



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

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
LA OBJETIVIDAD PERIODÍSTICA Y LA CREDIBILIDAD EN
LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS DE LA FANPAGES DE
LA RADIO SALINAS Y RADIO AMOR EN EL AÑO 2024**

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

LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN

AUTOR(A):

MUÑOZ RODRÍGUEZ STEVEN GABRIEL

TUTOR(A):

LCDA. PAOLA ELIZABETH CORTEZ CLAVIJO, MSC.

ESPECIALISTA:

LIC. BENJAMIN WILSON LEON VALLE, MSC.

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 OBJETIVIDAD PERIODÍSTICA Y LA CREDIBILIDAD EN
LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS DE LA FANPAGES DE LA
RADIO SALINAS Y RADIO AMOR EN EL AÑO 2024**

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

LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN

**AUTOR(A):
MUÑOZ RODRÍGUEZ STEVEN GABRIEL**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
IMPACTOS EN LOS MEDIOS RADIALES**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	6
DEDICATORIA	7
AGRADECIMIENTOS	8
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	9
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD INTEGRACIÓN CURRICULAR	10
RESUMEN.....	11
INTRODUCCIÓN	13
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Antecedentes del problema de investigación	1
1.2 Formulación del problema	6
1.3 Preguntas de investigación	6
1.4 Objetivos.....	7
1.4.1 Objetivo general.....	7
1.4.2 Objetivos Específicos	7
1.5. JUSTIFICACIÓN.....	8
1.6. Idea a defender	9
1.7. Variables.....	10
1.7.1. Independiente: Objetividad periodística.....	10
1.7.2. Dependiente: Credibilidad en los contenidos informativos	10
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	12
2.1. Conocimiento Actual.....	12
2.1.1. Objetividad periodística.....	12
2.2.2. Credibilidad en los contenidos informativos	12
2.3. Fundamentación Teórica y Conceptual.....	13
2.3.2. Fundamentación teórica	13
2.3.3. Fundamentación Conceptual.....	14
2.4. Marco Legal	18
2.4.2. Ley Orgánica de comunicación 2019.....	18
2.4.3. Reglamento general a la ley orgánica de comunicación 2023	20
3. MARCO METODOLÓGICO	21
3.1. Enfoque de investigación	21

3.1.1. Enfoque cualitativo	21
3.2. Tipo de investigación	21
3.2.1. Investigación descriptiva.....	21
3.3. Diseño de investigación.....	22
3.3.1. Fenomenológico	22
3.4. Método de la investigación	23
3.4.1. Inductivo	23
3.5. Operacionalización de las variables	24
3.5.1. Matriz de Operacionalización	24
3.6. Población, muestra y periodo de estudio	27
3.6.1. Población.....	27
3.6.2. Muestra	27
3.6.3. Periodo de estudio	28
3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.....	28
3.7.1. Entrevista	28
3.7.2. Ficha de Observación	29
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	30
4.1. Entrevistas	30
4.1.1. Interpretación de la categorización temática	34
4.1.2. Descripción de la matriz de categorías emergentes	36
4.2. Ficha de observación	38
4.2.1. Resultado interpretativo derivado de la ficha de observación.....	39
4.2.2. Hallazgos del estudio	40
4.2.3. Triangulación de resultados	41
5. DISCUSIÓN	42
6. CONCLUSIONES.....	44
7. RECOMENDACIONES.....	45
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46
ANEXOS.....	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de Operacionalización.....	24
Tabla 2 Categorización temática de entrevistas según emisora y perfil profesional.....	30
Tabla 3: Matriz de categorías emergentes con códigos y ejes de análisis.....	35
Tabla 4. Diferencias entre periodistas y expertos	37
Tabla 5 Comparación del cumplimiento de criterios.....	38
Tabla 6 Síntesis de hallazgos del estudio sobre objetividad y credibilidad en fanpages radiales.....	40
Tabla 7 Triangulación de resultados entre entrevistas, observación directa y marco teórico.....	41

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien escribe, **MUÑOZ RODRÍGUEZ STEVEN GABRIEL** con C.I: **2450841057**, estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación, Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo titulo es: **LA OBJETIVIDAD PERIODÍSTICA Y LA CREDIBILIDAD EN LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS DE LA FANPAGES DE RADIO SALINAS Y RADIO AMOR EN EL AÑO 2024**, corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 21 de Junio de 2025

Atentamente,



Muñoz Rodríguez Steven Gabriel

C.I: 2450841057

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo, lo quiero dedicar en primer lugar a Dios, porque fue él quien me brindó el conocimiento, fuerzas y valentía para seguir en este camino, el que me sostuvo en momentos de incertidumbre y me levantó cuantas veces sea necesario.

A mis padres: Rafael Muñoz y Samary Rodríguez y mis hermanos que fueron mi pilar fundamental en este proceso, brindándome su apoyo incondicional, su total confianza y por darme el aliento para lograr cada uno de mis metas y sueños.

A mi familia de mi iglesia IGLEPEN, que durante este tiempo me guío por buen camino y bajo las enseñanzas de mi padre Celestial, me enseñaron a no rendirme en momentos difíciles y seguir mirando hacia adelante.

Y sobre todo, a aquellas personas y amigos que creyeron en mí, que nunca dudaron de la capacidad y el esfuerzo que podía y puedo llegar a demostrar, por su apoyo en cada momento y sus ánimos en todo tiempo.

Muñoz Rodríguez Steven Gabriel

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios nuevamente por proporcionarme salud, sabiduría, valentía, fuerzas y agallas para culminar mi etapa universitaria.

A mis queridos padres porque en este proceso me brindaron todo su amor y su confianza la depositaron en mí para continuar y no rendirme.

A mis amigos de Universidad, especialmente a mi grupo que me acompañó en este proceso y me fueron apoyando en cada paso.

A mi tutora Lcda. Paola Cortez Clavijo, por ser una gran maestra y guía, por sus enseñanzas, paciencia, dedicación y entrega en este proceso académico.

A mi docente guía Lcda. Vilma García González, por ser una destacada docente y en cada clase impartirnos sus conocimientos para realizar un gran trabajo de investigación.

Y finalmente a la Universidad UPSE, por brindarme las herramientas y el espacio para crecer como profesional y como ser humano.

Muñoz Rodríguez Steven Gabriel

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad 21 de Junio de 2025

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.

Directora de la Carrera de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la Carrera de Comunicación, informo a usted que el estudiante Steven Gabriel Muñoz Rodríguez, con número de cédula: 2450841057, ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (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, denominado **“La objetividad periodística y la credibilidad en los contenidos informativos de la fanpages de la radio Salinas y radio Amor en el año 2024.”**

Por lo ante expuesto, recomiendo se **apruebe** el trabajo de titulación referido anteriormente, bajo el **Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (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 con la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del autor(a), cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión por sus especialistas.

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

Atentamente,



LCDA. PAOLA ELIZABETH CORTEZ CLAVIJO, PhD

Docente tutor/a

Trabajo Integración Curricular II

Correo Institucional: pcortez@upse.edu.ec

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD INTEGRACIÓN CURRICULAR

LILIAN
SUSANA
MOLINA
BENAVIDES

Firmado
digitalmente por
LILIAN SUSANA
MOLINA BENAVIDES
Fecha: 2024.04.02
11:14:37 -05'00'



Dra. Lilian Molina Benavides, PhD.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

Lcda. Lilian Susana Molina Benavides, PhD

**DIRECTORA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**

Lcda. Vilma Maribel García González, PhD

**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**

Lcda. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, PhD

**TUTORA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**

Lic. Benjamin Wilson Leon Valle, MSc.

**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Steven Gabriel Muñoz Rodríguez

ESTUDIANTE

LA OBJETIVIDAD PERIODÍSTICA Y LA CREDIBILIDAD EN LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS DE LA FANPAGES DE RADIO SALINAS Y RADIO AMOR EN EL AÑO 2024

Muñoz Rodríguez Steven Gabriel

Código Orcid: 0009-0002-7101-1308

Universidad Estatal Península de Santa Elena

RESUMEN

El presente estudio analiza cómo se conecta la objetividad en el periodismo con la credibilidad en la información compartida en la fanpages de Radio Salinas y Radio Amor, ubicadas en la provincia de Santa Elena. La importancia creciente de los medios digitales como fuentes de información presenta retos en la comprobación de hechos, la neutralidad en el lenguaje y la forma en la que el público percibe la confianza.

El objetivo principal consistió en examinar cómo la práctica periodística en plataformas digitales afecta la forma en que la comunidad percibe la credibilidad. Con este fin, se optó por un enfoque cualitativo, implementando un diseño fenomenológico y utilizando el método inductivo. Se llevaron a cabo técnicas como entrevistas dirigidas a periodistas, directores y expertos, además de fichas de observación de las publicaciones en redes sociales. La selección de la muestra se realizó por conveniencia e incluyó a cuatro participantes claves del ámbito local. Entre los hallazgos, se observó que ambos medios intentan usar un lenguaje imparcial, prevenir sesgos y verificar la información, aunque presentan restricciones en la claridad del procedimiento. Radio Amor mostró una mayor variedad de fuentes y dedicación a la representación inclusiva, mientras que Radio Salinas sobresalió en la consistencia editorial y en el uso responsable del lenguaje. Se concluye que la objetividad en el periodismo continúa siendo fundamental en la creación de la credibilidad en los medios digitales, a pesar de que su implementación está sujeta a elementos estructurales y a la dedicación ética de los comunicadores implicados.

Palabras claves: Objetividad periodística, credibilidad informativa, imparcialidad, neutralidad del lenguaje, fanpages.

JOURNALISTIC OBJECTIVITY AND CREDIBILITY IN THE INFORMATION CONTENT OF THE FANPAGES OF RADIO SALINAS ANDO RADIO AMOR IN THE YEAR 2024

ABSTRACT

The present study analyzes how objectivity in journalism is connected to the credibility of the information shared on the fanpages of Radio Salinas and Radio Amor, located in the province of Santa Elena. The growing importance of digital media as sources of information presents challenges in fact-checking, language neutrality, and the way the public perceives trust.

The main objective was to examine how journalistic practice on digital platforms affects the way the community perceives information. To the end, a qualitative approach was chosen, implementing a phenomenological design and using the inductive method. Techniques such as interviews with journalists, directors, and experts were carried out, in addition to observation sheets for social media publications. The sample selection was carried out for convenience and included four key participants from the local area. Among the findings, it was observed that both media outlets attempt to use impartial language, prevent biases, and verify information, although they present restrictions in the clarity of the procedure. Radio Amor showed a greater variety of sources and dedication to inclusive representation, while Radio Salinas excelled in editorial consistency and responsible language use. It is concluded that objectivity in journalism remains fundamental in creating credibility in digital media, despite its implementation being subject to structural elements and the ethical dedication of the involved communicators.

Keywords: *Journalistic objectivity, informational credibility, impartiality, language, neutrality, fanpages.*

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la objetividad y la credibilidad son elementos esenciales para ejercer un periodismo responsable, sobre todo en plataformas digitales donde la rapidez de la información frecuentemente afecta su precisión. En este sentido, las páginas de medios de comunicación locales en Facebook se han establecido como fuentes informativas cruciales para las comunidades, particularmente en áreas no metropolitanas como la provincia de Santa Elena – Ecuador.

No obstante, la propagación de contenidos en plataformas digitales a puesto a estos medios con una nueva tensión: la necesidad de verificar la información al instante y el desafío de mantener la percepción pública. Las estaciones de radios como Radio Salinas 103.3 FM y Radio Amor 89.3 FM, con una sólida trayectoria en la zona, se enfrentan a estos retos en sus espacios digitales. Aunque son fundamentales en la creación de la agencia informativa local, sus páginas digitales muestran diferentes enfoques comunicativos que influyen en la credibilidad.

En este contexto, en la investigación realizada en la provincia de Santa Elena, surgió de una inquietud principal sobre ¿cómo se vincula la objetividad periodística y la credibilidad en los contenidos en el material informativo difundido por las emisoras a través de sus páginas de fanpages? La necesidad de aclarar esta conexión se intensifica ante un entorno mediático cada vez más afectado por la falta de información veraz, los prejuicios en la edición, y la limitada supervisión de la verdad en los contenidos.

Así, al examinar las páginas de Facebook no solo facilita la valoración del grado de adherencia a criterios periodísticos, sino que también ayuda a entender la función que tienen los medios comunitarios en la protección del derecho de la ciudadanía a recibir información precisa, ética y con contexto.

El objetivo general de la investigación fue: Examinar la relación entre la objetividad periodística y la credibilidad de los contenidos informativos de la fanpages de radio Salinas 103.3 FM y radio Amor 89.3 FM de la provincia de Santa Elena, basándose en los marcos narrativos, practicas profesionales y percepciones comunitarias. Este objetivo, permitió analizar el análisis hacia la investigación de hábitos de publicación, tácticas de validación, utilización del lenguaje y la percepción del público, todos elementos que afectan de manera directa la edificación de confianza en los medios digitales de la comunidad local.

El estudio empleó el método cualitativo, adecuado para entender fenómenos sociales complicados y subjetivos como la veracidad informativa y la confianza desde la perspectiva de los involucrados. Se implementó un diseño fenomenológico, lo que facilitó la exploración detallada de las opiniones de directores de radios, periodistas y especialistas en comunicación sobre cómo se maneja la información en las páginas de Facebook de las emisoras estudiadas.

El enfoque de la investigación fue de tipo descriptivo, con el objetivo de detallar las formas de comunicación, los materiales empleados en los contenidos digitales y las tácticas aplicadas para garantizar la objetividad, precisión y claridad. El método utilizado fue el inductivo, lo que facilitó la identificación de patrones y regularidades mediante el estudio de casos específicos. Las técnicas de recopilación incluyeron entrevistas con periodistas, directores y expertos, además de la ficha de observación directa de las publicaciones en la fanpages, lo que permitió una triangulación metodológica sólida.

El trabajo investigativo se divide en 4 capítulos que son:

Capítulo I: Se aborda la formulación del problema, se reconocen sus bases teóricas y circunstancias, y se establece la cuestión central junto con los propósitos. También se presenta la razón de ser del estudio y se especifican las variables principales: la objetividad periodística como variable independiente y la credibilidad en los contenidos informativos como variable dependiente.

Capítulo II: Se establece el marco teórico que incluye las definiciones, perspectivas y esquema clave en torno a la objetividad y la credibilidad. Se tratan temas como la imparcialidad, el lenguaje neutral, factualidad y exactitud, equidad y calidad percibida. Asimismo, se describen teorías que llegaron a ser relevantes para el análisis de los medios locales en entorno digitales.

Capítulo III: Se detalla el tipo, enfoque, diseño, métodos y técnicas que se emplean en el estudio. Se describe la población: directores de noticias de radios, periodistas y especialistas expertos en comunicación; la muestra elegida: a través del muestreo por conveniencia, y las herramientas utilizadas: entrevistas semiestructuradas y fichas de observación para cada radio. También se presenta la matriz de operacionalización de variables, que incluye las dimensiones, indicadores y preguntas esenciales.

Capítulo IV: Se exponen y confrontan los resultados obtenidos mediante entrevistas y fichas de observación. Se reconocen similitudes y diferencias entre los directores, periodistas y expertos, así como en las dos estaciones de radio. Al final, la triangulación de los hallazgos ayudó a reforzar los resultados y a evidenciar la discrepancia entre los principios éticos defendidos en la teoría y su implementación real en los medios digitales locales.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes del problema de investigación

A nivel mundial, la objetividad dentro del periodismo en línea ha sido un asunto de diálogo constante, oscilando entre la noción tradicional de una total neutralidad y perspectivas más actuales que consideran la claridad como valor esencial. En el estudio de (Brajnovic, 2001) plantea que esta tensión a lo largo del tiempo demuestra que la objetividad no debe verse como algo inmutable, sino como un objeto que orienta a la actividad informativa. (pág. 2)

Para (Tomasi, 2005) basándose al estudio sobre: La “objetividad” del género informativo afirma que:

La objetividad noticiosa, es producida no sólo por las redacciones de los medios de comunicación, sino también por los ámbitos de educación superior. Así la “verdad” se construye y circula en lo público (El Estado) y en lo privado (mercado) casi sin contradicciones. (pág. 2)

La imparcialidad en el periodismo no es un rasgo natural de los datos, tampoco aparece como un aspecto fijo o concluyente, sino como un elemento fundamental en la construcción social que puede cambiar en función de las transformaciones en la sociedad, la tecnología y la cultura.

En el contexto ecuatoriano, la opinión pública sobre la validez de la información en las plataformas de los medios está estrechamente vinculada a la validación de las instituciones democráticas, y la desconfianza hacia los medios se ha intensificado por conflictos pasados con el poder político. Dado su estudio sobre: Calidad Informativa: Credibilidad de Medios y Periodistas en el Ecuador, por (Rodrigo, s.f) afirma que, “La

radicalización de esta situación puede llevar una cuestión de escándalo y hacer que se disminuya la confianza respecto a las instituciones políticas del Estado, cuestión de doble filo que puede socavar su propia credibilidad” (p. 57). La forma en la que se presenta la situación amenaza su credibilidad y confianza, dado, que puede verse afectada por la manera en que la audiencia la percibe.

La objetividad en el periodismo para los contenidos informativos en la fanpages, se está viendo afectada, por lo que en la investigación realizada por (Oller, Chavero, Ortega, & Pullas, 2014) afirman que:

La idea periodística de objetividad determina en gran medida el trabajo de los periodistas al estar profundamente arraigada a la idea del “buen” periodismo, donde se evite un posicionamiento ideológico o político y las declaraciones ambiguas, partidistas o infundadas (rumores). (pág. 238)

La objetividad dentro de los contenidos informativos sirve como el criterio profesional que orienta en la labor periodística, puesto que los informadores ligan el buen periodismo con la objetividad y la veracidad, eludiendo el tipo de parcialidad como también la subjetividad que pueda poner en riesgo la fiabilidad de sus noticias en las plataformas digitales como lo es Facebook.

En la provincia de Santa Elena, las emisoras radio Salinas y radio Amor, constituyen el ejemplo donde se une la tradición local y el deseo de una mayor identidad en el periodismo. Esto plantea desafíos específicos en relación con la confirmación de datos, la exactitud en la difusión de noticias y el abordaje de temáticas sensibles o de cualquier índole. Para (Nazareno, 2023) afirma que:

El ejercicio periodístico a lo largo de los años ha sido considerado como una gran influencia de comunicación, no solo para los medios, sino para quienes

practican y conducen esta labor, por lo que es indiscutible no percatarse en las obligaciones y responsabilidades que tal poder conllevar. (p. 1)

El periodismo, al ser una influencia importante en la sociedad, exige un alto grado de compromiso y una moral firme de parte de quienes lo ejercen. Esto significa que el papel del periodista excede el hecho de transmitir información, debe hacerlo con seriedad, observando las normas profesionales fijadas.

De acuerdo con (Santos K. , 2012) afirma que, “El periodista tiene la responsabilidad de relatar con mayor objetividad y veracidad posible cómo se ha producido ese acontecimiento. Sus funciones están claramente delimitadas y el periodista debe de cumplirlas con el mayor rigor profesional” (pág. 42). La imparcialidad y la exactitud son más que conceptos abstractos en el periodismo, son deberes específicos que orientan la función del comunicador, por lo que es crucial para preservar la ética y la credibilidad en su labor.

En el ámbito internacional, la gestión de la confianza en la información en los medios en sus plataformas digitales, especialmente en Facebook, es influenciada por regulaciones internacionales y costumbres locales. La pérdida de la imparcialidad, si no se reemplaza con sistemas de claridad y comprobación, puede conducir a una pérdida de credibilidad general de las noticias, repercutiendo en la confianza con la confianza pública en los medios. En el estudio de (Del Pezo, 2023), “El manejo de los contenidos informativos obtiene relevancia dentro de los programas noticiosos que se transmiten en los medios de comunicación, por ello, su correcta manipulación es indispensable para información tergiversada” (p. 536). El manejo incorrecto de los datos en las diversas plataformas puede resultar en una alteración en los medios y en una pérdida de credibilidad ante el público.

