percepción	Opiniones que generan alarma	¿Cree que la exposición frecuente a trending topics de crónica roja influye en la forma en que percibe la seguridad y la realidad social?							x		x		x		x	

La Libertad 21 de octubre del 2025

Ab. Arturo Clery, PhD.
Juez experto
C.I: 0910759851

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100				
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1.	Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			x	
2.	Objetividad	Expresa conductas observables																			x	
3.	Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																			x	
4.	Organización	Organización lógica entre sus ítems																			x	
5.	Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																			x	
6.	Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																			x	
7.	Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																			x	
8.	Coherencia	Relación en variables e indicadores																			x	
9.	Metodología	Adecuada y responde a la investigación																			x	

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación:100/100

La Libertad 21 de octubre del 2025



**Ab. Arturo Clery, PhD.
Juez experto**

C.I: 0910759851

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Edith Maite De La Cruz Perero- Grace Kelly Moran Alvarado		
TITULO DEL TEMA DE INVESTIGACION		
La teoría de la agenda Setting y el fenómeno de los trending topics sobre crónica roja en la plataforma x		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Cuestionario	
Objetivo:	Determinar cómo la teoría de la Agenda <i>Setting</i> incide en el fenómeno de los <i>trending topics</i> sobre la crónica roja en la plataforma X, para identificar su influencia en la percepción e interés informativo de los usuarios.	
Dirigido a:	Usuarios de la plataforma X	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.	
Documento de identidad:	0910759851	
Grado académico:	Doctor/PhD. en información	
Especialidad:	Derecho comunicacional	
Experiencia profesional (años): 25		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable X	Aplicable después de corregir	No aplicable
Sugerencia:		

La Libertad 21 de octubre del 2025



**Ab. Arturo Clery, PhD.
Juez experto
C.I: 0910759851**

INSTRUMENTO

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: La teoría de la agenda *setting* y el fenómeno de los *trending topics* sobre crónica roja en la plataforma X

Objetivo: Determinar como la teoría de la Agenda Setting incide en el fenómeno de los *trending Topics* sobre la crónica roja en la plataforma X, para identificar su influencia en la percepción e Interés informativo de los usuarios.

Entrevistado: Lcdo. Oswaldo Dután, Mgtr.

Cargo: Docente

Especialidad:

Entrevistador: Maite Perero – Grace Morán

Entrevistado: Jonathan Carrera

Cargo: Periodista

Especialidad: Crónica roja

Entrevistador: Maite Perero – Grace Morán

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
VI: Teoría de la Agenda Setting	En el contexto digital actual, ¿cómo se manifiesta la influencia de la teoría de la agenda setting en plataformas como X?		
	¿Considera que los algoritmos y la dinámica de los trending topics actúan como una nueva forma de agenda mediática que determina los temas de conversación pública?		
	¿Desde su perspectiva, qué implicaciones éticas y sociales tiene que temas sensibles como la crónica roja ocupen posiciones de tendencia en X?		
VD: Trending topics	En su experiencia profesional, ¿cómo influyen los trending topics de X en la selección o jerarquización de noticias sobre crónica roja?		
	¿Cree que la búsqueda de posicionar una noticia en tendencia puede afectar la forma en que se construye el contenido o los titulares de la crónica roja?		
	¿Hasta qué punto considera que los trending topics reflejan un interés real del público o más bien responden a estrategias mediáticas para captar atención?		



Ab. Arturo Clery, PhD.

Juez experto

C.I: 0910759851

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		La teoría de la Agenda Setting y el fenómeno de los Trending topics sobre crónica roja en la plataforma X																
AUTOR:		Edith Maite De La Cruz Perero – Grace Kelly Moran Alvarado																
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN	
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA			
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
VI: Teoría de la Agenda Setting	Agenda de los medios.	Temas de crónica roja difundidos en la plataforma X.	¿Percibe que en la plataforma X se publican con frecuencia noticias relacionadas con la crónica roja?							x		x		x		x		
	Agenda del público	Participación de los usuarios en la difusión de estos temas.	¿Considera que las publicaciones sobre crónica roja son más visibles que otros temas en su feed de X?							x		x		x		x		
	Agenda política/social	Reacciones de actores políticos, sociales o mediáticos ante estas tendencias	¿Cree que las noticias de crónica roja en X suelen generar un alto nivel de interacción (me gusta, comentarios o retuits)?							x		x		x		x		
	Efecto de relevancia	Permanencia de la crónica roja como tendencia.	¿Con qué frecuencia observa que figuras públicas o autoridades comentan o reaccionan a publicaciones de crónica roja en X?							x		x		x		x		
	Framing narrativo	Uso de titulares sensacionalistas	¿Cree que los titulares o mensajes de las publicaciones sobre crónica roja en X suelen utilizar un lenguaje sensacionalista o impactante?							x		x		x		x		