Desde el punto de vista de (Gómez & Paniagua, 2011) afirma que:

La credibilidad es un fenómeno complejo en el que concurren dos tipos de factores: los que dependen de los medios (como la rigurosidad o el tratamiento que se aplica las noticias) y los que se derivan de la percepción del receptor, condicionada por su nivel formativo. (pág. 2)

La confianza en la información no se basa solo en la labor de los medios, sino también en la manera en que la audiencia entiende y aprecia este material. Esto implica que a pesar de que los medios usen estándares estrictos, la credibilidad del consumidor estará influenciada por aspectos personales, como su grado de educación y su habilidad para analizar.

En el ámbito ecuatoriano, la visión de la población acerca de la información ha sido polarizada; aunque los medios de comunicación enfrentan reproches por sus intereses y vínculos comerciales, algunos medios locales han logrado preservar una confianza aceptable, gracias a su cercanía con los contextos sociales que informan. Para (Vásconez, s.f), en su estudio sobre: La Credibilidad de los Medios de Comunicación en el Ecuador: Reflejo de un periodismo de calidad, afirma que:

El espacio público en la actualidad se encuentra capturado por los medios, hoy solo hay percepciones dominantes, tan efímeras como los intereses que la manipulan. Con relación a los medios, a la política y al gobierno, deben de ser suficientes neutrales y distantes como para mantener su credibilidad. (p. 342)

Los medios moldean el espacio público según intereses cambiantes, por lo que deben mantener neutralidad para conservar su credibilidad.

En la investigación sobre: La credibilidad y reputación del periodismo de datos en Ecuador realizada por (Cedeño, 2021) nos detalla que:

La credibilidad de estos medios se cimienta en prácticas periodísticas generadoras de confianza, para lo cual la información debe de tener un estricto apego a los datos, permitiendo la generación del criterio particular en sus públicos. La fidelidad de sus audiencias, que se convierten también en multiplicadores es un indicador de este logro. (pág. 16)

Cuando los datos se presentan de manera clara y correcta, no solo fuerza la confianza, sino que también fomenta un público comprometido y fiel, que puede compartir y apoyar los contenidos, expandiendo su difusión e influencia.

En Santa Elena, las plataformas digitales de radio Salinas y radio Amor, a diferencia de otras emisoras, se fundamenta en la implicación activa de reporteros en la comunidad, lo que promueve el vínculo con los habitantes locales. No obstante, se observan marcadas variaciones en la manera de verificar digitalmente las fuentes, un aspecto crucial en un entorno repleto de datos no confirmados. Para (Perero, 2023) en su estudio, afirma que:

Es importante aplicar todas las características para generar credibilidad en los contenidos informativos porque tanto la audiencia como el medio se verá afectado si no se lo emplea, brindar calidad de información ayudará a tener con el tiempo una buena reputación. (p. 13)

La implementación de todas las cualidades que ofrecen veracidad en la información es esencial, puesto que de esto depende tanto la confianza que tenga la audiencia como la imagen del medio, en este caso, las emisoras mencionadas, a través del tiempo.

En la investigación de (Quími, 2024) sobre: La Ética Periodística en el Tratamiento Informativo, afirma que:

Las practicas éticas en el periodismo, son la base de la credibilidad y la confianza que el público deposita en los medios de comunicación, el compromiso con la verdad, la independencia, el contraste de fuentes y otras normas deontológicas son esenciales para garantizar que la información proporcionada sea precisa, equitativa y valiosa. (pág. 27)

La confianza en los medios está vinculada de manera directa a la adherencia a normas éticas en el trabajo periodístico. Esto significa que sin un verdadero apego a principios como la honestidad, la autonomía y la comprobación de fuentes, la certidumbre del público en la información disminuye, impactando la excelencia del intercambio informativo en la comunidad.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera se vincula la objetividad periodística y la credibilidad en los contenidos informativos de las fanpages de Radio Salinas y Radio Amor de la provincia de Santa Elena, considerando las condiciones del sistema ecuatoriano y las prácticas comunicacionales locales?

1.3 Preguntas de investigación

- ¿Cómo se interpreta y emplea el principio de objetividad periodística en la producción de contenidos informativos en Radio Salinas y Radio Amor?
- ¿Qué percepciones tienen las audiencias locales respecto a la credibilidad en la información presentada por Radio Salinas y Radio Amor?
- ¿Cuál es la relación de las practicas editoriales del medio y los niveles de credibilidad percibida por la ciudadanía?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

- Examinar la relación entre la objetividad periodística y la credibilidad de los contenidos informativos de la fanpages de Radio Salinas 103.3 FM y Radio Amor 89.3 FM de la provincia de Santa Elena, basándose en los marcos narrativos, prácticas profesionales y percepciones comunitarias.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar como los periodistas y editores de Radio Salinas y Radio Amor interpretan y emplean el principio de objetividad en su labor informativa.
- Identificar los factores que conciernan en la percepción de credibilidad de los contenidos por parte de las audiencias locales.
- Determinar la relación entre la objetividad periodística y la percepción de la credibilidad en los contenidos informativos de la radio Salinas y radio Amor.

1.5. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación tiene como objetivo examinar la objetividad periodística y la credibilidad en los contenidos informativos de las fanpages de Radio Salinas y Radio Amor, se justifican por sus considerables relevancias sociales, técnicas y académicas, en tanto permite abordar de manera crítica uno de los principales retos que enfrentan los medios comunitarios en áreas periféricas: el establecimiento de confianza en la información en un medio que se caracteriza por la dispersión, la desinformación y la creciente pérdida de legitimidad institucional.

La importancia de este estudio se radica en que el poder de los medios es el fundamento clave del derecho ciudadano a recibir la información, particularmente en áreas como la provincia de Santa Elena, donde la disponibilidad de recursos informativos variados y de calidad es limitado. En este contexto, Radio Salinas y Radio Amor, desempeñan el rol central como generador de agendas públicas locales, lo que otorga a sus acciones informativas una importancia concreta para mejorar la participación democrática, la toma de decisiones en la comunidad y la cohesión social.

Desde la perspectiva técnica, el estudio identifica elementos que inciden en la calidad y fiabilidad de la información periodística, y pretende establecer el vínculo entre la objetividad en el periodismo y la credibilidad que se percibe en ella. Este enfoque no solo permite facilitar el análisis de las rutinas informativas actuales, también proporciona recursos útiles para optimizar los procedimientos editoriales, fundamentados en principios éticos y normas de comunicación que se ajusten al entorno de la localidad.

La investigación se enfoca en abordar la práctica periodística, como la discrepancia entre los principios fijados por la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) y

su correcta implementación en entornos locales. Esta disparidad entre normativa y práctica, junto a los peligros de la desinformación generados por escasos niveles de alfabetización mediática, presenta problemas inmediatos que necesitan ser tratados desde una visión crítica y contextualizada.

En su relevancia, responde a la necesidad de producir información actualizada sobre la calidad de información en medios radiales, así mismo, promocionar datos fundamentales para la revisión de planes de estudio en los programas, suministrando los elementos que facilitan la conexión entre la formación ética y los retos prácticos del ejercicio periodístico en áreas no metropolitanas.

La población beneficiaria son los habitantes de Santa Elena, que recibirán datos confiables y diversos, los reporteros locales que tendrán a su disposición un manual práctico fundamentado, las instituciones educativas y los organismos reguladores para ajustar políticas públicas orientadas a medios locales. Finalmente esta investigación no se restringe a la consideración teórica, si no que sugiere un análisis completo que puede aplicarse a la situación real de los medios de comunicación, con el objetivo de ayudar a mejorar la credibilidad informativa como un valor democrático fundamental.

1.6. Idea a defender

La credibilidad de los contenidos informáticos en la fanpages de Radio Salinas y Radio Amor se sostiene en la práctica localizada de la objetividad periodística , basada en la verificación de los hechos mediante reporteo en campo y el cumplimiento parcial del Código de Ética Periodístico.

1.7. Variables

1.7.1. Independiente: Objetividad periodística

La objetividad periodística se refiere al grado en que los contenidos informativos son representados con imparcialidad, precisa y sin prejuicios, asegurando la autenticidad y el equilibrio de los datos. Para (Reyna, 2017), en su estudio afirma que: “La objetividad es la norma por excelencia del periodismo profesional. Consiste en una serie de estándares, rituales y valores que permiten al periodismo distinguirse de otras formas de comunicación pública y justificar su lugar en la sociedad.” (pág. 96)

Como parte de la investigación realizada por (Berganza, Oller, & Meier, 2010) afirma que, “La objetividad es vista como el principio de representación de la realidad y de la verdad. Para que esto ocurra, deben aparecer representadas todas las partes que intervienen en el tema.” (pág. 488-502)

Los principios del periodismo aseguran aspectos como la sinceridad, la precisión, la autonomía y la neutralidad, sin esta base sólida de la ética, afectará la calidad y la confianza en la labor periodística.

1.7.2. Dependiente: Credibilidad en los contenidos informativos

La credibilidad del medio en los contenidos de información es la percepción que tiene la ciudadanía sobre la confiabilidad, integridad y veracidad de la información recibida. Según (Serrano, 2017), en su estudio realizado afirma que:

La confianza y la credibilidad son variables actitudinales, resultado de un proceso cognitivo, en que la persona examina y evalúa el modo subjetivo las cualidades de una fuente informativa (sea el medio o el periodista) o contenido de sus mensajes. (pág. 3)

Para (Acero, 2024) dado su estudio relevante en: La calidad y credibilidad de los contenidos digitales para la educación, comenta que:

La calidad y la credibilidad de los contenidos digitales se refieren al nivel de excelencia que se puede otorgar al compartir información verídica y eficaz que generan lo usuarios, la calidad se basa en relevancia, originalidad, claridad ademas de coherencia que debe existir dentro de sus contenidos. (parr. 1)

La confianza y la fiabilidad son resultados de la valoración personal que realiza el receptor acerca del contenido informativo, lo que sugiere que la manera en que el público percibe puede cambiar considerablemente en función de la calidad y ética del mensaje que se presenta.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento Actual

2.1.1. Objetividad periodística

La objetividad periodística y la credibilidad en los contenidos informativos son fundamentales para fortalecer la confianza ciudadana hacia los medios de comunicación. En la investigación realizada por (Alarcón, 2021) plantea que la objetividad ha sido tradicionalmente considerada como un principio ético vinculado con la neutralidad; sin embargo, hoy en día se entiende como una serie de acciones comprobables que respaldan la autenticidad del trabajo periodístico. La confianza de los medios, influenciadas por la veracidad de los datos, la honestidad en la presentación y la lucidez del mensaje.

2.2.2. Credibilidad en los contenidos informativos

La credibilidad dentro de los medios de comunicación desempeña la función clave de información sea internacional, nacional y local. La cercanía que tiene con la audiencia a través de sus plataformas digitales, la comprensión del contexto social y la participación de miembros de la comunidad en la elaboración de noticias aumentan la confianza con el medio radial. El siguiente estudio realizado por Nazareno (2023), considera que la credibilidad como la objetividad, enfrentan desafíos vinculados a la adopción organizada de procedimientos de validación, la adherencia a principios morales y el cambio hacia espacios informativos.

Los medios de comunicación radiales, deberán de adoptar un nuevo método de verificación sistemáticos, con la finalidad de que su fiabilidad y neutralidad no se vea comprometida, además requiere una reestructuración de las costumbres periodísticas convencionales para preservar la confianza con la ciudadanía.

2.3. Fundamentación Teórica y Conceptual

2.3.2. Fundamentación teórica

En el marco de investigación sobre: La Objetividad periodística y la credibilidad en los contenidos informáticos de las fanpages de la radio Salinas y radio Amor de la provincia de Santa Elena, es pertinente considerar tres teorías fundamentales de la comunicación:

La primera es el Modelo de Adaptación Comunitaria para la Credibilidad realizada por (Nereida, 2023), Propone un modelo de credibilidad basado en la habilidad de los medios de comunicación para adaptar los contenidos a las particularidades culturales, sociales y lingüísticas de la audiencia. La participación ciudadana en la agenda informativa y la vinculación con las realidades regionales aumentan la sensación de confianza. Este esquema resulta relevante para evaluar la credibilidad de ambas radios, cuyo anclaje territorial proporciona beneficios de significativa relevancia informativa.

Por otro lado, la teoría a través del Modelo de Marca Creíble propuesta por (Oyedeji, 2009), Plantea que gracias a este modelo de marca creíble, la credibilidad en un medio se desarrolla a partir de características tanto reales como simbólicas, tales como la coherencia en el contenido, la imagen de la institución, el vínculo con el público y la flexibilidad ante las realidades locales. Dado el carácter de la radio Salinas y radio Amor, se explorará de qué manera sus roles como medios locales influyen en la percepción de credibilidad entre su audiencia.

Finalmente, en la teoría de la credibilidad mediática desarrollado por (Metzger A. , 2000). Sostiene que la credibilidad no es fija, sino que se forma a través de la relación entre los medios y su audiencia. La apertura del medio a ideas, correcciones o

retroalimentaciones es el elemento fundamental para fortalecer la confianza con el público. Dentro de la investigación, ambos radios serán relevantes donde el vínculo con la comunidad favorece una comunicación bidireccional.

2.3.3. Fundamentación Conceptual

2.3.3.1. Objetividad periodística

La objetividad en el periodismo se entiende como una actividad profesional que busca presentar los hechos de manera objetiva, veraz y equilibrada. Esto implica la necesidad de evitar cualquier juicio personal o sesgo ideológico, garantizando una narración fundamentada en una verificación meticulosa y el uso de fuentes confiables. De acuerdo con Van Dijk (s.f), la objetividad implica la eliminación del “yo” del periodista, la utilización del lenguaje imparcial y el soporte de afirmaciones con referencias y datos verificables.

“El yo puede estar presente solo como un observador imparcial, como un mediador de los hechos” (Van Dijk, s.f, pág. 3)

2.3.3.2. Equilibrio de las fuentes de información

Es la acción fundamental de revisar y mostrar una gama variada y significativa de recursos al tratar un asunto, con el objetivo de proporcionar una visión global, objetiva y compleja. Requiere la incorporación de múltiples puntos de vistas, categorías de fuentes y, cuando sea apropiado, representaciones culturales y geográficas, analizando de manera crítica cada recurso y siendo claro en su atribución. Para (Quiroga, 2019) considera que, “El equilibrio informativo es cuando los medios tradicionales: radio, periódicos y tv, difunden la misma cantidad de noticias en las mismas páginas con los mismos géneros periodísticos aplicando la tendencia equilibrada” (pág. 29).

2.3.3.3. Neutralidad en el lenguaje

Es la práctica de emplear expresiones y términos que evitan intencionalmente cualquier tipo de imparcialidad. Promueve la inclusión, la equidad y el respeto hacia la diversidad humana, impidiendo la propagación de estereotipos y evitando la discriminación o el rechazo a través del lenguaje. Se caracteriza por su falta de favoritismo, al no beneficiar, ni perjudicar a ningún grupo en particular.

Además es el uso del lenguaje formal, exacto y libre de términos subjetivos o coloquiales que afecten directamente a la percepción de la neutralidad del contenido. En el estudio de (Van Dijk, s.f) afirma que “Son el rigor el lenguaje neutro, las citas, las fuentes y el uso de estrategias persuasivas como la descripción de los hechos en directo, el recurso de testigos cercanos y a representantes de la autoridad.” (pág. 3)

2.3.3.4. Factualidad o veracidad

En el campo de la comunicación, la factualidad es la característica fundamental de un mensaje que se ajusta a la realidad objetiva. Presenta la información clara, exacta y verificable, basado en hechos que pueden ser confirmados mediante pruebas y fuentes de confianza. Implica la ausencia de errores, sesgos interpretativos y la capacidad de comparar la información con lo que realmente ocurre. En el estudio de (González M., 2017), señala que la factualidad constituye la base metodológica de la imparcialidad, al fusionar la comprobación de la información con la totalidad de la narración periodística.

De acuerdo con (González E., 2024), afirma que, “En la era contemporánea del periodismo digital, la objetividad factual es muy importante, es un principio primordial y a la vez retador para los medios de comunicación” (pág. 12). Para los medios radiales como Radio Salinas y Radio Amor en la península de Santa Elena, en el ambiente del periodismo en línea contemporáneo, preservar la objetividad factual se ha tornado en un

reto permanente para las organizaciones de noticias, debido a la velocidad con la que circula la información y la necesidad de captar la atención del público oyente, aunque continua siendo una norma esencial e importante.

2.3.3.5. Imparcialidad

Es el principio fundamental que exige la ausencia de cualquier forma de prejuicio o parcialidad al deliberar, evaluar o transmitir información. se caracteriza por considerar las opiniones de manera justa, apoyando sus elecciones y evaluaciones en pruebas objetivas, en lugar de sus propias tendencias, sentimientos o intereses personales. Los pilares de la imparcialidad implica basarse en hechos verificables a cambio de opiniones subjetivas. Según (González M. , 2017) afirma que

La imparcialidad, como segundo componente de la objetividad, atiende a la equidad, en tanto que ofrece transparencia en la información y explica la causalidad de la noticia, y a la presentación neutral, no sólo en el nivel lingüístico. Sino también visual. (pág. 837)

2.3.3.6. Credibilidad en los contenidos informativos

La credibilidad en la información se describe como la opinión que tiene la audiencia respecto a la fiabilidad, honestidad y exactitud en los contenidos informativos por un medio de comunicación. Se desarrolla a partir de características equitativas como la corrección de la información; y de manera subjetivas como la imagen del medio y su relación con la comunidad, y está estrechamente relacionada con la historia del medio, la excelencia de sus métodos y su habilidad para ajustarse a las demandas del contexto. (Arias, 2014) plantea que la confianza que los usuarios asignan a los datos no se basa únicamente en lo que hagan los medios, sino que la reputación de la marca y la percepción pública de sus reporteros son elementos que también pueden influir.

2.3.3.7. Exactitud y precisión

La exactitud se relaciona con la fidelidad o la actitud de los datos comunicados. Un mensaje exacto refleja la realidad de los hechos, sin errores ni alteraciones. En cambio la precisión se enfoca en el grado de detalle y claridad del contenido, además emplea un lenguaje directo, específico y sin confusiones, evitando palabras imprecisas o generales que podrían llevar a interpretaciones erróneas. En el caso de estudio de (Metzger M. , 2003) plantea en su estudio que la exactitud y la precisión de las noticias están formadas por datos, así como por diversas dimensiones, que logran estar vinculadas a la verificación de datos, al mensaje presentado y al canal utilizado para comunicar la información.

2.3.3.8. Dinamismo comunicativo

El dinamismo en los medios de comunicación, es la capacidad de la fiabilidad de la fuente de información para modificarse o variar a lo largo del tiempo y debido a diferentes elementos contextuales. No es una característica fija, sino que puede crecer o decrecer dependiendo de nuevas pruebas, el desarrollo de los acontecimientos, la reputación mutable de la fuente, o la relación con el público. Según (González C. , 1985), plantea que el dinamismo comunicativo facilita la identificación de los diferentes estilos o formatos que emplea los documentos, herramientas pragmáticas para transmitir las intenciones del comunicador, así como los temas y representaciones de la realidad que presenta o establece.

2.3.3.9. Calidad percibida

Se refleja en el diseño estético y útil, disposición coherente y clara de los datos, un lenguaje apropiado y meticuloso sin faltas gramaticales ni ortográficas, la inclusión de componentes profesionales y una experiencia de usuario positiva. Cuando el

contenido informativo es de alta calidad, la audiencia lo visualiza con seriedad, confianza y creíble. En el estudio de (Calvo, 2014), “Es la capacidad del medio para atender a una audiencia diversa, ofrecer contenidos relevantes y de actualidad, promover valores, generar conciencia y espíritu crítico” (pág. 302).

2.3.3.10. Equidad y ausencia de sesgos

La ausencia de sesgos implica la imparcialidad y claridad al transmitir información o juzgar, evitando cualquier favoritismo indebido hacia la ciudadanía. Por otro lado, la equidad persigue la justicia en los resultados, comprendiendo las necesidades y proporcionando ayudas concretas para equilibrar las oportunidades. Para (Oyedeji, 2009), destaca en su estudio que la ausencia de sesgos se basa en abordar los acontecimientos de manera imparcial, sin inclinarse hacia ciertos grupos, creencias o intereses.

2.4. Marco Legal

2.4.2. Ley Orgánica de comunicación 2019

Ley Orgánica de comunicación (2019)

TITULO I: Disposiciones preliminares y definiciones:

Art. 7: Información de relevancia pública o de interés general.- Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general.

La información contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionales establecidos.

Art. 8: Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador.

TITULO II: Principios y derechos

Capítulo II: Derechos a la comunicación

Sección I: Derechos de Libertad

Art. 18: Prohibición de censura previa: Se prohíbe la censura previa por parte de una autoridad, funcionario público, que en ejercicios de sus funciones o en su calidad apruebe, desapruebe o vete los contenidos previos a su difusión a través de cualquier medio de comunicación.

Art. 19: Responsabilidad ulterior.- Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene cada persona de asumir las consecuencias legales posteriores a difundir, a través de los medios de comunicación, contenidos que lesionen los derechos establecidos, en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador, en la Constitución y la Ley.

Art. 20: Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.- Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a una persona.

2.4.3. Reglamento general a la ley orgánica de comunicación 2023

Reglamento general a la ley orgánica de comunicación (2023)

TITULO II: De la autorregulación de los medios de comunicación

Capítulo I: Regulación Voluntaria y Código de Ética

Art. 7: Normas de regulación voluntaria.- Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios podrán adoptar códigos de conducta, políticas o editoriales y/o informativas que generen un equilibrio entre responsabilidad y libertad informativa.

Las normas de regulación voluntaria deberán disponer de mecanismos eficaces para supervisar su cumplimiento del código de conducta e identificar y proponer específicamente las estructuras y procedimientos que velen por una supervisión eficaz de acuerdo con lo establecido por la Ley.

Art. 9: Código de ética y difusión.- Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios implementarán y aplicarán un Código de Ética.

Como requisito previo al Registro Público de Medios, dicho código será presentado al Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación y publicado en la portada web de cada medio de comunicación, en un enlace de acceso permanente.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

3.1.1. Enfoque cualitativo

El siguiente estudio de investigación se realizó bajo el enfoque cualitativo, es adecuado para detallar el análisis de fenómenos sociales complejos, como la forma en que se ve la objetividad en el periodismo a través de sus páginas de Facebook y su influencia en la credibilidad en la información que el medio de comunicación brinda para la audiencia.

El enfoque facilita la comprensión de los significados atribuidos por los actores involucrados, en este caso, los periodistas y oyentes de radio Salinas y radio Amor, a sus experiencias comunicativas y prácticas profesionales. Para (Santos, 2018), en su estudio sobre Técnicas y Métodos Cualitativos para la Investigación Científica, afirma que, “En consecuencia, la investigación con enfoque cualitativo está orientada a la identificación de los aspectos más profundos de las realidades sociales, para de esta forma conocer su sistema de relaciones, así como su estructura dinámica.” (pág. 46). Dado que el enfoque cualitativo, busca entender la estructura dinámica de las realidades sociales, este enfoque es apropiado para investigaciones que examinan fenómenos complejos y en evolución, como la credibilidad con los medios y sus páginas digitales.

3.2. Tipo de investigación

3.2.1. Investigación descriptiva

La investigación que se ha elegido es descriptiva. Debido a que este tipo de investigación tiene como objetivo dentro del estudio realizado, examinar la relación entre la objetividad periodística y la credibilidad de los contenidos informativos de la fanpages de las emisoras y cómo estos son vistos en conexión con la confianza que el

medio genera para la audiencia. Para (Castro, 2020), detalla que, “Su objetivo consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.” (pág. 171). Este tipo de investigación facilitó el reconocimiento de hábitos y posturas comunes, se concluye que es apropiado para investigar formas de comunicación y visiones sociales en contextos particulares, como los contenidos informativos de los medios radiales.

3.3.Diseño de investigación

3.3.1. Fenomenológico

Dentro del diseño de la investigación, se relaciona con el método cualitativo de tipo fenomenológico. Se busca entender cómo los periodistas de Radio Salinas y Radio Amor dentro de sus fanpages forman la idea de objetividad en sus labores cotidianas y de qué manera el público percibe la credibilidad de los contenidos que se transmiten por medio de sus páginas de Facebook. Dentro del análisis de estudio de (Soto & Jhoan, 2013), manifiestan que:

El diseño fenomenológico es un estudio que pretende describir y entender los fenómenos desde el punto de vista de cada sujeto y desde la perspectiva construida colectivamente que dan su experiencia de manera subjetiva. También busca explicar las razones de los diferentes aspectos del comportamiento. (párr. 1)

Dado que este diseño da importancia a la experiencia personal, se deduce que es adecuado para estudios que exploran como los periodistas y el público interpretan nociones intangibles como la imparcialidad y la confianza en el ámbito comunicativo.

3.4. Método de la investigación

3.4.1. Inductivo

En la siguiente investigación, el método que se implementó para trabajar es el inductivo, la cual ofreció la oportunidad de examinar casos particulares, en este caso, los contenidos informativos que aparecen en la fanpages de Radio Salinas y Radio Amor, con el propósito de reconocer rasgos comunes vinculados a la objetividad y la credibilidad en la información. En la investigación sobre la Definición del Método Inductivo realizada por Arbulú (2023), afirma que:

El método inductivo puede ser: enumerativo, eliminativo o variacional; así mismo, el método inductivo es conocido como investigación exploratoria o de enfoque ascendente, ya que ayuda a descubrir patrones y secuencias de eventos, que, a su vez, sirven de insumo para el desarrollo de modelos de operación de los sistemas. (pág. 2)

Este método, permite modelos y secuencias de ejemplos específicos, en relación con este estudio sobre objetividad y credibilidad en el contenido de información, el análisis detallado de las publicaciones puede revelar las practicas comunicativas habituales que influyen en la percepción y equilibrio de la información de la audiencia.

3.5. Operacionalización de las variables

3.5.1. Matriz de Operacionalización

Tabla 1 Matriz de Operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable independiente: Objetividad periodística	La objetividad en el periodismo es simplemente una percepción visual que surge cuando la perspectiva que se refleja en los datos coincide con nuestra propia creencia. Cuanto más extensa es la información o acontecimiento, mayor es la probabilidad de presentar diversas perspectivas y de captar la atención de un rango más diverso de lectores. (Koster, s,f, pág. 267)	D1. Equilibrio de las fuentes de información	I1. Variedad de fuentes	¿Qué tipo de fuentes informativas utilizan con mayor frecuencia al redactar contenidos para la fanpages? ¿Cómo seleccionan a las fuentes para asegurar un equilibrio informativo?	Entrevista
		D2. Neutralidad en el lenguaje	I2. Uso del lenguaje inclusivo	¿Qué criterios emplea para garantizar un lenguaje neutral y no sesgado en sus publicaciones? ¿Considera el uso del lenguaje inclusivo al momento de redactar noticias? ¿Por qué?	Entrevista
		D3. Factualidad o veracidad	I3. Técnicas de verificación	¿Qué métodos o herramientas aplican para verificar la información antes de publicarlas en redes sociales? ¿Tienen protocolos para corregir noticias incorrectas? ¿Cómo los aplican?	Entrevista

		D4. Equidad y ausencia de sesgos	I4. Ausencia del lenguaje discriminatorio	<p>¿Tienen políticas o criterios para evitar el uso de lenguaje que pueda ser considerado discriminatorio o excluyente?</p> <p>¿Han enfrentado críticas o situaciones relacionadas con sesgos en el lenguaje utilizado en sus contenidos?</p>	Entrevista
--	--	---	--	---	------------

3.6. Población, muestra y periodo de estudio

3.6.1. Población

El grupo de estudio se integró por dos conjuntos específicos: Radio Salinas 103.3 FM y Radio Amor 89.3 FM y especialistas con experiencia en el periodismo. En estos, se incluyeron los directores o periodistas de las mencionadas emisoras, y especialistas expertos en el periodismo. Para López (s.f) en su estudio realizado sobre: Poblacion, Muestra y Muestreo, afirma que, “La población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación.” (pág. 1). Dentro de cada estudio, es importante definir correctamente a la población, debido a que representa el conjunto del que se busca recoger datos importantes para entender o aclarar el fenómeno que se investiga, en este caso, la objetividad periodística y la credibilidad en los contenidos informativos de la fanpages de ambas radios mencionadas.

3.6.2. Muestra

3.6.2.1. Muestreo no probabilístico

En la siguiente investigación se implementó el muestreo no probabilístico, concretamente el muestreo por conveniencia, dado que la elección de los participantes se realizó tomando en cuenta su disponibilidad, accesibilidad y relevancia para los fines del estudio.

Se seleccionó a 1 persona de radio Salinas, 1 de radio Amor y 2 especialistas en periodismo, basándose en su participación directa en la distribución de contenidos informativos en las plataformas digitales. Para los investigadores (Otzen & Manterola, 2016) detalla en su estudio sobre: Técnicas de Muestreo sobre una Poblacion a Estudio que, “El tipo de muestreo por conveniencia permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente

accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador.” (pág. 230). Dado el muestreo, depende de la facilidad y la voluntad de los sujetos, esta modalidad de selección ayudó a la investigación en situaciones donde el tiempo o los recursos son limitados, permitiendo recopilar información útil de forma eficaz.

3.6.3. Periodo de estudio

El periodo de estudio en el que se realizó fue en los meses de Marzo hasta Mayo de 2025. Este lapso ofreció la oportunidad de recolectar y examinar datos recientes, teniendo en cuenta la evolución informativa y la actividad digital de las audiencias locales. De igual forma, la definición de este período garantizó la observación de una muestra representativa de publicaciones y la realización de entrevistas en un entorno actualizado y relevante para los propósitos de la investigación.

3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información

Para el desarrollo de la investigación, se implementó 2 técnicas de recolección de información; la entrevista y la ficha de observación. Cada una fue seleccionada para obtener información de diferentes puntos de vistas, con la finalidad de fortalecer el estudio.

3.7.1. Entrevista

La entrevista, al ser una técnica cualitativa para la recopilación de información, es esencial para analizar en detalle las opiniones y hábitos del equipo de prensa sobre la objetividad y la credibilidad en los contenidos informativos que se publican en la fanpages de radio Salinas y radio Amor. Para (Bravo, García, Hernández, & Ruiz, 2013) en la Metodología de Investigación en Educación Médica sobre: La entrevista, recurso flexible y dinámico, afirma que:

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial. (pág. 163)

Este recuerdo facilita el acceso a datos directos de editores, reporteros y periodistas, con el propósito de entender de qué manera implementan criterios de verdad, imparcialidad y equilibrio en la creación de sus contenidos digitales.

3.7.2. Ficha de Observación

La ficha de observación constituye una metodología cualitativa que facilita la documentación sistemática de las acciones y cualidades de un fenómeno en su entorno natural. En este estudio, se llevó a cabo mediante este instrumento, con el propósito de reconocer y evaluar los aspectos relacionados con la objetividad y la credibilidad en los contenidos distribuidos en las fanpages de radio Salinas y radio Amor. Para (Romero, y otros, 2023) afirma que: “La ficha de observación es una herramienta utilizada en la investigación y la evaluación para recopilar información sobre un sujeto o fenómeno.” (pág. 43). Posibilita la evaluación de métricas como la utilización de fuentes comprobadas, entre títulos y contenido, lo que ofrece datos concretos sobre la cobertura periodística en plataformas digitales.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Entrevistas

Dado los resultados, se presenta a continuación los detalles obtenidos de la entrevista desde el enfoque cualitativo, por medio de la aplicación de guía de preguntas a Directores de radio, periodistas y especialistas expertos en comunicación. El objetivo de la entrevista fue obtener datos acerca de la forma en que se entienden y se utilizan la imparcialidad en el periodismo y la credibilidad en los materiales informativos publicados en las páginas de Facebook de Radio Salinas y Radio Amor.

Tabla 2 Categorización temática de entrevistas según emisora y perfil profesional.

Perfil	Categoría	Fragmento Representativo
Doctora en Comunicación e información con la Universidad de Extremadura	Cobertura equilibrada	En el periodismo se debe trabajar con las diversas fuentes que tienen que ver, si al momento de explicar los hechos, tienen que ver desde las autoridades, y también de fuentes bibliográficas.
Doctora en Comunicación e información con la Universidad de Extremadura	Coherencia titular – desarrollo	Es importante tener claro el titular, porque es el que conecta y llama la atención de la audiencia y la engancha para que lea o escuche la noticia.
Doctora en Comunicación e información con la Universidad de Extremadura	Comprensión de contenidos	El generar comprensión en los contenidos, permitirá al oyente que entienda mejor lo que se está tratando en el tema de noticia u otra índole.
Doctora en Comunicación e información con la Universidad de Extremadura	Fuentes informativas	Las fuentes informativas son las principales, porque gracias a ella nos ayuda a encontrar datos para ir redactando la noticia de acorde a lo que se vaya recolectando.
Doctora en Comunicación e información con la Universidad de Extremadura	Lenguaje inclusivo o discriminatorio	La Academia de la Lengua que está hablando y señalando la manera correcta del uso del idioma y es la que nos norma.

Doctora en Comunicación con la Universidad de Extremadura	Lenguaje neutral	Siempre debe de existir el lenguaje neutral, con la finalidad de que ninguna persona del medio o de la audiencia se llegue a sentir afectado por estos motivos.
Doctora en Comunicación con la Universidad de Extremadura	Recursos estilísticos	La mejor receta y la que nunca pasa de tiempo, es mientras más voces, mejor será construida la información que se quiere dar a conocer a través de las plataformas digitales.
Doctora en Comunicación con la Universidad de Extremadura	Verificación de información	Verificar los datos, es muy importante, porque ayudará no solo a corroborar datos, sino a dar con hechos correctos y verídicos.
Periodista y locutor de Radio Amor	Cobertura equilibrada	Balance informativo, se eligen fuentes tanto directas como indirectas, de carácter primario y secundario. Se obtiene información de nuevos testigos o fuentes implicadas.
Periodista y locutor de Radio Amor	Coherencia titular-desarrollo	Un mensaje que sea fácil de entender tiene que ser directo, sencillo, corto y enfocado desde la recolección de datos hasta su presentación, sin caer en el amarillismo ni en el sensacionalismo.
Periodista y locutor de Radio Amor	Comprensión de contenidos	Se busca conservar la imparcialidad, especialmente en reportajes y entrevistas, al haber posturas divergentes, se les ofrece a ambos lados la oportunidad de presentar sus perspectivas.
Periodista y locutor de Radio Amor	Fuentes informativas	Acudir a las fuentes oficiales, ayudará a contrastar información para no generar fake news en las plataformas digitales.
Periodista y locutor de Radio Amor	Lenguaje inclusivo o discriminatorio	Se toma en cuenta la utilización de un lenguaje inclusivo al crear noticias, ya que desde su enfoque deontológico, lo ético y legar

		es fundamental fomentar la inclusión o no la exclusión.
Periodista y locutor de Radio Amor	Lenguaje neutral	Conservar la imparcialidad especialmente en reportajes y entrevistas. Al haber posturas divergentes, se les ofrece a ambos lados la oportunidad de presentar sus perspectivas, lo que facilita que el público forme sus propias opiniones.
Periodista y locutor de Radio Amor	Recursos estilísticos	Se alinean a las normas y directrices de la emisora, en casos de que ocurra fallos, se rectifican de forma inmediata o al día siguiente, perseverando de esta manera la confianza con el público y el apoyo de ellos.
Periodista y locutor de Radio Amor	Verificación de información	Posee procedimientos que se fundamentan en comprobar y comparar los datos antes de hacerlos públicos.
Especialista experto en periodismo	Cobertura equilibrada	Se utiliza la programación del contenido, ordenando los asuntos de acuerdo con su importancia y asignando el tiempo de manera correcta.
Especialista experto en periodismo	Coherencia titular-desarrollo	Garantizar la conexión entre el encabezado y el desarrollo en la noticia, se organiza el contenido siguiendo una trayectoria definida desde el principio hasta el final. Debe de ser relevante, interesante y tener un desarrollo alineado con el enfoque central.
Especialista experto en periodismo	Comprensión de contenidos	Se organizan de manera que resulten interesantes, enérgicos y fáciles de entender, fusionando un diseño visual llamativo con narrativas basadas en hechos reales y fuentes confiables.
Especialista experto en periodismo	Fuentes informativas	Debe emplearse diferentes orígenes de información de acuerdo con la clase de radio, en radios de noticias, se enfoca en fuentes de gobierno para captar los acontecimientos sociales,

		además de la observación directa en el sitio de los eventos.
Especialista experto en periodismo	Lenguaje inclusivo o discriminatorio	Las normas establecen que se debe prevenir el empleo de un lenguaje que discrimine o excluya. Es complicado debido a factores culturales, es esencial fomentar la inclusión y prevenir tales circunstancias que influyan en el comportamiento y la comunicación.
Especialista experto en periodismo	lenguaje neutral	Emplear una comunicación clara, cotidiana y adecuada al tipo de programa y pertinente a la situación del público evitando jerga complicada y demostrando dedicación, habilidad y consideración por las diferentes culturas y contextos sociales.
Especialista experto en periodismo	Otro	Elementos que destacan lo novedoso y lo intrigante de los eventos, teniendo en cuenta las demandas del público, se utilizan técnicas literarias como similitudes, exageraciones e ironías que enriquecen la historia y contribuyan a crear confianza y vínculo con la audiencia.
Especialista experto en periodismo	Verificación de información	Comprobar la exactitud priora a su difusión, recurren a entidades oficiales y acreditadas como la policía, alcaldes o prefectos, comparando cifras y verificando realidades.
Periodista y directora de noticias de radio Salinas	Cobertura equilibrada	Derecho a responder y replica proporcionando el mismo tiempo y espacio para cada versión.
Periodista y directora de noticias de radio Salinas	Coherencia titular-desarrollo	Utilizando el sentido práctico y la educación en el periodismo, evitando el sensacionalismo, dado que su enfoque mediático no lo admite.

Periodista y directora de radio Salinas	Comprensión de contenidos	Cambian de acuerdo con la plataforma social, empleando imágenes o clips de video según lo que sea más útil, con el objetivo de ayudar a la comprensión del público.
Periodista y directora de radio Salinas	Fuentes informativas	En el caso de noticias locales, entidades como la policía y a nivel nacional, los medios más confiables.
Periodista y directora de radio Salinas	Lenguaje inclusivo o discriminatorio	Tácticas como reemplazar caracteres por dígitos en términos delicados para impedir que plataformas como Facebook o TikTok eliminen las publicaciones.
Periodista y directora de radio Salinas	Lenguaje neutral	Revisión y presentación de versiones de los acontecimientos siguiendo las directrices estipuladas.
Periodista y directora de radio Salinas	Recursos estilísticos	Se utilizan tonos serios para atraer la atención, buscando siempre mejorar, aunque las restricciones locales compliquen la creación de contenidos de gran calidad.
Periodista y directora de radio Salinas	Verificación de información	Se lleva a cabo el procedimiento de investigación, recolección de datos, local o nacional y un análisis del equipo antes de publicarlo.

4.1.1. Interpretación de la categorización temática

La tabla muestra que, si bien hay un acuerdo general sobre la relevancia de los fundamentos éticos en el periodismo, su implementación real varía según el entorno, los recursos a disposición y la cultura interna de cada medio informativo. Las opiniones académicas tienden a explorar de manera más detallada los estándares editoriales, mientras que los expertos en medios destacan la flexibilidad y la rapidez con la audiencia como elementos clave en sus elecciones comunicativas.

Del análisis comparativo de las entrevistas realizadas a periodistas, directores de noticias y especialistas en comunicación, se evidencia una convergencia temática en torno a la importancia de garantizar la objetividad informativa. Sin embargo, se observan diferencias en la forma en que cada perfil aborda esta responsabilidad. Mientras los profesionales de medios como Radio Salinas y Radio Amor priorizan la claridad, la neutralidad y la conexión con la audiencia desde una perspectiva práctica y operativa, los especialistas académicos y doctores en comunicación tienden a problematizar con mayor profundidad aspectos como el equilibrio de fuentes, el uso del lenguaje inclusivo y la verificación de información como procesos éticos estructurales. Esta comparación sugiere que, aunque existe un consenso general sobre los valores periodísticos, su aplicación se ve medida por factores como el rol profesional, la presión del entorno digital y las dinámicas internas de producción. Así, el discurso académico actúa como marco de referencia, mientras que la práctica cotidiana revela los límites y retos concretos que enfrentan los medios en el ejercicio de una comunicación responsable.