VD: Trending topics	Alcance y difusión	Frecuencia de publicaciones diarias	¿Ha notado que los trending topics sobre crónica roja suelen llegar a una gran cantidad de usuarios en poco tiempo?							x		x							
	Contenido y narrativa	Presencia de imágenes o videos explícitos	¿Qué tipo de titulares predominan en estas publicaciones sensacionalista?							x		x							
	Interacción del público	Tono de las respuestas (positivo/negativo)	¿Qué tan frecuente es que interactúe (comente, comparta o reaccione) con este tipo de contenidos?							x		x							
	Temporalidad y vigencia	Tiempo que permanece en tendencia	¿Ha notado que las publicaciones en tendencia sobre crónica roja suelen incluir imágenes o videos explícitos?							x		x							
	Impacto social y percepción	Opiniones que generan alarma	¿Cree que la exposición frecuente a trending topics de crónica roja influye en la forma en que percibe la seguridad y la realidad social?							x		x							

La Libertad 21 de octubre del 2025

Ab. Arturo Clery, PhD.
Juez experto
C.I: 0910759851

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100				
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				x	
2. Objetividad	Expresa conductas observables																				x	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				x	
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																				x	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				x	
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				x	
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																				x	
8. Coherencia	Relación en variables e indicadores																				x	
9. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																				x	

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación:100/100

La Libertad 21 de octubre del 2025



Ab. Arturo Clery, PhD.
Juez experto
C.I: 0910759851

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Edith Maite De La Cruz Perero- Grace Kelly Moran Alvarado		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La teoría de la Agenda <i>Setting</i> y el fenómeno de los <i>Trending Topics</i> sobre crónica roja en la plataforma X		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Guía de preguntas	
Objetivo:	Determinar cómo la teoría de la Agenda <i>Setting</i> incide en el fenómeno de los <i>trending topics</i> sobre la crónica roja en la plataforma X, para identificar su influencia en la percepción e interés informativo de los usuarios.	
Dirigido a:	Usuarios de la plataforma X	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.	
Documento de identidad:	0910759851	
Grado académico:	Doctor/PhD. en información	
Especialidad:	Derecho comunicacional	
Experiencia profesional (años): 25		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable X	Aplicable después de corregir	No aplicable
Sugerencia:		

La Libertad 21 de octubre del 2025



Ab. Arturo Clery, PhD.

Juez experto

C.I: 091075985

Anexo 3: Archivo fotográfico de encuesta

La teoría de la agenda Setting y el fenómeno de los trending topics sobre la crónica roja en la plataforma X

B I U

Este formulario tiene como objetivo determinar cómo la teoría de la Agenda Setting incide en el fenómeno de los trending topics sobre la crónica roja en la plataforma X, para identificar su influencia en la percepción e interés informativo de los usuarios.

Correo *

Correo válido

Este formulario registra los correos. [Cambiar configuración](#)

¿Percibe que en la plataforma X se publican con frecuencia noticias relacionadas con la crónica roja? *