Tabla 3: Matriz de categorías emergentes con códigos y ejes de análisis

Categoría Emergente	Código Descriptivo	Eje de Análisis	RADIO AMOR 89.3 FM	RADIO SALINAS 103.3 FM
Cobertura equilibrada	Derecho a la réplica, tiempos, editoriales, planificación	Equidad narrativa	7	7
Coherencia titular-desarrollo	Correspondencia semántica entre titular y contenido	Consistencia editorial	6	4
Comprensión de contenidos	Claridad, diseño visual, adaptabilidad al público	Accesibilidad comunicacional	6	5
Fuentes informativas	Uso de fuentes oficiales,	Prácticas informativas	5	6

	comunitarias y múltiples voces			
Lenguaje inclusivo o discriminatorio	Equidad lingüística, términos neutros, normativa ética	Responsabilidad social	8	5
Lenguaje Neutral	Evitar sesgos, tecnicismos y asegurar comprensión	Ética del discurso	7	4
Otros			0	3
Recursos estilísticos	Uso de metáforas, elementos visuales, emocionalidad	Engagement y recepción	6	2
Verificación de información	Uso de herramientas, contraste de datos, fact-checking	Calidad informativa	11	6

4.1.2. Descripción de la matriz de categorías emergentes

La Matriz de Categorías Emergentes con códigos y Ejes de Análisis presenta una sistematización del contenido recogido en entrevistas realizadas a periodistas y especialistas en comunicación vinculados a emisoras radiales del cantón Santa Elena. Este instrumento cualitativo permitió clasificar los hallazgos en ocho categorías temáticas recurrentes: fuentes informativas, lenguaje neutral, verificación de información, cobertura equilibrada, coherencia entre titular y desarrollo, recursos estilísticos, comprensión del contenido y uso del lenguaje inclusivo o discriminatorio.

Cada categoría se acompaña de un código descriptivo, que resume su contenido, y de un eje de análisis que permite agrupar las categorías dentro de dimensiones más amplias como ética del discurso, calidad informativa, responsabilidad social o engagement comunicacional. Esta codificación facilita una lectura transversal del fenómeno estudiado, favoreciendo la interpretación teórica de las prácticas comunicacionales observadas.

Las columnas correspondientes a cada emisora radial contienen la frecuencia de aparición de cada categoría, lo que permite identificar patrones de recurrencia por medio de comunicación. Estas cifras no representan una cuantificación estadística, sino un indicador de densidad discursiva que orienta la interpretación cualitativa. Por ejemplo, se observa una mayor recurrencia de las categorías relacionadas con la verificación de información y el uso de fuentes confiables en radios de corte informativo como Radio Salinas 103.3 FM, mientras que aspectos vinculados al lenguaje inclusivo y la diversidad de voces aparecen con más fuerza en los discursos de especialistas académicos.

Tabla 4. Diferencias entre periodistas y expertos

Dimensión	Periodistas operativos	Especialistas/Académicos
Enfoque	Práctico, basado en la experiencia directa	Reflexivo, ético y con mirada crítica
Uso de fuentes	Directas y oficiales (policía, municipio)	Diversas: oficiales, no oficiales y bibliográficas
Verificación	Contraste entre testimonios y fuentes formales	Fact-checking, ética y sesgos de IA
Lenguaje inclusivo	Aplicación técnica por normativa	Debate entre norma lingüística y justicia social
Visión del periodismo	Servicio público a la comunidad	Transformación social y democratización del relato

La Tabla 4 evidencia diferencias claras entre periodistas operativos y especialistas académicos. Mientras los periodistas adoptan un enfoque práctico y centrado en la experiencia directa y el servicio a la comunidad, los expertos abordan el periodismo desde una perspectiva crítica, ética y transformadora. En el uso de fuentes, los primeros recurren a testimonios y entidades oficiales, mientras que los segundos priorizan la diversidad y el análisis documental. Asimismo, la verificación para los periodistas se basa en el contraste ágil de datos, mientras que los especialistas

promueven procesos rigurosos de fact-checking. Estas diferencias reflejan tensiones entre práctica diaria y los marcos teóricos que orientan la producción informativa.

4.2. Ficha de observación

En el estudio también se aplicó la ficha de observación, con la finalidad de evaluar el nivel de objetividad y credibilidad en los contenidos informativos de las fanpages de Radio Salinas 103.3 FM y Radio Amor 89.3 FM, mediante aspectos fundamentales como: El equilibrio de fuentes, la neutralidad del lenguaje, la imparcialidad, la coherencia en los textos, la claridad en sus estructuras, entre otros aspectos que ayuden.

Tabla 5 Comparación del cumplimiento de criterios

Dimensión	Radio Salinas 103.3 FM	Radio Amor 89.3 FM	Análisis Comparativo
Equilibrio de fuentes	Cumplimiento parcial. Se incluyen fuentes, pero no siempre se presentan múltiples perspectivas visibles.	Amplia diversidad de fuentes. Se incluyen expertos, testimonios y actores múltiples.	Radio Amor presenta un enfoque más sistemático en el uso de múltiples fuentes, mientras que Radio Salinas requiere ampliar sus perspectivas.
Neutralidad del lenguaje	Lenguaje neutro y objetivo; evita carga valorativa.	Lenguaje sin sesgos; se cuida el tono informativo con responsabilidad editorial.	Ambas emisoras manejan adecuadamente el lenguaje neutral, alineándose con estándares éticos.
Veracidad o factualidad	Datos verificados antes de publicación. Se observa rigor informativo	Fuerte compromiso con la verificación de datos; alto nivel de fiabilidad.	Coinciden en mostrar buenas prácticas de veracidad, aunque Radio Amor destaca por explicarlo mejor.
Imparcialidad	No favorece posturas particulares; mantiene equilibrio en su línea editorial.	Evita favoritismos; la objetividad es valor central.	Similar compromiso con la imparcialidad, evitando posicionamientos tendenciosos.
Coherencia textual	Titulares coherentes con el	Titulares alineados con el contenido,	Consistencia editorial clara en ambos casos,

	contenido, evitando el sensacionalismo.	genera claridad para el oyente.	se privilegia la relación coherente entre el titular y contenido.
Claridad estructural	Estructura clara, con revisión previa antes de publicar	Contenido bien estructurado, se cuida redacción y coherencia.	Buena organización del contenido en ambas emisoras, con ligeras mejoras sugeridas en presentación visual.
Técnicas de verificación	Débil explicitación del proceso de verificación; fuentes no siempre citadas.	Aunque aplican verificación, no siempre citan fuentes, coincide con Radio Salinas.	Punto débil común: falta de transparencia en los mecanismos de verificación informativa.
Ausencia de sesgos	Evita lenguaje discriminatorio. Sensibilidad comunicacional adecuada.	Esfuerzo constante por eliminar sesgos de género o sociales en el discurso.	Coinciden en el uso del lenguaje inclusivo, destacando responsabilidad social en el discurso.

4.2.1. Resultado interpretativo derivado de la ficha de observación.

La tabla comparativa que ambas emisoras cumplen con los principales criterios de objetividad y credibilidad informativa, sin embargo, presentan matices distintos en su enfoque editorial.

Radio amor 89.3 FM se destaca por el uso de diverso y plural de fuentes informativas, lo cual refuerza su compromiso con la representación de múltiples voces y contribuye a una narrativa más democrática. Además, demuestra coherencia en todos los elementos observados, incluyendo claridad estructural y ausencia de sesgos.

Radio Salinas 103.3 FM, si bien mantiene su lenguaje neutral, estructuración clara y veracidad en el contenido, presenta un cumplimiento parcial en la pluralidad de fuentes, lo cual puede afectar la percepción de profundidad en sus noticias. A pesar de esto, conserva una línea editorial responsable, libre de lenguaje discriminatorio.

En conjunto, la tabla muestra que, aunque ambas fanpages están alineadas con los principios del periodismo ético, Radio Amor implementa con mayor rigurosidad de los criterios de pluralidad y contraste informativo, mientras que Radio Salinas presenta fortaleza en la neutralidad y coherencia discursiva.

4.2.2. Hallazgos del estudio

Tabla 6 Síntesis de hallazgos del estudio sobre objetividad y credibilidad en fanpages radiales.

No.	Hallazgo	Descripción
1	Compromiso con la objetividad editorial	Los periodistas y medios buscan mantener la neutralidad, evitar juicios de valor y comunicar con ética.
2	Alto cumplimiento de criterios formales en fanpages	Radio Salinas y Radio Amor cumplen con veracidad, claridad estructural y ausencia de sesgos.
3	Brecha en la diversidad y transparencia de fuentes	Poca diversidad y escasa visibilidad en la citación explícita de fuentes verificadas.
4	Enfoques diferentes entre periodistas y académicos	Los periodistas priorizan la operatividad; los expertos, la reflexión ética y el cambio social.
5	Lenguaje inclusivo aplicado de forma técnica más que crítica	Se aplica por norma más que por conciencia de representación e inclusión.
6	Procesos de verificación poco transparentes	Los métodos de verificación no son visibles ni transparentes para la audiencia.
7	Convergencia parcial entre teoría y práctica	Coherencia general entre discurso, práctica y teoría, pero aún con vacíos.
8	Las fanpages como extensión informativa poco institucionalizada	Las fanpages son informativas pero carecen de protocolos editoriales sólidos.

La tabla resume ocho hallazgos del estudio, destacando tanto fortalezas como desafíos en la práctica periodística digital. Se evidencian esfuerzos por mantener la objetividad y claridad informativa, pero también limitaciones en la verificación de datos, diversidad de fuentes y uso crítico del lenguaje inclusivo. La comparación entre

perfiles operativos y académicos revela una brecha entre la teoría y la práctica, especialmente en el contexto de redes sociales como extensión editorial.

4.2.3. Triangulación de resultados

La triangulación metodológica empleada en este estudio permitió contrastar y complementar la información obtenida.

Tabla 7 Triangulación de resultados entre entrevistas, observación directa y marco teórico.

Fuente	Resultado	Aporte a la triangulación
Entrevista en profundidad a periodistas y especialistas	Se reconocen esfuerzos deliberados por mantener un lenguaje neutral, verificar datos y evitar estereotipos; sin embargo, algunos admiten limitaciones en cuanto al tiempo o presión editorial.	Permite comprender las percepciones internas del ejercicio profesional desde la práctica cotidiana.
Ficha de observación aplicada a las fanpages de Radio Amor y Radio Salinas	Ambas emisoras evidencian cumplimiento alto en veracidad, claridad estructural y ausencia de sesgos, pero muestran debilidad en la mención explícita de las fuentes y técnicas de verificación.	Aporta evidencia empírica directa sobre cómo se refleja la objetividad en los contenidos publicados.
Marco teórico (Alarcón, 2020) (Nazareno 2023) (Van Dijk, sf)	Resaltan la importancia de la objetividad y credibilidad como base primordial del periodista y el medio de comunicación.	Establecen el fundamento robusto teórico para entender que la imparcialidad y la credibilidad no son simplemente rasgos anhelados, sino requisitos fundamentales para la práctica del periodismo profesional.

La tabla 7 evidencia una coherencia significativa entre las tres fuentes trianguladas: entrevistas, observación directa y marco teórico. Las entrevistas aportan una mirada desde la práctica periodística, donde se reconoce el esfuerzo ético de los comunicadores por mantener la neutralidad, aunque enfrentan limitaciones operativas. Esta percepción encuentra respaldo en la observación empírica: las publicaciones

analizadas reflejan niveles altos de veracidad y claridad, pero revelan vacíos en cuanto a transparencias de fuentes y métodos de verificación.

Por otro lado, el marco teórico complementa y orienta la lectura crítica de estos hallazgos, al insistir en que la objetividad no se da por sentada, sino que se construye a partir de decisiones éticas, pluralidad informativa y uso responsable del lenguaje. La triangulación, por tanto, no solo valida los hallazgos, sino que permite identificar una zona intermedia entre el ideal profesional y la práctica real, donde convergen buenas intenciones, logros verificables y desafíos persistentes para el fortalecimiento del periodismo digital en entornos locales.

5. DISCUSIÓN

Como resultado del análisis combinado de entrevistas, observaciones directas y el contexto teórico, emergen diversas consideraciones importantes:

a. **Uniformidad en la búsqueda de información objetiva:** Las personas entrevistadas subrayan la relevancia de conservar la neutralidad, el equilibrio entre fuentes y la claridad de la información. Esta intención también es evidente en los materiales revisados. Como señala Alarcón (2021), la objetividad en el periodismo no es total, pero es una clave metodológica esencial para garantizar la ética profesional.

b. **Diferencias entre lo teórico y lo práctico en la comprobación de datos:** A pesar de que quienes fueron entrevistados afirman que utilizan métodos de verificación, estos no son siempre claros ni mencionados de manera explícita en los textos. Esto concuerda con lo señalado por Metzger (2003), quien destaca que la confianza en los medios no solo depende de lo que se dice, sino también de la forma en que se demuestra la seriedad del proceso.

c. **Lenguaje periodístico como medio para la imparcialidad:** La utilización de un idioma sencillo. Libre de términos sesgados o discriminatorios, se observó con frecuencia en las dos estaciones, coincidiendo con las ideas de Van Dijk (s.f) respecto a la función del lenguaje en la difusión de ideologías. La gestión cuidadosa del discurso ayuda a conservar la impresión de neutralidad frente al público.

d. **Diferencias en el pluralismo de la información:** La variedad de fuentes se observó de forma más clara en Radio Amor, a diferencia de Radio Salinas, donde se notó una inclinación, hacia el uso frecuente de fuentes institucionales. Según lo señala la UNESCO (2021), esto puede restringir la inclusión de diversas perspectivas, afectando negativamente la esencia democrática del periodismo.

e. **Factores estructurales que restringen la calidad de la información digital:** El estudio revela que las páginas de Facebook, aunque amplían el alcance de los medios, a menudo carecen de protocolos editoriales consistentes. La urgencia por la rapidez y los algoritmos de las plataformas sociales afectan la riqueza del contenido. Esta perspectiva se alinea con lo señalado por Del Pezo (2023), quien señala que, en ausencia de controles definidos, la digitalización podría poner en riesgo los criterios periodísticos.

6. CONCLUSIONES

La objetividad periodística se evidencia como una intención compartida, tanto por periodistas como por especialistas, pero su aplicación práctica varía según el contexto profesional. Mientras los periodistas priorizan la inmediatez, los expertos insisten en marcos éticos más estructurados.

Las fanpages analizadas muestran altos niveles de coherencia discursiva, veracidad y neutralidad, lo que refuerza su credibilidad ante la audiencia. Sin embargo, persisten debilidades en la diversidad de fuentes y en la explicitación de procesos de verificación.

El uso del lenguaje inclusivo y no discriminatorio está presente, pero con diferentes motivaciones: en los medios, como cumplimiento técnico o normativo; en los expertos, como compromiso con la justicia discursiva.

Existe una brecha entre el discurso académico y la práctica periodística cotidiana, evidenciada en el tratamiento de fuentes, la estructura del mensaje y la valoración del rol del periodismo en la sociedad.

7. RECOMENDACIONES

Fortalecer los procesos de verificación y citación de fuentes en redes sociales, mediante protocolos accesibles y visibles, para garantizar la trazabilidad informativa y reforzar la confianza del público.

Fomentar capacitaciones conjuntas entre periodistas y académicos, que permitan el intercambio de saberes entre la experiencia práctica y los marcos teóricos, reduciendo así la distancia entre ambos enfoques.

Promover lineamientos editoriales sobre lenguaje inclusivo, no solo desde una perspectiva narrativa, sino con base en enfoques de derechos y representación social.

Implementar buenas prácticas de pluralidad informativa en las fanpages, incorporando sistemáticamente fuentes ciudadanas, comunitarias y académicas para enriquecer el contenido.

Aprovechar las plataformas digitales para transparentar los métodos periodísticos, por ejemplo, incorporando enlaces a fuentes, notas aclaratorias o mecanismos de corrección pública cuando sea necesario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acero, E. (14 de Mayo de 2024). *Tecnológico Universitario: Vida Nueva*. Obtenido de Calidad y credibilidad de los contenidos digitales para la educación : <https://vidanueva.edu.ec/calidad-y-credibilidad-de-los-contenidos-digitales-para-la-educacion/>
- Alarcón, P. (2021). La Objetividad y el rol periodístico de los diarios machaleños durante las campañas electorales. En P. E. Acosta, *La Objetividad y el rol periodístico de los diarios machaleños durante las campañas electorales* (pág. 5). Machala, Ecuador. Obtenido de https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16935/1/T-8707_ALARCON%20ACOSTA%20PAULINA%20ELIZABETH.pdf
- Anchundia, S. G. (2019). La Credibilidad de los Medios Digitales. En S. A. Mantuano, *La Credibilidad de los Medios Digitales Ecuatorianos: Estudio aplicado a los estudiantes de la ULEAM* (pág. 2). Manta, Manabí, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/2946/1/ULEAM-PER-0052.pdf>
- Arbulú, C. (22 de Octubre de 2023). Definición de método de investigación inductivo. *ResearchGate*, 2. doi: 10.13140/RG.2.2.28232.49925
- Arias, F. (2014). El consumo de información a través de las redes sociales. En F. A. Robles, *La credibilidad de los contenidos informativos en Internet para los 'nativos digitales': estudio de caso* (Vol. 17, pág. 880). Bogotá, Colombia. doi:10.5294/pacla.2014.17.3.13
- Berganza, R., Oller, M., & Meier, K. (2010). Los roles periodísticos y la objetividad en el periodismo político escrito suizo y español. En J. r. culture. doi:10.4185/RLCS-65-2010-914-488-502
- Brajnovic, L. (2001). La objetividad. *ISSN (Versión impresa): 1390-1079*, 2. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/160/16007402.pdf>
- Bravo, L. D., García, U. T., Hernández, M. M., & Ruiz, M. V. (13 de Mayo de 2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Metodología de investigación en educación médica*, 163. doi:2007-5057
- Calvo, C. (2014). 2.2. Antecedentes y consecuencias de la credibilidad. En C. Calvo, & V. A. Juanatey, *Credibilidad de los medios de comunicación: análisis de la prensa diaria desde el comportamiento del consumidor* (pág. 302). Coruña, España. doi:0000-0002-5470-0729
- Castro, G. G. (01 de Julio de 2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 4(3), 171. doi:10.26820/recimundo/4
- Cedeño, P. (2021). El valor del uso de datos en la credibilidad. En *PLAN V Y PRIMICIAS EC: CREDIBILIDAD Y REPUTACIÓN DEL PERIODISMO DE DATOS EN ECUADOR* (pág. 16). Manta, Manabí, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/4305/1/ULEAM-POSG-C.CD-0028.pdf>

- Del Pezo, V. (2023). Ética Periodística. *Códigos deontológicos en los contenidos informativos en Radio Salinas 103.3 FM*, 20(2), 536. doi:e-ISSN 1815-4867
- Gómez, B., & Paniagua, F. (2011). La Credibilidad de las secciones informativas en el sistema de medios español (2005 - 2011). Málaga, España. Obtenido de https://aeic.org/Tarragona/contents/comunicacions_cd/ok/320.pdf
- González, C. (1985). Aprender y enseñar el dinamismo de la comunicación discursiva, desde el Área de Lengua Castellana y Literatura. En M. C. Landa, *Aprender y enseñar el dinamismo de la comunicación discursiva, desde el Área de Lengua Castellana y Literatura* (pág. 2). Madrid, España. Obtenido de <https://www.anele.org/seminario/guiones/Carmen%20Glez.%20Landa%202007.pdf>
- González, E. (2024). Periodismo digital y la objetividad factual: Un estudio de caso del noticiero Televistazo 20h00 ecuavisa. La Libertad, Santa Elena, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/12500/1/UPSE-TCO-2025-0015.pdf>
- González, M. (2017). 4. La objetividad como método del periodismo. En M. G. Gorosarri, *Objetividad no es neutralidad: la norma objetiva como método periodístico* (Vol. 23, pág. 837). Bilbao, España. doi:23(2) 2017: 829-846
- González, M. (2017). Objetividad no es neutralidad: la norma objetiva como método periodístico. En M. G. Gorosarri, *Objetividad no es neutralidad: la norma objetiva como método periodístico* (Vol. 23, pág. 834). Bilbao, España. doi:10.5209/ESMP.58018
- Koster, C. R. (s,f). La Objetividad de la Información puesta en cuestión. En C. R. Koster, *Comunicación 14: La Objetividad de la Información puesta en cuestión* (pág. 267). Obtenido de <file:///C:/Users/chris/Downloads/Dialnet-LaObjetividadDeLaInformacionPuestaEnCuestion-2538077.pdf>
- Ley Orgánica de Comunicación. (2019). TITULO I: Disposiciones preliminares y definiciones; TITULO II: Principios y Derechos. En A. Nacional, *Ley Orgánica de Comunicación* (págs. 7 - 8). Quito.
- López, P. (s.f). Población, muestra y muestreo. En P. L. López, *Población, muestra y muestreo* (pág. 1). Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>
- Metzger, A. (2000). Percepciones de la credibilidad de la información en Internet. En A. F. Metzger, *Percepciones de la credibilidad de la información en Internet*. <http://www.jasonmorrison.net/iakm/4006074.pdf>. doi:10.1177/107769900007700304
- Metzger, M. (2003). Credibility for the 21st century: Integrating perspectives on source, message, and media credibility in the contemporary media environmet. En M.-M. R. Fernandez, *Credibilidad en la prensa online: estrategia para la diferenciación y generación de audiencias* (pág. 3). Coruña, España. doi:10.3145/epi.2020.nov.31
- Nazareno, N. (2023). Principios éticos en el tratamiento de la información en Radio Salinas 103.3 FM de la provincia de Santa Elena. En N. Nazareno, *Principios éticos en el tratamiento de la información en Radio Salinas 103.3 FM de la provincia de Santa*

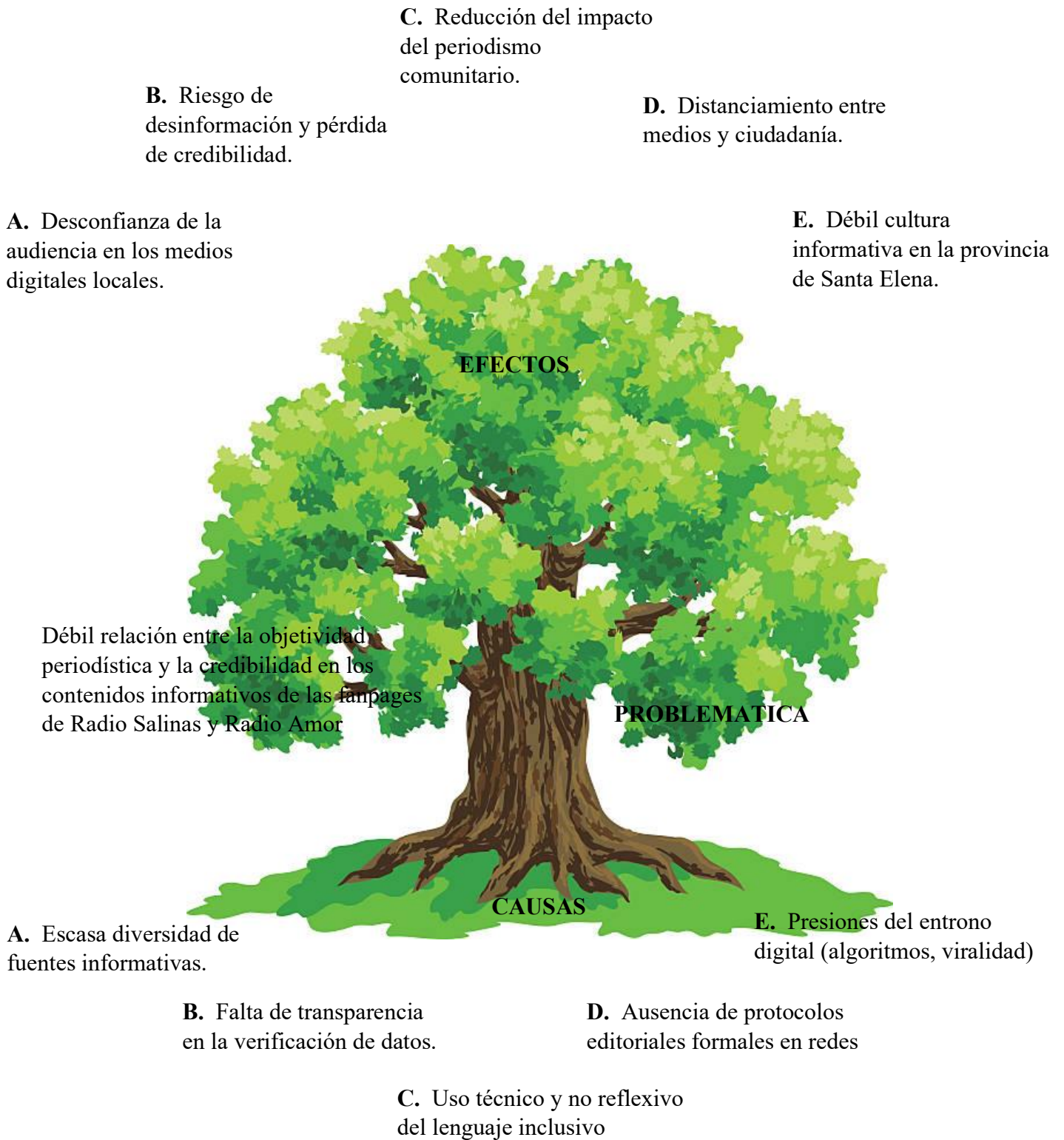
Elena (pág. 1). Santa Elena, Santa Elena, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/9119/UPSE-TCO-2023-0026.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Nereida, N. (2023). PRINCIPIOS ÉTICOS EN EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN RADIO SALINAS 103.3 FM DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. En N. N. Rosas, *PRINCIPIOS ÉTICOS EN EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN RADIO SALINAS 103.3 FM DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA*. Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9119/1/UPSE-TCO-2023-0026.pdf>
- Oller, M., Chavero, P., Ortega, E., & Pullas, T. (2014). La idea de objetividad de los periodistas. En *THE IDEA OF OBJECTIVITY IN JOURNALISTS FROM ECUADOR* (Vol. 1, pág. 238). Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/%25f/agora/files/FA-AGORA-2014-Chavero.pdf>
- Otzen, T., & Manterola, C. (19 de Diciembre de 2016). Técnicas de muestreo no probabilístico. *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*, 230. doi:35(1):227-232, 2017.
- Oyedeji, T. (2009). La credibilidad de los medios de Comunicación de masas. 26. doi:10.1590/1809-5844 20141
- Oyedeji, T. (2009). The relationship between the media channel credibility. En V. M. Cristina Calvo, *La credibilidad de los medios de Comunicación de masas: una aproximación desde el Modelo de Marca Creíble* (pág. 28). Dresden. doi:10.1590/1809-5844 20141
- Perero, J. (2023). *Contenidos informativos del noticiero según la Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 Fm. 2022*. Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9121/1/UPSE-TCO-2023-0027.pdf>
- Quími, J. (2024). LA ÉTICA PERIODÍSTICA EN EL TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL PROGRAMA “TRAS LA NOTICIA” DE RADIO RÉCORD 106.5 FM. En J. Quími. La Libertad, Santa Elena, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10705/1/UPSE-TCO-2024-0023.pdf>
- Quiroga, J. (2019). EQUILIBRIO INFORMATIVO EN LA RAZÓN Y EN PÁGINA SIETE EN LAS ELECCIONES GENERALES DE 2014. En J. Q. Moscoso, *EQUILIBRIO INFORMATIVO EN LA RAZÓN Y EN PÁGINA SIETE EN LAS ELECCIONES GENERALES DE 2014* (pág. 29). Cochabamba, Bolivia. doi:ISSN 1815-0276
- Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación. (2023). TITULO II: De La Autorregulación De Los Medios de Comunicación. En P. G. Mendoza, *Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación* (págs. 4 - 5). Quito.
- Reyna, V. (2017). La objetividad y la anarquía de los eventos. En V. H. García, *Objetividad y conteo de cuerpos en el periodismo sonorensé* (pág. 96). Ciudad de México. doi:10.22201/fcpys.2448492xe.2018.233.58859

- Rodrigo, I. (s.f). Credibilidad y opinión pública. En I. R. Mendizábal, *Calidad Informativa: Credibilidad de Medios y Periodistas en el Ecuador* (pág. 57). Quito. doi:ISSN: 1390-5619
- Romero, M. M., León, R. R., Hoces, W. B., Carrasco, R. L., Carranza, C. M., & Acobo, R. C. (2023). Técnicas e Instrumentos de Investigación. En M. M. Romero, R. R. León, W. B. Hoces, R. L. Carrasco, C. M. Carranza, R. C. Acobo, & W. S. Flores (Ed.), *Metodología de la Investigación* (pág. 43). Perú: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. doi:10.35622/inudi.b.080
- Santos, K. (2012). El diario Súper y su incidencia en el comportamiento psicosocial de los habitantes del cantón La Libertad en el primer semestre del 2011. La Libertad, Santa Elena, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/664/1/TESIS%20KARINA%20SANTOS.pdf>
- Santos, N. T. (2018). Diseño de investigación cualitativa. En C. E. Suárez, *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica* (Ediciones UTMACH ed., pág. 46). Machala, Ecuador. doi:978-9942-24-092-7
- Serrano, J. (2017). II. ESTADO DE LA CUESTIÓN. En J. Serrano-Puche, *CREDIBILIDAD Y CONFIANZA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: UN PANORAMA DE LA SITUACIÓN EN ESPAÑA* (pág. 3). Madrid, España: Tecnos. Obtenido de <file:///C:/Users/chris/Downloads/SERRANOPUCHE.LaconfianzaenlosmediosdecomunicacionenEspaa.pdf>
- Soto, T., & Jhoan, S. (30 de Noviembre de 2013). *KONRAD LORENZ*. Obtenido de Diseño Fenomenológico: <https://repositorio.konradlorenz.edu.co/micrositios/001-2076/story.html>
- Tomasi, G. (2005). La "objetividad" del género informativo. En G. Tomasi. Rosario, Argentina. Obtenido de <https://rephip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/4242d99b-8f38-4fcb-89d5-34dbb43a3784/content>
- Van Dijk. (s.f). El "Yo" en el periodismo. En J. Restrepo, *La Objetividad Periodística: Utopía y realidad* (pág. 3). Quito: Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui. doi:ISSN 1390 - 1079
- Vásconez, I. (s.f). La Credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: Reflejo de un Periodismo de Calidad. En I. V. Dávalos, *La Credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: Reflejo de un Periodismo de Calidad* (pág. 342). Quito. doi:ISSN: 1390-5619

ANEXOS

Anexo 1. Árbol del problema



Anexo 2. Instrumentos validados y debidamente firmados

INSTRUMENTO

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: La objetividad periodística y la credibilidad en los contenidos informativos de la fanpages de radio Salinas y radio Amor, en el año 2024

Objetivo: Examinar las percepciones, criterios y experiencias del equipo periodístico de Radio Salinas y Radio Amor respecto a la implementación de los principios de imparcialidad informativa en los materiales que difunden en sus páginas de fanpages, así como su evaluación de cómo estas acciones afectan la confianza que percibe la audiencia.

Entrevistado:

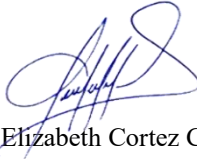
Cargo:

Especialidad:

Entrevistador:

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente Objetividad Periodística	¿Qué tipos de fuentes informativas utilizan con mayor frecuencia al redactar contenidos para la fanpages?		
	¿Qué criterios emplea para garantizar un lenguaje neutral y no sesgado en sus publicaciones?		
	¿Qué métodos o herramientas aplican para verificar la información antes de publicarlas en redes sociales?		
	¿De qué manera aseguran que los temas o actores involucrados en una noticia tengan una cobertura equilibrada en términos de espacio y tiempo?		
Variable Dependiente Credibilidad en los contenidos informativos	¿Cómo aseguran la coherencia entre el titular y el desarrollo en las noticias en las publicaciones de la fanpages?		
	¿Qué tipos de recursos retóricos o estilísticos emplean para captar la atención del público en redes sociales?		
	¿Cómo estructuran los contenidos en las fanpages para facilitar la comprensión por parte de la audiencia?		

	¿Tienen políticas o criterios para evitar el uso de lenguaje que pueda ser considerado discriminatorio o excluyente?		
--	--	--	--



Lcda. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Msc.

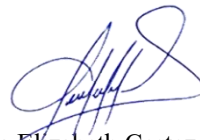
Juez Experto
C.I: 0918988312

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		La objetividad periodística y la credibilidad en los contenidos informativos en la fanpages de la radio Salinas y radio Amor, en el año 2024															
AUTOR:		Muñoz Rodríguez Steven Gabriel															
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	
Objetividad Periodística	Equilibrio de las fuentes de información	Variedad de fuentes	¿Qué tipo de fuentes informativas utilizan con mayor frecuencia al redactar contenidos para la fanpages?	X					X		X		X		X		
	Neutralidad en el lenguaje	Uso del lenguaje inclusivo	¿Qué criterios emplea para garantizar un lenguaje neutral y no sesgado en sus publicaciones?	X					X		X		X		X		
	Factualidad o veracidad	Técnicas de verificación	¿Qué métodos o herramientas aplican para verificar la información antes de publicarlas en redes sociales?	X					X		X		X		X		
	Imparcialidad	Equilibrio en el tiempo y espacio asignado	¿De qué manera aseguran que los temas o actores involucrados en una noticia tengan una cobertura equilibrada en términos de espacio y tiempo?	X					X		X		X		X		
Credibilidad en los contenidos	Exactitud y precisión	Coherencia en los textos informativos	¿Cómo aseguran la coherencia entre el titular y el desarrollo en las noticias en las publicaciones?	X					X		X		X		X		

			de la fanpages?														
	Dinamismo comunicativo	Uso de elementos retóricos	¿Qué tipos de recursos retóricos o estilísticos emplean para captar la atención del público en redes sociales?	x				x		x			x			x	
	Calidad percibida	Claridad estructural del mensaje	¿Cómo estructuran los contenidos en las fanpages para facilitar la comprensión por parte de la audiencia?	x				x		x			x			x	
	Equidad y ausencia de sesgos	Ausencia del lenguaje discriminatorio	¿Cómo estructuran los contenidos en las fanpages para facilitar la comprensión por parte de la audiencia?	x				x		x			x			x	

La Libertad 22 de mayo del 2025



Lcda. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Msc.

Juez Experto
C.I:0918988312

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – escribir la variable independiente

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																			100	
2.	Objetividad	Expresa conductas observables																			100	
3.	Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																			100	
4.	Organización	Organización lógica entre sus ítems																			100	
5.	Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																			100	
6.	Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																			100	
7.	Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																			100	
8.	Coherencia	Relación en variables e indicadores																			100	
9.	Metodología	Adecuada y responde a la investigación																			100	

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

La Libertad 22 de mayo del 2025



Lcda. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Msc.

Juez Experto
C.I:0918988312

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Muñoz Rodríguez Steven Gabriel		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La objetividad periodística y la credibilidad en los contenidos informativos en la fanpages de la radio Salinas y radio Amor, en el año 2024		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Examinar las percepciones, criterios y experiencias del equipo periodístico de Radio Salinas y Radio Amor respecto a la implementación de los principios de imparcialidad informativa en los materiales que difunden en sus páginas de fanpages, así como su evaluación de cómo estas acciones afectan la confianza que percibe la audiencia.	
Dirigido a:	Periodista del medio radial: Radio Salinas	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Cortez Clavijo Paola	
Documento de identidad:	0918988312	
Grado académico:	Licenciada en Comunicación, Máster en Administración de Empresas, PhD en Educación.	
Especialidad:	Experiencia Profesional en Comunicación, Educación y Proyectos	
Experiencia profesional (años): 18 años de experiencia		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No aplicable
Sugerencia:		

La Libertad 22 de mayo del 2025



Lcda. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Msc.

**Juez Experto
C.I:0918988312**

INSTRUMENTO

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: La objetividad periodística y la credibilidad en los contenidos informativos de la fanpages de radio Salinas y radio Amor, en el año 2024

Objetivo: Examinar las percepciones, criterios y experiencias del equipo periodístico de Radio Salinas y Radio Amor respecto a la implementación de los principios de imparcialidad informativa en los materiales que difunden en sus páginas de fanpages, así como su evaluación de cómo estas acciones afectan la confianza que percibe la audiencia.

Entrevistado:

Cargo:

Especialidad:

Entrevistador:

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente Objetividad Periodística	¿Cómo se tiene que elegir las fuentes para garantizar una diversidad o equilibrio informativo?		
	¿Se debe tomar en cuenta el uso del lenguaje inclusivo al momento de elaborar noticias? ¿Por qué?		
	¿Es importante tener protocolos para mejorar noticias erradas? Si es así, ¿Cómo se los aplicaría?		
	¿Es necesario equilibrar el interés del público con la finalidad de mantener la neutralidad editorial?		
Variable Dependiente Credibilidad en los contenidos informativos	¿Qué tácticas se tiene que utilizar para impedir ambigüedades o contradicciones en las redacciones de las noticias?		
	¿Considera usted que estas tácticas ayuden a mejorar la comunicación en los contenidos informativos o logran influir en la imparcialidad en lo antes mencionado?		
	¿Qué criterios se deben de utilizar para evaluar si el texto informativo es fácil de entender, directo y claro para la audiencia local?		

	Desde su experiencia en el área de comunicación, ¿Ha confrontado críticas o situaciones relacionadas con el lenguaje parcial empleados en los contenidos informativos?		
--	--	--	--



Lcda. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Msc.

Juez Experto
C.I: 0918988312

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		La objetividad periodística y la credibilidad en los contenidos informativos en la fanpages de la radio Salinas y radio Amor, en el año 2024															
AUTOR:		Muñoz Rodríguez Steven Gabriel															
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	
Objetividad Periodística	Equilibrio de las fuentes de información	Variedad de fuentes	¿Cómo seleccionan a las fuentes para asegurar un equilibrio informativo?	X					X		X		X				
	Neutralidad en el lenguaje	Uso del lenguaje inclusivo	¿Considera el uso del lenguaje inclusivo al momento de redactar noticias? ¿Por qué?	X					X		X		X				
	Factualidad o veracidad	Técnicas de verificación	¿Tienen protocolos para corregir noticias incorrectas? ¿Cómo los aplican?	X					X		X		X				
	Imparcialidad	Equilibrio en el tiempo y espacio asignado	¿Cómo equilibran el interés del público con la necesidad de mantener imparcialidad editorial?	X					X		X		X				
Credibilidad en los contenidos informativos	Exactitud y precisión	Coherencia en los textos informativos	¿Qué estrategias utilizan para evitar ambigüedades o contradicciones dentro de un mismo texto informativo?	X					X		X		X				

Dinamismo comunicativo	Uso de elementos retóricos	¿Consideran que estos elementos ayudan a comunicar mejor el contenido o pueden afectar la objetividad?	x					x		x			x		x	
Calidad percibida	Claridad estructural del mensaje	¿Qué criterios se usan para determinar si un mensaje es claro, directo y comprensible para el público local?	x					x		x			x		x	
Equidad y ausencia de sesgos	Ausencia del lenguaje discriminatorio	¿Han enfrentado críticas o situaciones relacionadas con sesgos en el lenguaje utilizado en sus contenidos?	x					x		x			x		x	



Lcda. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Msc.