Muy en desacuerdo



Preguntas Respuestas **100** Configuración

Este formulario no admite respuestas. Gestionar

100 respuestas Vincular con Hojas de cálculo

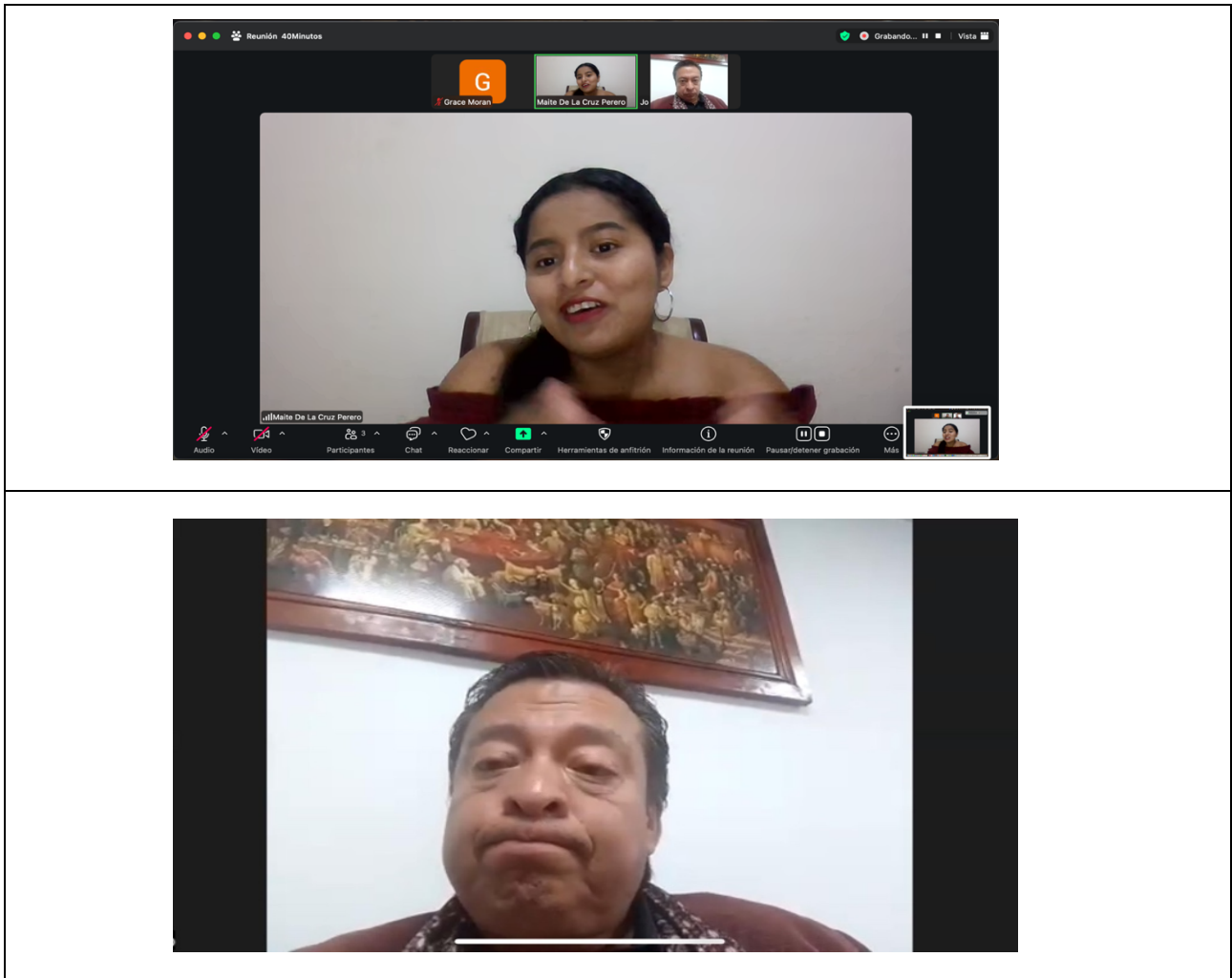
Resumen **Pregunta** Individual

Usuarios que han respondido

Correo electrónico
stephantigrero09@gmail.com
helensuarez2004@gmail.com
pinellen593@gmail.com
isabelcujilema98@gmail.com
mariuxitf01@gmail.com
darlenefsa@live.com
erikacatuto163022@gmail.com