Juez Experto
C.I:0918988312

La Libertad 22 de mayo del 2025

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – escribir la variable independiente

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	
10. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100	
11. Objetividad	Expresa conductas observables																				100	
12. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				100	
13. Organización	Organización lógica entre sus ítems																				100	
14. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				100	
15. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				100	
16. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																				100	
17. Coherencia	Relación en variables e indicadores																				100	
18. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																				100	

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

La Libertad 22 de mayo del 2025



Lcda. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Msc.

Juez Experto
C.I:0918988312

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Muñoz Rodríguez Steven Gabriel		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La objetividad periodística y la credibilidad en los contenidos informativos en la fanpages de la radio Salinas y radio Amor, en el año 2024		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Examinar las percepciones, criterios y experiencias del equipo periodístico de Radio Salinas y Radio Amor respecto a la implementación de los principios de imparcialidad informativa en los materiales que difunden en sus páginas de fanpages, así como su evaluación de cómo estas acciones afectan la confianza que percibe la audiencia.	
Dirigido a:	Periodista del medio radial: Radio Amor	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Cortez Clavijo Paola	
Documento de identidad:	0918988312	
Grado académico:	Licenciada en Comunicación, Máster en Administración de Empresas, PhD en Educación.	
Especialidad:	Experiencia Profesional en Comunicación, Educación y Proyectos	
Experiencia profesional (años):	18 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No aplicable
Sugerencia:		

La Libertad 22 de mayo del 2025



Lcda. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Msc.

Juez Experto
C.I: 0918988312

INSTRUMENTO

Técnica: Observación

Instrumento: Ficha de observación

Tema: La Objetividad Periodística y la Credibilidad en los Contenidos Informativos de la Fanpage de Radio Salinas y Radio Amor en el año 2024

Objetivo: Evaluar el nivel de imparcialidad en el periodismo y la fiabilidad de la información en las publicaciones de las páginas de Facebook de Radio Salinas y Radio Amor, mediante la revisión metódica de aspectos como la diversidad de fuentes, la autenticidad de los datos, la objetividad, del lenguaje y la organización clara del contenido.

DIMENSIONES	ÍTEM DE OBSERVACIÓN	SI	NO	OBSERVACIÓN
Equilibrio de fuentes	¿Se incluye al menos dos fuentes con perspectivas distintas?			
Neutralidad del lenguaje	¿El lenguaje es descriptivo, sin carga valorativa o emocional?			
Veracidad o factualidad	¿Se presentan datos verificables o evidencias comprobables?			
Imparcialidad	¿Se evita favorecer una postura o interés específico?			
Coherencia textual	¿El titular se relaciona directamente con el contenido?			
Claridad estructural	¿La información está bien organizada, clara y precisa?			

Técnicas de verificación	¿Se menciona la comprobación de datos o el contraste de versiones?			
Ausencia de Sesgos	¿Se evita el uso de estereotipos o lenguaje discriminatorio?			

La Libertad 22 de mayo del 2025



Lcda. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Msc.

Juez Experto
C.I: 0918988312

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		La objetividad periodística y la credibilidad en los contenidos informativos en la fanpages de la radio Salinas y radio Amor, en el año 2024															
AUTOR:		Muñoz Rodríguez Steven Gabriel															
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	
Objetividad Periodística	Equilibrio de las fuentes de información	Variedad de fuentes	¿Se incluye al menos dos fuentes con perspectivas distintas?	X					X		X		X		X		
	Neutralidad en el lenguaje	Uso del lenguaje inclusivo	¿El lenguaje es descriptivo, sin carga valorativa o emocional?	X					X		X		X		X		
	Factualidad o veracidad	Técnicas de verificación	¿Se presentan datos verificables o evidencias comprobables?	X					X		X		X		X		
	Imparcialidad	Equilibrio en el tiempo y espacio asignado	¿Se evita favorecer una postura o interés específico?	X					X		X		X		X		

Credibilidad en los contenidos informativos	Exactitud y precisión	Coherencia en los textos informativos	¿El titular se relaciona directamente con el contenido?	X				X		X		X		X	
	Dinamismo comunicativo	Uso de elementos retóricos	¿La información está bien organizada, clara y precisa?	X				X		X		X		X	
	Calidad percibida	Claridad estructural del mensaje	¿Se menciona la comprobación de datos o el contraste de versiones?	X				X		X		X		X	
	Equidad y ausencia de sesgos	Ausencia del lenguaje discriminatorio	¿Se evita el uso de estereotipos o lenguaje discriminatorio?	X				X		X		X		X	

La Libertad 22 de mayo del 2025



Lcda. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Msc.

Juez Experto
C.I: 0918988312

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – escribir la variable independiente

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	
19. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100	
20. Objetividad	Expresa conductas observables																				100	
21. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				100	
22. Organización	Organización lógica entre sus ítems																				100	
23. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				100	
24. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				100	
25. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																				100	
26. Coherencia	Relación en variables e indicadores																				100	
27. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																				100	

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

La Libertad 22 de mayo del 2025



Lcda. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Msc.

Juez Experto
C.I: 0918988312

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Muñoz Rodríguez Steven Gabriel		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La objetividad periodística y la credibilidad en los contenidos informativos en la fanpages de la radio Salinas y radio Amor, en el año 2024		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Evaluar el nivel de imparcialidad en el periodismo y la fiabilidad de la información en las publicaciones de las páginas de Facebook de Radio Salinas y Radio Amor, mediante la revisión metódica de aspectos como la diversidad de fuentes, la autenticidad de los datos, la objetividad, del lenguaje y la organización clara del contenido.	
Dirigido a:		
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Cortez Clavijo Paola	
Documento de identidad:	0918988312	
Grado académico:	Licenciada en Comunicación, Máster en Administración de Empresas, PhD en Educación.	
Especialidad:	Experiencia Profesional en Comunicación, Educación y Proyectos	
Experiencia profesional (años):	18 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No aplicable
Sugerencia:		

La Libertad 22 de mayo del 2025



Lcda. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Msc.

Juez Experto
C.I: 0918988312

Anexo 3. Registro de tutorías realizadas en el proceso de titulación

TUTORIA 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA; ANTECEDENTES, FORMULACIÓN DEL PROBLEMA, PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN, OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICO.

Modalidad: Presencial

Total, De Estudiantes: 3



TUTORIA 2: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA; JUSTIFICACIÓN, HIPÓTESIS, CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS VARIABLES DE ESTUDIO.

Modalidad: Presencial

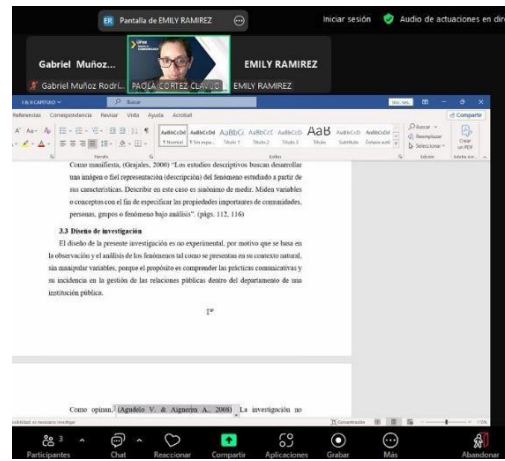
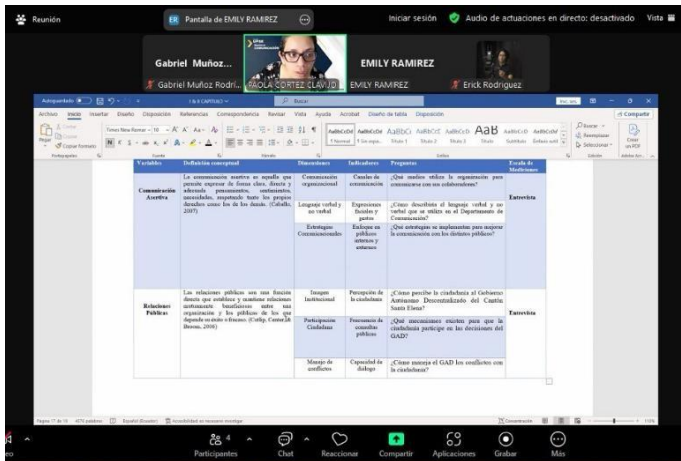
Total, De Estudiantes: 3



TUTORIA 3: MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL; CONOCIMIENTO ACTUAL, FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y CONCEPTUAL.

Modalidad: Virtual

Total, De Estudiantes: 3



TUTORIA 4: MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL; MARCO LEGAL.

Modalidad: Presencial

Total, De Estudiantes: 3



TUTORIA 5: MARCO METODOLÓGICO; ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN, TIPO DE INVESTIGACIÓN, DISEÑO DE INVESTIGACIÓN, ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN, OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES, POBLACIÓN, MUESTRA Y PERIODO DE ESTUDIO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN.

Modalidad: Presencial

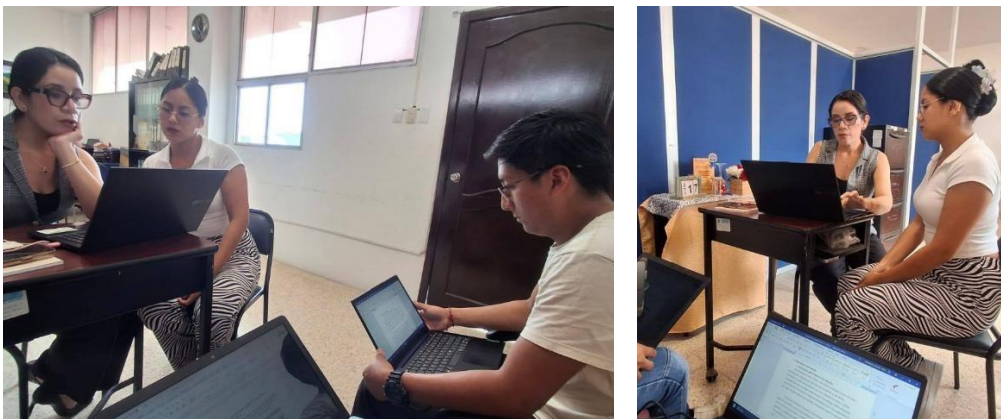
Total, De Estudiantes: 3



TUTORIA 6: ANÁLISIS DE RESULTADOS; DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, RESUMEN E INTRODUCCIÓN, REFERENCIAS Y ANEXOS.

Modalidad: Presencial

Total, De Estudiantes: 3



Anexo 4. Entrevistas y fichas de observación aplicadas

ENTREVISTAS APLICADAS

➤ Entrevista 1:

Pregunta 1:

- *¿Qué tipos de fuentes informativas utilizan con mayor frecuencia al redactar contenidos para la fanpages?*

Para entender primero todo lo que se sube a la fanpages de la radio lo maneja un equipo que es el equipo de redes sociales, obviamente ellos aparte de tener formación en redes, tienen una formación previa, periodística, también licenciados en comunicación, pero se entenderá que es una rama bastante amplia y que tienen la posibilidad de aprender otras cosas también.

Sin embargo, las fuentes o las referencias que mayormente se utilizan aquí, en su mayoría son fuentes directas cuando se trata de noticias locales. La comandancia de la policía de aquí y en temas que son ya de coyuntura nacional siempre las fuentes que nosotros usamos para los contenidos en redes son también los medios nacionales, obviamente los que tengan mayor credibilidad.

Pregunta 2:

- *¿Qué criterios emplea para garantizar un lenguaje neutral y no sesgado en sus publicaciones?*

Siempre tratamos de manejarlo verificando ambas partes si es que hay un caso en específicos siempre tratando de mostrar las dos versiones como decimos también, siempre manejándonos bajo esa premisa.

Pregunta 3:

- *¿Qué métodos o herramientas aplican para verificar la información antes de publicarlas en redes sociales?*

Como te decía al inicio, también utilizamos fuentes abiertas en el tema de la policía, nosotros la consideramos como una fuente oficial, ministerio del interior y todas las entidades que existan al nivel del país, una vez que se verifica si es que ellos han confirmado la noticia, allí si nosotros procedemos a la publicación, porque hay un proceso para la publicación, ósea primero es la investigación, la reporteria que se hace, a veces local, a veces solo externa, directa, indirecta y de allí si se pasa la publicación que también pasa por la revisión de un equipo, no es que una persona de una noticia la redacta y la sube, si hay un proceso para todo eso.

Pregunta 4:

- *¿De qué manera aseguran que los temas o actores involucrados en una noticia tengan una cobertura equilibrada en términos de espacio y tiempo?*

Mira, nos pasó una vez que tratamos un tema de, creo que fue un accidente de tránsito y justo nos estaban escuchando los involucrados, cuando se da este tema, por ejemplo, de

accidentes de tránsito, los datos que nosotros manejamos lo llamamos datos preliminares porque llegamos al momento, no sé, está allí los dos vehículos involucrados pero hay una versión, hay otra versión: no es que yo me pase la roja, no es que tu te pasaste... entonces, hay datos que son preliminares y esos datos no son confirmados de momento hasta que se da un proceso también de investigación de parte de la comisión de tránsito, la oficina de investigación de agente de tránsito, la IOA todos ellos tienen que intervenir después, pero cuando nosotros estamos haciendo el proceso de transmisión en vivo, por ejemplo, son datos preliminares, entonces pasó que después nosotros retransmitíamos esa información y nos estaban escuchando los involucrados y decían una versión en la transmisión y después en la audiencia se determinó otra cosa, entonces ¿qué pasó?, tuvieron que venir a su derecho, que en este caso se llama derecho a la réplica y también hay un derecho que se llama derecho a la contrarréplica, es decir, hay una versión se menciona a una persona o un caso alguien se siente afectado, solicita el derecho a la réplica, se lo damos, en la misma hora y en el mismo tiempo.

Si a la persona que inició, no quiero decir la pelea, pero la noticia se le dieron 30 minutos, cuando se pide el derecho a la réplica a esa persona también se le dan 30 minutos. Y después existe otro derecho que se llama derecho a la contrarréplica, es decir, vuelven a responder a quien hace la réplica y también se le da el mismo tiempo y allí se termina nuestro trabajo y en esa parte tratamos de manejar el tema de equilibrio de ambos lados.

Pregunta 5:

- *¿Cómo aseguran la coherencia entre el titular y el desarrollo en las noticias en las publicaciones de la fanpages?*

Yo creo que no es complicado, eso es algo que ya no solo nos enseñan en las universidades, sino que también es un poco de sentido común tener coherencia entre el titular y el contenido, aunque es muy cierto que a veces el tema del amarillismo puede surgir y a veces se puede tergiversar la situación, pero creo que también depende del estilo que utilice cada medio y en nuestro caso, si te fijas el amarillismo casi no permitimos.

Pregunta 6:

- *¿Qué tipos de recursos retóricos o estilísticos emplean para captar la atención del público en redes sociales?*

Como te decía, en nuestro estilo siempre hemos tratado de manejar un espacio muy formal en la medida de lo posible aunque a veces entenderás que en una provincia como la nuestra no es muy sencillo a veces tener ese tipo de producciones de alta gama quizás, pero tratamos de ser lo posible por mejorar cada día.

Pregunta 7:

- *¿Cómo estructuran los contenidos en las fanpages para facilitar la comprensión por parte de la audiencia?*

Por ejemplo, hay ocasiones en las que publicamos videos, hay ocasiones en la que solo publicamos fotografías y depende también mucho de las redes sociales a las que van a ser publicadas, entonces creo que en eso nos fijamos básicamente.

Pregunta 8:

- *¿Tienen políticas o criterios para evitar el uso de lenguaje que pueda ser considerado discriminatorio o excluyente?*

Totalmente, creo que eso lo sabe muy bien el equipo que hace las redacciones y además de que si te has fijado o si se han fijados todos, que las redes sociales horita son un poquito más meticulosas con ese tema, y hay una estrategia que nosotros aplicamos, por ejemplo, cuando hay un tema de asaltos, robos o secuestros que son los términos un poquito más fuertes que usamos, nunca ponemos la palabra como tal, sino que en lugar de o por ejemplo ponemos el cero, cuando decimos asalto en lugar de la a ponemos el cuatro, entonces así tratamos también de despistar a Facebook que es el que a veces nos baja publicaciones y sobre todo TikTok, nos baja publicaciones que son de este carácter, pero nunca lo hacemos con el objetivo de hacer la difusión al hecho delictivo sino de informar pero a veces Facebook no lo ve así sino que lo ve como una amenaza, entonces nosotros hemos tratados de aplicar esas estrategias.

➤ Entrevista 2:

Pregunta 1:

- *¿Qué tipos de fuentes informativas se deben de utilizar con mayor frecuencia al redactar contenidos para la fanpages?*

Hay un punto de partida que se habla sobre la condición de multi fuentistas, la cual debe trabajar con diversas fuentes que van a permitir crear un trabajo sostenido en la estación de radio, para entender siempre la fuente el tipo de radio la cual yo trabajo, ¿Qué es lo que yo necesito trabajar?, por ejemplo si mi radio es netamente informativas, netamente noticiosas pero si mi radio es cultural, mi radio es musical, entonces los contenidos y las fuentes van a ser diversas, entonces lo que es la parte de los contenidos informativos siempre van a buscar referentes que sean gubernamentales que son necesarias para entender un poco los procesos que se van tomando en el devenir de la historia porque son a través de estas fuentes que podemos conseguir información de primera.

Pero también hay otra fuente que esta siempre constante en todo tiempo que es la fuente del trabajo que se lo realiza en el campo, cuando yo voy al lugar de los hechos y en el lugar de los hechos puedo imprimir y evidenciar procesos, contextos que se desarrollan en esos sectores, yo puedo contar esas historias a la gente, eso es importante poder manejar, entonces es generar este tipo de información es elemental porque a través de ella podemos nosotros determinar con claridad y con exactitud como se están desafiando los comportamiento sociales, como se desarrollan los hechos sin tener que inventarme nada yo, sino que simplemente observando yo, mirando y dando conocer hechos reales y no puedo de pronto tener una fuente porque un compañero me dijo que esto está ocurriendo, que esto está pasando, yo tengo que contrarrestar las fuentes informativas para poder tener un hecho noticioso real, un hecho noticioso creíble, que me de alguna certeza de que la radio son elementos de bastante fiabilidad.

Pregunta 2:

- ***¿Qué criterios se deben de emplear para garantizar un lenguaje neutral y no sesgado en las publicaciones?***

Es imprescindible en realidad utilizar un lenguaje entendible, un lenguaje coloquial en el cual podamos trabajar nosotros de manera relacional con la gente, con nuestros oyentes, que ellos nos puedan entender lo que nosotros estamos hablando, porque nosotros usamos tecnicismo y usamos de pronto palabras que no van a conocer nuestros oyentes, de pronto van a decir que no entienden lo que están diciendo ahora, entonces ¿Qué voy a hacer? Voy a buscar otra emisora, otro lugar donde se pueda entender lo que se está diciendo. Entonces el lenguaje generalmente se lo utiliza en que es igual, también vamos a terminar que el lenguaje va a ser utilizado siempre comprendiendo que es lo que la radio necesita, que programa necesita también, ¿Qué requiere el programa?, si el programa requiere solo información económica, o solo información política pero también el programa informativo requiere de información deportiva, de farándula o crónica roja, la crónica roja realmente ha estado en todos lados, prácticamente los medios de comunicación se sostienen a través de la crónica roja y por supuesto que hay que saberlo a manejar, entender y darla a conocer de manera correcta, entonces todo esto va a determinar, si se puede analizar entre un medio y otro medio como manejan este léxico, se encuentra diferencia, quienes ejercen el periodismo en realidad van a topar estos problemas con mucha técnica, con mucho compromiso y con mucho empoderamiento social, quienes no tengan conocimiento de publicaciones van a copiar y a pegar lo que venga a mostrar las cosas lo más acertado que puedan ver. Entonces nuestro propósito de trabajar como periodistas profesionales es hacer entender que la realidad en la cual nosotros estamos inmersos tiene que denotar comportamientos culturales, expresiones propias de los sectores y medio en la cuales se desenvuelven y desarrollan para poderlo dar a conocer, claro, se tiene que utilizar un lenguaje entendible, comprensible pero no apartado de la realidad.

Pregunta 3:

- ***¿Qué métodos o herramientas aplican para verificar la información antes de publicarlas en redes sociales?***

Hay aspectos que tenemos que tomarlos en cuenta, para nosotros realmente aquí un tema que se habla mucho es un tema sobre la objetividad y la credibilidad en la fanpages, ¿Qué significa esto?, ¿Cómo podemos ser nosotros creíbles?, ¿Cómo podemos generar credibilidad?, primero consultar las páginas porque deseamos ver, verificar fuentes reales, por eso el periodista no es el quien sabe todo definitivamente, pero es el que sabe dónde está lo que realmente necesitamos para poder aprovechar y poder entregar a la sociedad.

¿Qué hacer con esto?, buscar la forma en la cual nosotros podamos contrarrestar información, contraponer una información con otra, relacionar, mirar y sobre todo comprobarlo porque hay páginas que por subir de rating ponen cualquier cosa, ponen cualquier situación en la página y empiezan a darle y a darle, pero si ustedes se ponen a revisar van a buscar informativos de trayectorias por ejemplo, en radio Salinas, conozco radio Amor porque es una radio muy seria, que tiene ya años de trabajo y que es conocida por un gran profesional como lo es el licenciado Milton Marcos González Santos y

cuando emite una información siempre la emite comprobando, claro que la información todo el tiempo, sobre todo cuando hay eventos de protestas sociales, se busca la fuentes oficiales como la policía nacional, a través de buscar fuentes oficiales yo puedo ir contrarrestando lo que realmente dice la gente y lo que realmente es ideal.

Entonces para eso tengo que ver quién me puede dar información real sobre un hecho, está el comandante de la policía que es el que nos puede ayudar o la persona que ejerce jurisdicción en un determinado lugar, el alcalde, el prefecto, son fuentes oficiales, son voces oficiales de alguna forma van determinando ya no vacíos en las historias, sino van determinando coyunturas reales, hechos reales, relatando hecho de cómo se van suscitando. Lo más importante y para evitar esto es buscar la forma de contrastar la información utilizando la multimedia, los hipervínculos que enriquecen o validan la información, necesitamos fuentes primarias o entrevistas o datos oficiales y secundarias que son reconocidas.

Pregunta 4:

- *¿De qué manera aseguran que los temas o actores involucrados en una noticia tengan una cobertura equilibrada en términos de espacio y tiempo?*

Para generar un informativo debemos tener información, un programa, tenemos que recurrir a un elemento de la administración que es muy importante y este elemento de la administración se llama planificación, tengo que planificar yo el programa de mañana el día de hoy para que salga mañana bien, tengo que planificar incluso los programas de la próxima semana, haciendo una agenda la cual yo vaya determinando espacios para tratar temas de interés, ¿Cómo planifico yo?, primero que está aconteciendo en este momento y que es de tal importancia que se ha tratado, yo reviso, miro la información, cuáles son los temas, la seguridad por ejemplo, ¿Qué está pasando en temas de inseguridad?, este tema es importante, vamos a buscar primero en las primeras páginas sobre los elementos que vamos a hablar va a ser sobre la inseguridad.

Podemos tratar temas por ejemplo en la asamblea de que se acaba de aprobar una ley sobre inteligencia artificial en las cuales los periodistas tenemos muchos espacios propios que no nos permite mejorar las expresiones de manera directa, entonces todo esto hay que ir considerando a la hora de dicha alimentación, cuando yo planifico, digo que este tema es importante y voy a darle 3 o 4 minutos más y también voy a hablar sobre un problema que se dio del barrio del problema del agua, como es un tema local y la radio es local de pronto diez minutos en radio serán suficiente o hasta quince minutos pero ojo, hay que cuidar los tiempos en radio, el tiempo en radio es oro, no podemos pasarnos con un tema todo el programa. Ya de manera profesional tenemos que hablar planificando o la planificación que se estructura en base a los comportamientos de los hechos a los sucesos de manera importante que nos van a permitir a nosotros trabajar en que la gente también está interesada en escuchar, la gente no quiere escuchar solo una cosa, quiere escuchar de todo.

Sin planificación no hay información, no hay un programa, la información está en todo el tiempo pero el programa informativo se va a ser siempre y cuando yo lo planifique. Y para planificar hay que mirar lo que está pasando, escuchar los hechos más importantes y a través de eso ir clasificando uno, dos, tres y cuatro, ir clasificando los temas que me

van a dar mayor aceptación de la audiencia y cuando usted empieza bien, el programa va de largo y lo escuchan todo, pero sí de entrada usted pone un programa que de pronto no llama mucho la atención, entonces la gente no lo escucha.

Pregunta 5:

- *¿Cómo aseguran la coherencia entre el titular y el desarrollo en las noticias en las publicaciones de la fanpages?*

La intención es la misma de generar un programa y que esta esté planificada, la coherencia del tema con los apartados que tiene con el desarrollo de las noticias no puede apartarse del tema, tienen que mantener una realidad desde el principio hasta el final. Desde cuando yo empiezo a redactar noticias, cuando hago después el desarrollo de la noticia y cuando hago la conclusión del tema que yo estoy tratando, ¿Cuál es el nexo que ocupan para que nuestra historia que voy a contar en la noticia obviamente tenga esa aceptación? Tiene que tener interés, tiene que ser con tema de actualidad, entonces a través de estos temas voy a ir desarrollando los hechos que se van ocurriendo, entonces ¿Por qué es importante la información?, porque de pronto está atentando contra la vida de las personas, voy a ver qué pasa cuando hay ese lugar, que sienten las personas cuando vamos a trabajar, el interés, la actualidad, la novedad son parte fundamental de la estructura.

Preguntas 6:

- *¿Qué tipos de recursos retóricos o estilísticos emplean para captar la atención del público en redes sociales?*

Lo más importante del trabajo en lo que es los recursos, está en visualizar esa notoriedad y esa novedad, que los hechos están desarrollados, que voy a poder crear una narrativa de construcción y sobre todo pueda encontrar receptores, y encontrar gente que sea fiel a lo que yo voy a hablar, entonces los recursos está primero en entender el comportamiento de las personas, entender sus necesidades, entender lo que ellos necesitan para que a través de esto poder escribir o empezar a detallar hechos o suceso de una nueva historia que interesen, como el ámbito informativo, deportivo, cultura, el ámbito internacional, entonces hechos que interesen a la gente que nos van a permitir poder conducta diferente.

Recursos de la parte literaria, hay lo que conocemos como los recursos de la metáfora, la hipérbole, la ironía, cuando topamos estos temas y a través de ellos juegan un papel importante en lo que es el periodismo, ¿Por qué razón?, porque cuando por ejemplo, es creíble y va a genera información pero si genera una información falsa va a caer en un plano de no ser creíble, pero si usted genera un plano lo van a escuchar y le van a seguir. Usted está en el lugar de los hechos, está trabajando, está realizando el trabajo, entonces usted va a generar credibilidad

Pregunta 7:

- *¿Cómo estructuran los contenidos en las fanpages para facilitar la comprensión por parte de la audiencia?*

Los contenidos tienen que ser netamente atractivos, dinámicos, tienen que ser hoy ya con la parte de la generación de conductas y comportamiento debemos tratar de buscar que los contenidos sean llamativos, para ello hay un debate, ¿Qué es más importante?

¿construir el mensaje o diseñarlo como tal?, entonces el mensaje que yo construyo para mi es el más importante. Ahora puedo generar unas letras más grandes, unas letras que de pronto con impacto visual, podría yo mejorar esa atracción, porque el ser humano se compone por estas particularidades, somos visuales, somos auditivos y también somos emocional, entonces cuando miramos algo y nos parece bien.

Entonces si es que no logramos tener estas relaciones, estar de acuerdo con la otra persona, no podemos lograr que de estar nuestra posibilidad, si nosotros nos comprometemos a trabajar en el mensaje y el diseño. El mensaje es construido con verdad, con fuentes verídicas, es construidos con hechos reales, lo más importante es combinar todo, el contenido y el diseño.

Pregunta 8:

- *¿Tienen políticas o criterios para evitar el uso de lenguaje que pueda ser considerado discriminatorio o excluyente?*

La ley lo determina, la ley dice no que nosotros debemos generar impresión y la verdad es que es bastante difícil para el televidente cuando la cultura es lo esencial que pasa estructuralmente por el punto esencial del hombre y por qué están otras personas diferentes en esa posición propia de aceptar el hecho culturalmente, pero la ley lo determina, los principios básicos elementales, no podemos evitar que esto ocurra en el entorno, pero en realidad debemos de buscar la infusión de manera general, evitar que se genere este tipos de situaciones que de pronto terminan no solamente con comportamientos, sino con la conducta del desarrollo del proceso comunicacional como tal.

➤ Entrevista 3

Pregunta 1:

- *¿Cómo se seleccionan a las fuentes para asegurar un equilibrio informativo?*

Hay aspectos fundamentales cuando hablamos de seleccionar fuentes, nosotros en periodismo de investigación o cuando nosotros queremos aplicar un género como el de reportajes, hay un procedimiento, procesos que se van cumpliendo has que la información se divulga y se entrega. Para seleccionar las fuentes, se debe partir de un punto de vista real, por ejemplo en la experiencia que tenemos es que hay un hecho o un suceso y usted tiene que seleccionar fuentes no solamente de los que están participando o siendo actores del hecho sino que claro en las universidades nos enseñan a que debemos seleccionar fuente directa y fuente indirecta o también fuente primaria como fuente secundaria pero en la práctica y sobre todo en géneros periodísticos y de reportaje es que nosotros debemos seleccionar esas fuentes una vez que se da el hecho, se produce el hecho y nosotros vamos recopilando información es que acudimos al uno y al otro y nosotros lo conocemos como informantes, pero aquellas personas dan su punto de vista de lo que a priori pudieron ser, observar, o comentar entre ellos, recuerde que cuando hay un hecho como tal, siempre habrá personas que quieren hablar y dicen su criterio pero nosotros vamos mucho más allá todavía, nosotros debemos tener siempre a lo que nosotros conocemos como confidentes, ¿Quiénes son los confidentes?, para los comunicadores o

para quienes trabajamos en redacción periodística es que los confidentes son las personas que algunos los llamas asesores, otros los llaman personas expertas en el área, por ejemplo, hay un accidente de tránsito y todo el mundo conversa y da su criterio a todos los medios de comunicación, a eso nosotros llamaos informantes, pero para culminar la nota y verificar y que tenga una menor acogida de información es que nosotros tenemos que acudir a los confidentes, ¿Quiénes son o pueden ser los confidentes?, alguien que haya tenido experiencias en accidentes de tránsito como un agente ya retirado y que me sepa indicar cuales son las tónicas de las posibles causas de ese accidente, entonces yo ya recopilo otra información y contrasto esa información a parte de lo que tenemos que ir a ver el parte policial, el parte de la comisión de tránsito, etc., ese tipo de fuentes son las que muchas veces nos olvidamos, esas fuentes son importantes para nosotros desde nuestra experiencia.

Pregunta 2:

- *¿Considera el uso del lenguaje inclusivo al momento de redactar noticias? ¿Por qué?*

Por supuesto, porque deontológicamente hablando nosotros debemos de ser inclusivos, debemos de utilizar un lenguaje que permita esa inclusión y no la exclusión porque muchas veces se dan opiniones en ese sentido y usted como integrante de un medio de comunicación o dependiendo del espacio de información que usted tenga en las redes sociales, cualquiera que sea este, usted está obligado moral, éticamente el a aplicar estas vocerías o elementos que están en la deontología y que están inclusive en la ley de comunicación en que debemos de ser equitativos, solidarios, trabajar con el bien común o para el bien común y lógicamente que tiene una mira, y ¿Cuál es esa mira o ese objetivo?, es que la sociedad este bien informada.

Pregunta 3:

- *¿Tienen protocolos para corregir noticias incorrectas? Si es así, ¿Cómo se los aplican?*

Si, verificando la información, en la verificación de la información o la contrastación de la información es que se produce este tipo de trabajo, en la radio nosotros trabajamos de forma directa, hay un espacio que se da en toda la jornada donde la ciudadanía expresa su criterio por diferente problema que tiene, ¿Qué debemos de hacer nosotros?, nosotros no juzgamos sino que más bien trasladamos el problema a quien le corresponde a finde buscar una solución, por un lado, eso es de trabajar de forma directa y luego cuando nos convertimos en relatores de información es que tenemos la obligatoriedad y ¿cómo lo hacemos?, verificando información, acudiendo a diferentes fuentes a fin de que esa información que será difundida debe de tener el sustento necesario para poder verificarlo y nosotros lo hacemos a través de, por ejemplo, aparece en redes sociales una nota que publica un determinado organismo oficial y parece que no es reconocido parece que no se está difundiendo como se corresponde, entonces tiene una sospecha ligera de nosotros ¿será o no será?, entonces ¿qué hacemos?, verificamos la información con los actores directos de aquella nota o con los involucrados con aquella nota o simplemente usted contrasta la información con otros medios, que si no las hay, eso es lo meticoloso que uno debe de ser, si no hay es decir que esa información no está verificada y no debe

salir, no debe darse a conocer, siempre ha sucedido eso y cuando hay esa forma de hacerlo por a o b motivos por ganar por ejemplo la inmediatez de la información se cometen estos errores pero a la par se van, la ventaja que tenemos nosotros es que no tenemos un libreto establecido sino más bien estamos trabajando acorde a una agenda que impone el oyente, en este caso la audiencia, la audiencia impone una agenda informativa conforme se va desarrollando o van avanzando las horas que es verdad que de pronto tenemos un formato pero no está definitivamente contemplado o para cumplirlo estrictamente porque la radio, en este caso, esta radio donde nosotros estamos, es que se debe a la agenda del público de la comunidad, hay mucha interacción en la comunidad, hoy es el teléfono celular, ayer era el teléfono convencional, teníamos dos líneas de teléfono convencional que no dejaba de sonar, ahora el teléfono celular en una línea oficial tenemos cuatro o cinco líneas adicionales, pero una línea es la que conoce el público y es la que interactúa con ellos, aparte de ello hay otras fuentes a las que se puede acudir como las agencias internacionales de noticias, agencias nacionales de noticias y los canales oficiales de los entes gubernamentales.

Pregunta 4:

- *¿Cómo equilibran el interés del público con la necesidad de mantener imparcialidad editorial?*

El espacio editorial, básicamente en quien le habla y otro compañero son los que direccionan un poco la opinión de algún tema determinado de lo que sucede en el país o en nuestra región pero eso lo determinamos a la medida de la tendencia informativa, le doy otro ejemplo, antes de ayer hubo una ola de violencia en Santa Elena y nosotros queremos hacer un comentario respecto a eso la nota editorial es que nosotros nos ponemos de acuerdo o simplemente decimos ¿Usted no sabe qué? ¿Esta es la nota del día? ¿O este es el comentario del día? Correcto, está estipulado, escríbalo, láncelo porque es lo que marca la tendencia informativa en ese rato y así día a día se van dando hechos que a escala nacional o a escala provincial, incluso a escala mundial como por ejemplo, cuando sucedió la designación del nuevo papa, entonces hubo que hacer comentarios respecto a quién podría ser el perfil y las opiniones que se dan en la nota editorial que es o por lo general un comentario, un artículo periodístico o la misma o el mismo editorial del espacio que somos muy generalmente lo hacemos es temprano en el horario de la mañana y también a las ocho de la mañana que el director lo recalca y lo rescata también a través de comentaristas o columnistas de los medios nacionales.

Pregunta 5:

- *¿Qué estrategias utilizan para evitar ambigüedades o contradicciones en dentro de un mismo texto informativo?*

Es que todos estemos sincronizados, ¿Qué quiero decir con esto?, que el personal, que somos pocos, la ventaja es que somos pocos, sabemos la línea editorial de la radio, sabemos las políticas de la radio y sabemos cómo están establecidos aquellos lineamientos de editoriales o de editorial para poder conducirnos en la radio, entonces hay siempre coincidencias, también suele suceder que no hay coincidencias pero se dan puntos de vista y a lo mejor e saca de siempre un punto de vista claro y preciso para estar en sintonía de la comunidad porque muchas personas, el rating de sintonía es tal que

debemos siempre estar enmarcados en esa sintonía porque si no nos escuchara nadie, no tuviésemos la cogida y como le he dicho a algunos compañeros y amigos es que las agencias de publicidad confían en la gestión de la radio, sobre todo en la gestión periodística, eso da una pauta de que a ustedes lo monitorean y tienen un nivel de aceptación, entonces esa es la responsabilidad que tenemos el equipo de trabajo para poder estructurar nota editorial, línea editorial y poder indicar o corregir en algún momento, somos seres humanos y a veces nos equivocamos pero eso es al instante o a lo mucho al siguiente día, usted tiene que hacer alguna corrección que por algún motivo pueda surgir que los hay y que puede surgir.

Pregunta 6:

- *¿Considera que estos elementos ayudan a comunicar mejor el contenido o pueden afectar la objetividad?*

Mire nosotros hemos siempre mantenido el ser objetivo, ¿Qué significa eso? el ser objetivo siempre más se dan en la emisión de noticias y también en las entrevistas, por ejemplo, en las entrevistas cuando son de carácter sobre todo político, social o institucional, hay personas que siempre se sienten afectados y quieren hacer conocer su punto de vista, entonces viene el contraste de la opinión, hoy interviene una determinada persona, no quiero decir ni siquiera autoridad o funcionario, y al otro día quiere hacerse conocer lo contrario de su opinión, entonces se da cabida y se da oportunidad para que pueda esclarecer y cada uno expone su punto de vista, lo que siempre nosotros decimos, ustedes los elementos necesarios para que saquen sus conclusiones y nosotros simplemente somos el puente, ese medio, para que la gente o los oyentes puedan tener o puedan sacar sus conclusiones de algún determinado tema que se da a la luz de las entrevistas de los eventos noticiosos.

Pregunta 7:

- *¿Qué criterios se usan para determinar si un mensaje es claro, directo u comprensible para el público local?*

Porque debe reunir las condiciones las condiciones y características fundamentales de la concisión, la claridad, la brevedad y sobre todo la objetividad en el desarrollo, en la entrega y antes de eso, en la recopilación de información, para no caer en el sensacionalismo, peor en el amarillismo.

Pregunta 8:

- *¿Han enfrentado críticas o situaciones relacionadas con sesgos en el lenguaje utilizando esos contenidos?*

Hay personas que se sienten afectadas en ese sentido pero esas son las aclaraciones necesarias porque siempre nosotros tenemos además del código deontológico de la institución p de la empresa periodística es que se tome en cuenta lo que dispone la ley de comunicación y usted al amparo de la ley de comunicación y su reglamento, usted puede trabajar con absoluta normalidad. Que haya que hacer correcciones como le digo, hay que hacer correcciones cuando son necesarias y se hacen las aclaraciones pertinentes porque ambas partes deben de tener la misma oportunidad, en el mismo espacio y a la misma hora.

➤ Entrevista 4

Pregunta 1:

- *¿Cómo se seleccionan a las fuentes para asegurar un equilibrio informativo?*

Bueno, yo creo que es muy importante que se entienda que las fuentes oficiales son siempre muy importantes, pero que la real participación en la construcción de la narrativa debe darse no solamente desde fuentes oficiales, sino también desde las no oficiales, ¿no es cierto?, he trabajado mucho en medios comunitarios y he entendido que la construcción de una noticia no se da solamente desde las autoridades, sino desde la gente. Yo creo que a mayor diversidad de voces es una narrativa mucho más democrática y mejor construida.

Entonces, pienso que en el periodismo se debe trabajar desde las diversas fuentes que tienen que ver, sí, al momento de explicar los hechos a nuestras audiencias, tiene que ver, sí, desde las autoridades, pero también desde la gente, pero también desde fuentes bibliográficas que nos permitan muchas veces contextualizar el hecho. Yo siento que a veces se nos olvida esta parte, ¿no es cierto?, la parte histórica que rodea el hecho, que han estudiado expertos en materia acerca de este determinado hecho y de ahí, sí, las distintas fuentes que usted señala. Creo que el tema de la democratización de la palabra es fundamental, puesto que tiene que ver con que todos tengan derecho a la expresión, pero también a la construcción de la información, ¿no?, muchas veces, incluso ha pasado, ¿n?, que cuando se va a hacer el ejercicio, por ejemplo, de cubrir determinada comunidad, se busca al dirigente, ¿y por qué no a la gente que está realizando su cotidiano vivir?, ¿no?, siempre se busca al dirigente, incluso hay una especie de jerarquización. Entonces yo sí creo que las noticias se construyen desde todas las voces.