Anexo 4: Archivo fotográfico de entrevista

Entrevista al Periodista Jonnathan Carrera



Entrevista al Docente Oswaldo Dután



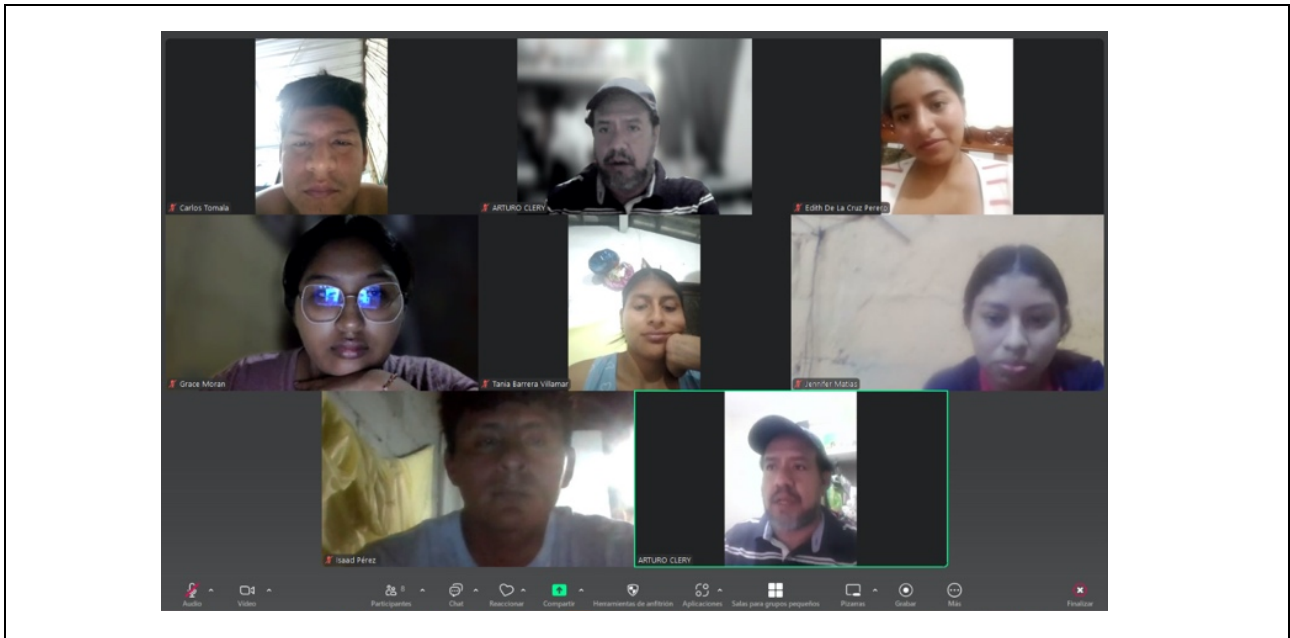
Anexo 5: Archivo fotográfico de Tutorías

Tema: Capitulo I planteamiento del problema

Tiempo: 21:00 – 23:00

Modalidad: Virtual

Total, de estudiantes: 6

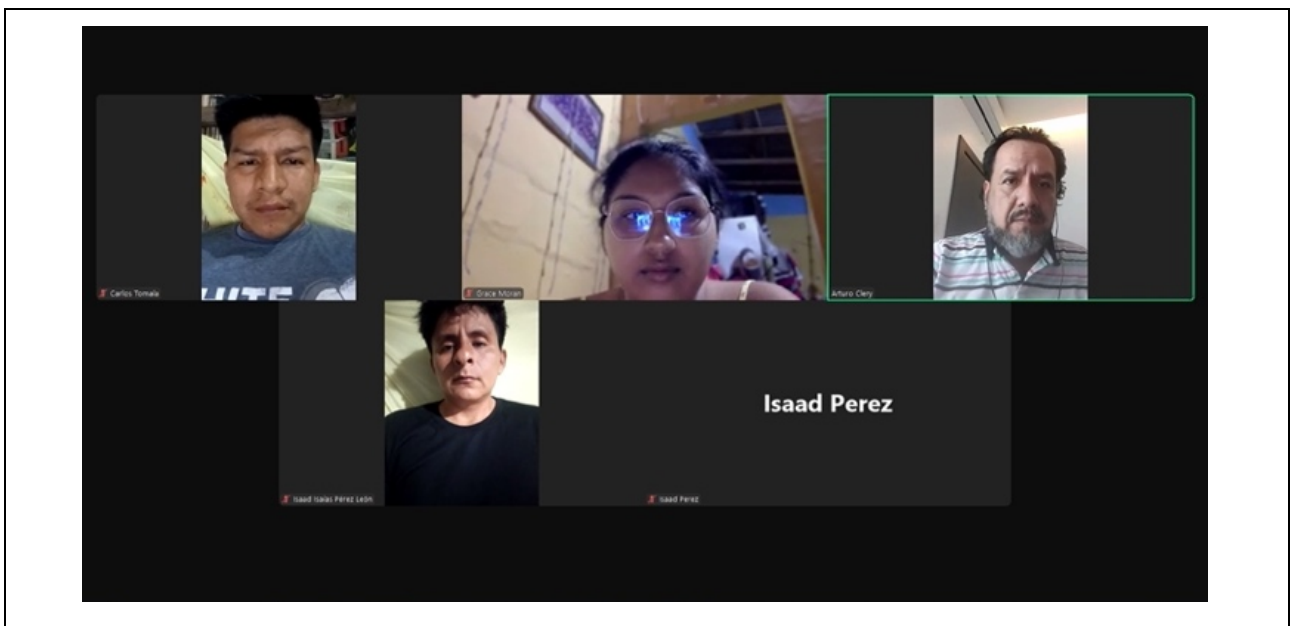


Tema: Capitulo II Marco Teórico y Conceptual

Tiempo: 21:00 – 23:00

Modalidad: Virtual

Total, de estudiantes: 3



Tema: Capitulo III Y IV
Tiempo: 21:00 – 23:00
Modalidad: Virtual
Total, de estudiantes: 2