Pregunta 2:

- *¿Considera el uso del lenguaje inclusivo al momento de redactar noticias?
¿Por qué?*

Es un poquito complejo porque, claro, tenemos por una parte la Academia de la Lengua que está hablando y señalando la manera correcta del uso del idioma y es la que nos norma. Sin embargo, aquí hay un componente específico, ¿no?, y esto tiene un componente psicológico.

Entonces, si es que yo digo y entro y digo hola con todos, supuestamente según las normas estoy hablándole a hombres, mujeres y todos, y el sexo con el que se autodetermine. Sin embargo, cuando yo digo hola con todas, pues no estoy siendo inclusiva. Entonces, en los estudios de género se ha hablado mucho de la reivindicación de la mujer a partir de nombrarla. Entonces, cuando yo saludo es con todos y con todas. Ahora se ha incluido un nuevo espacio que es el TODES, que tiene que ver con otras maneras de autodeterminación, ¿no es cierto?, de la comunidad LGBTIQ+. Entonces, claro, siento que los medios son los que van determinando y neutralizando acciones.

Tengo ahí dos maneras de pensarla. Una, que pues sí somos los guardianes de que lenguaje se utilice de la mejor manera. Ahora, con tanto mensaje que vemos, incluso en las redes sociales en donde hay una destrucción total del lenguaje, deberíamos seguir las normas como tal, pero también deberíamos tener esta conciencia persona de que nuestra sociedad es totalmente diversa y que ha habido un sistema totalmente injusto con grupos

minoritarios o con grupos de mujeres y que nombrarlos en los medios de comunicación como tal significa que existen, significa que estén ahí, ¿no es cierto? Entonces, si yo voy a hacer una noticia en donde la gran mayoría son niñas, ¿por qué no poner las niñas de tal colegio, no? Entonces, seguimos o poner la infancia para evitar todo esto, la infancia, buscar términos neutros que no anulen ni al uno ni al otro.

Entonces, me parece que esa es una bien a opción. Estuve yo participando de una capacitación en la UNAM, en la Universidad de México, sobre el tema de violencia de género a través de los medios de comunicación y muchas veces los tutoriales son totalmente violentos contra la mujer. Entonces, esto del tema de inclusión dentro del lenguaje periodístico me parece que es un tema bastante apasionante que se lo debe seguir reflexionando y buscando como periodistas quizá estos términos neutros que sobre todo sean inclusivos y no excluyan a nadie. Cuando utilizamos el los, yo sí siento que hay ciertas exclusiones, pero también podemos, en vez de utilizar el “las” y “les”, buscar términos neutros, como había dicho.

Pregunta 3:

- *¿Tienen protocolos para corregir noticias incorrectas? Si es así, ¿Cómo se los aplican?*

Bueno, sí vivimos en una época en donde tenemos, la verdad es que ya estamos en un escenario totalmente diferente. El doctor Jorge Humberto Hidalgo, este doctor mexicano que estudia la comunicación digital, dice que incluso estamos asistiendo a un cambio ontológico del ser humano, ¿no es cierto?, ya una manera diversa y diferente del ser y actuar.

Entonces, esto se ve contextualizado por la presencia fuerte de IA y de fake news, ¿no es cierto?, ahora están a la orden del día. Incluso son usadas en campañas políticas de desprestigio, son usadas para hablar de determinada situación. Entonces, primero yo creo que debemos estar conscientes de la presencia de este nuevo escenario en el que estamos conviviendo, de este nuevo escenario mediático, este nuevo ecosistema mediático, en donde ha habido cambios, mutaciones, y donde, bueno, vamos a encontrar la presencia de IA y de fake news.

Entonces, por supuesto que debe de haber protocolos que nos permitan a nosotros los periodistas determinar cuáles son estas noticias falsas. De alguna manera lo hay, ¿no es cierto? Yo soy muy seguidora, por ejemplo de Ecuador Chequea, que es una herramienta, que es una página, una fundación, pero que tiene herramientas idóneas que nos permiten, como periodistas determinar si una noticia es falsa o no. Es tan sencillo como en la duda que tenemos escribir o entrarnos a sus páginas, y ahí hay muchas herramientas del fact-checking, entonces, que te permiten, de todas maneras, como periodistas, el poder realizar esta indagación y no equivocarse a la hora de lanzar una noticia al aire.

Pero lo que a mi quizá más me preocupa, porque de todas maneras, en cuanto a la noticia de noticias, en cuanto a la detección de noticias falsas, ha habido mucho avance y hay herramientas idóneas que están presentes. A mí lo que sí me preocupa es la IA, porque la inteligencia artificial cada vez está más presente, se ha permeado en todos nuestros accionarios, y lo que no estamos viendo es que la IA muchas veces alucina, cuando no tiene, como está diseñada para crear información, muchas veces nunca dice no tengo,

¿no? Siempre entrega, incluso nosotros hemos visto experiencias que entrega ORSIDs, entrega citas, y son falsas, la IA alucina. Y también, por otra parte, la IA tiene sesgos, es decir, la construcción de la información se da desde las grandes potencias, ¿no? A mi me pasó algo muy particular, que estuve estudiando la educomunicación, y una cosa es la educomunicación en Europa y otras en Latinoamérica, y como no hemos alimentado mucho desde Latinoamérica, pues resulta que este sesgo vendrá a decir cuál es la educomunicación desde una perspectiva que quizá no es la mía.

Y algo que a mi me preocupa más es la automatización de proceso, ¿no? Yo tengo, justamente para la clase de mis estudiantes, una fotografía en donde Diario El Universal, que es un diario bastante prestigioso, tuvo un error al hacer una publicación en donde se le fue el tema de la IA, donde dijo, te puedo dar una nueva versión si así tú lo quieres. Y bueno, eso a mi me llamo mucho la atención porque, claro, hay una automatización del proceso de producción informativa en donde ya ni me fijo.

Pero también hay otra cosa, ¿no?, que la IA es muy manipuladora. Tuvimos aquí el caso de una asambleísta de la provincia de Cotopaxi que hizo una intervención en la asamblea sobre el tema del registro civil y bueno, fue viral. Incluso medios de renombre replicaron que ella al final dijo, bueno, si gustas otras recomendaciones del registro civil, te las puedes dar. Y luego resultó que era falsa, ¿no?, que fue que con ella manipularon su voz y pusieron esta última parte, ¿no? Entonces, claro, es un enramado de discusiones en donde nos tenemos que poner en el lugar del tema ético, para mí, que es fundamental a la hora del uso. Ningún protocolo va a ser válido si antes no tenemos muy clara nuestra parte odontológica y nuestra parte ética del buen uso de la información como tal. Entonces sí, creo que es un trabajo malo. A veces nos dicen que la IA llegó con el objetivo de facilitarnos el trabajo. Yo creo que no. A mí me da mucho más trabajo.

Porque toca verificar las fuentes, ver si es real, si no alucinó, si en realidad el pensamiento al que está nombrando es el pensamiento. Y sí, puede ser una herramienta idónea que nos acorta muchos caminos. Pero este acortar de caminos debe venir muy acompañado de lo que hacemos y sabemos hacer los periodistas.

Un protocolo de confirmar, corroborar antes de publicar y evitar la automatización de la que podemos ser presa fácil, porque tenemos, además, acordémonos que los periodistas de ahora, no siento que hay una sobreexplotación porque hay una precarización del trabajo periodístico. Antes a mí me contrataban para un periódico y yo tenía que tomar fotografías y escribir. Ahora tengo que hacer fotografía, escribir multimedia, en vivo, TikTok. Entonces, claro, en medio de todo esto que tiene que hacer el periodista con una remuneración que no responde a todo o que hace el periodista, qué terrible que es que aparte tenga que estar verificando, ¿no? Pero nos toca hacerlo porque para eso estudiamos y ese es nuestro deber social. Entonces, junto al protocolo, que yo me imagino habrá muchos, tiene que haber esta parte ética e ideológica que no debemos abandonar jamás.

Pregunta 4:

- *¿Cómo equilibran el interés del público con la necesidad de mantener imparcialidad editorial?*

Bueno, la construcción de la parte de las líneas editoriales, nosotros sabemos que obedecen al poder, ¿no es cierto? Un medio tiene su línea editorial de acuerdo a quienes

están en el poder. Justamente esta mañana estaba escuchando a una periodista que me gusta mucho, realmente es una española que recién escribió su libro. Bueno, no recién, pero yo he leído su libro que se llama Los Dueños del Planeta. Ella hace una fuerte crítica, ¿no es cierto?, a lo que es la ubicación de muchos medios en muy poquitas manos, porque eso es lo que está pasando. Definitivamente eso es lo que está pasando y nosotros necesitamos entender esta parte de cómo el que los medios estén en muy poquitas manos resultan totalmente inadecuados para la democratización de la comunicación como tal. Y bueno, ella decía que es increíble porque en España hay seis empresas muy grandes que ya no solo manejan los medios, sino que son dueños de medios de comunicación, de farmacéuticas, de productos en primera necesidad.

Entonces, ella decía, ¿cómo vamos a mantener nuestra libertad de publicar si definitivamente tenemos al primer poder que está interponiéndose sobre nuestro poder de la prensa libre, como es el poder económico? Entonces decía que lamentablemente, siendo muy pesimistas, estamos acudiendo a la muerte del periodismo como tal, porque no solamente pasa esto, que las editoriales están manejando por hilos de poder que obedecen a un poder económico, sino también lo que está pasando y que también es muy preocupante, es que se está pasando y que también es preocupante, es que se está confundiendo al periodismo con propaganda. entonces muchos medios lo que se están haciendo es propaganda y no periodismo como tal. Entonces todo eso se tiene que analizar.

Yo creo que la construcción de la línea editorial, como tú me preguntabas, tiene que ser desde la independencia, tiene que ser desde las necesidades. Tenemos que volver yo creo que los ojos al primer amor, porque cuando uno estudia periodismo, estudia periodismo para transformar el mundo. Y volver al primer amor tiene necesariamente que ver con entender que el periodismo debe transformar vidas, tiene que ver con entender que el periodismo justamente está hecho para eso, para cambiar vidas, para mejorar la calidad de vida de las personas.

Porque lo que nos encontramos muchas veces es eso, un periodismo que busca vender, que busca influir, incidir con ideas, pero no necesariamente estamos cambiando desde el inicio. A mí me parece que eso es. La periodista justamente se llama Cristina Martín Jiménez, si usted la puede leer o poner, me parece que es extraordinaria. Y también ella hace esta referencia de que muchas veces nuestra libertad no es tan cierta. Estamos atados a un poder económico y los medios viven ahora más que nunca la hegemonía que Gramsci ya vaticinó.

Pregunta 5:

- *¿Qué estrategias utilizan para evitar ambigüedades o contradicciones en dentro de un mismo texto informativo?*

Pues a partir de todo eso siento que hubo una remisión en el periodismo y que ya no se trabajó en eso.

Bueno, yo creo que la mejor receta y la que nunca pasa de tiempo es mientras más voces, mejor construida está una información.

Porque claro, si yo hago una noticia dese solo una perspectiva, obviamente va a tener una especie de sesgo y no va a llegar a una construcción real de participación, no va a haber objetividad. Si yo estoy solamente entrevistando al alcalde y el alcalde es el que habla, entonces pues ya no tengo casi que periodismo, tengo propaganda del alcalde, ¿no es cierto? Pero si pongo diversidad de voces, no aseguro la total objetividad porque tú sabes que ya esta discusión en el periodismo ya pasó, ¿no es cierto? No existe como tal la objetividad que dicen, ¿no? Pero para evitar ser subjetivos y que para eso va la pregunta, mientras más voces, mayor participación, yo creo que ahí habrá una mejor recepción del público y con este respeto enorme a que es el lector o nuestro usuario el que decide, el que toma postura, pero nosotros no le damos tomando postura, nosotros le damos todos los elementos para que tome una postura, incluso esos elementos que tal vez no están afines a nosotros y eso es lo que yo siento que ahora no se está entendiendo, ¿no es cierto? Estamos viviendo una trivialización en donde solo lo que yo digo o solo lo que, y muy característico además del fenómeno de la posverdad, solo lo que yo digo y mi pensamiento es el que sirve y los demás no, entonces ahí es como que entramos en estas contradicciones que tú muy bien lo señalas y que necesitamos limar.

Pregunta 6:

- *¿Considera que estos elementos ayudan a comunicar mejor el contenido o pueden afectar la objetividad?*

Estamos casi enterrando el periodismo, Yo hoy en la mañana nomás me preguntaba por qué ya las radios no hacen cobertura, solo lo que hacen es entrevistas y entrevistas. Y es porque con esta inclusión de TikTok, de redes, entonces uno como que ya no hace falta, porque lo que está en las redes no es comprobado, no pasa por un filtro, no tiene un editor.

A mi me preocupa mucho el momento en cómo construimos la realidad, ¿no es cierto? Incluso en el tema de accidentes, pero la gente común no lo sabe. Y yo por eso les decía a los chicos, el momento en que nosotros creamos, y la Secretaria de Comunicación de Estados Unidos lo dijo, ¿no? Y es que súper preocupante porque ella dijo que ya no vamos a invitar a la Casa Blanca a cualquier periodista, sino a los Tiktokers e influencers.

O sea, está naturalizando una situación que nos preocupa enormemente, porque como nunca, y estas, bueno, no son mis palabras, pero hay un autor que dice que como nunca estamos viviendo una situación tan crítica en el mundo que aun teniendo mucha información y mucho conocimiento, conocemos menos que antes, y nos informamos menos que antes. Hay esta idea de que al estar en Twitter, en Facebook, estamos moviéndonos, y no es así. No es así, o estamos más intelectualizándonos, y no es así.

Pregunta 7:

- *¿Qué criterios se usan para determinar si un mensaje es claro, directo u comprensible para el público local?*

Yo creo que esto tiene que ver con el lenguaje, con un lenguaje claro, ¿no es cierto? Con la diversidad de voces, que también no me voy a cansar de repetir porque esa es parte importante y con la participación. A veces yo les hago un ejercicio a mis estudiantes de hacer una especie de disección a los medios y nos damos cuenta de que, bueno, los personajes que más aparecen son los políticos, por una parte.

Por otra parte, la gente del pueblo, la gente común solo sale en Crónica Roja o pidiendo sus necesidades y nos hemos olvidado de este otro periodismo que habla acerca de historias de vida que realmente valen la pena replicar, de las alegrías de nosotros, de los encuentros de nosotros. Entonces yo creo que hacia allá deberíamos ir, ¿no? Hacia reflejar más quiénes somos. Me parece muy importante eso y buscar estas historias de vida que motiven, que estas historias de vida que realmente cambien nuestra percepción de esta gente que ha podido salir adelante y que no necesariamente está solamente en la política, ¿no? Cubrir política, economía es muy importante y es parte de, pero también hay que hacer esta cobertura de estas otras partes, ¿no es cierto?, de vivencia cotidiana del pueblo.

En los estudios culturales que hace Canclini y que hace Jesús Martín Barbero, hace referencia a esto, ¿no es cierto?, que el periodismo debe meterse en el deber ser, que la cotidianidad de las ciudades, de las costumbres, de la gente, de los jóvenes, de las mujeres.

Pregunta 8:

- *¿Han enfrentado críticas o situaciones relacionadas con sesgos en el lenguaje utilizando esos contenidos?*

Bueno, yo creo que desde el periodismo enfrentamos una serie de retos y desafíos. Gabriel García Márquez decía que nunca hacer periodismo fue fácil y creo que aun después de su muerte entendemos que no fue así. Creo que por el tema de parcialidad, no, porque siempre he tratado de ser por el contrario, incorporar muchísimas voces a la información, más aún cuando son temas muy delicados. Entonces no es que uno recibe, porque claro, al momento en que tú eres parcial ya no estás haciendo periodismo, estás haciendo propaganda, así de sencillo.

Estas haciendo public-reportajes, estás haciendo publicidad, estás haciendo propaganda. pero el periodismo tiene como característica esencial la pluralidad, ¿no es cierto? Y esta pluralidad desde todas las voces, dese todas las tendencias. Entonces yo no he recibido críticas por este tema de parcialidad porque siempre he tratado más bien de no es que he sido imparcial, sino que he tratado de incorporar muchas voces.

Entonces creo que va por ahí, ¿no? La incorporación de muchas voces para poder tener una información, una narrativa, una crónica, que en realidad ponga a nuestros lectores, a nuestros televidentes, una serie de elementos para que ellos tomen la mejor decisión y tomen la mejor percepción.

FICHAS DE OBSERVACIÓN APLICADAS

INSTRUMENTO

Técnica: Observación

Instrumento: Ficha de observación

Tema: La Objetividad Periodística y la Credibilidad en los Contenidos Informativos de la Fanpage de Radio Salinas y Radio Amor en el año 2024

Radio: Salinas 103.3 FM

Objetivo: Evaluar el nivel de imparcialidad en el periodismo y la fiabilidad de la información en las publicaciones de las páginas de Facebook de Radio Salinas y Radio Amor, mediante la revisión metódica de aspectos como la diversidad de fuentes, la autenticidad de los datos, la objetividad, del lenguaje y la organización clara del contenido.

DIMENSIONES	ÍTEM DE OBSERVACIÓN	SI	NO	PARCIAL	OBSERVACIÓN
Equilibrio de fuentes	¿Se incluye al menos dos fuentes con perspectivas distintas?	X			Estas fuentes permiten reforzar los hechos y dar mayor veracidad u objetividad a la noticia como tal.
Neutralidad del lenguaje	¿El lenguaje es descriptivo, sin carga valorativa o emocional?	X			Se mantiene en un lenguaje neutro y objetivo para su audiencia.
Veracidad o factualidad	¿Se presentan datos verificables o evidencias comprobables?	X			Antes de publicar las noticias, se aseguran de que los datos recolectados estén en orden y verificados.
Imparcialidad	¿Se evita favorecer una postura o interés específico?	X			Muestran imparcialidad dentro de sus contenidos, no cae en el amarillismo ni sensacionalismo.

Coherencia textual	¿El titular se relaciona directamente con el contenido?	X			Mayor concordancia para que el contenido informativo sea entendible para el público oyente.
Claridad estructural	¿La información está bien organizada, clara y precisa?	X			Antes de que la noticia sea publicada, siguen un proceso para verificar si todo está en perfectas condiciones.
Técnicas de verificación	¿Se menciona la comprobación de datos o el contraste de versiones?			X	No siempre se menciona la fuente, esto debido a que en ciertas ocasiones testigos o entidades quieren reservar su identidad por temor a represalias.
Ausencia de Sesgos	¿Se evita el uso de estereotipos o lenguaje discriminatorio?	X			Evitan caer en la parcialidad y mucho menos implementar lenguajes excluido.

INSTRUMENTO

Técnica: Observación

Instrumento: Ficha de observación

Tema: La Objetividad Periodística y la Credibilidad en los Contenidos Informativos de la Fanpage de Radio Salinas y Radio Amor en el año 2024

Radio: Amor 89.3 FM

Objetivo: Evaluar el nivel de imparcialidad en el periodismo y la fiabilidad de la información en las publicaciones de las páginas de Facebook de Radio Salinas y Radio Amor, mediante la revisión metódica de aspectos como la diversidad de fuentes, la autenticidad de los datos, la objetividad, del lenguaje y la organización clara del contenido.

DIMENSIONES	ÍTEM DE OBSERVACIÓN	SI	NO	PARCIAL	OBSERVACIÓN
Equilibrio de fuentes	¿Se incluye al menos dos fuentes con perspectivas distintas?	X			No solo trabajan con 2, sino con varias fuentes de información para entender el panorama de la investigación.
Neutralidad del lenguaje	¿El lenguaje es descriptivo, sin carga valorativa o emocional?	X			Trabajan día a día para que sus contenidos informativos no presenten indicios de parcialidad.
Veracidad o factualidad	¿Se presentan datos verificables o evidencias comprobables?	X			La verificación de datos es importante porque ayuda a las radios a comprobar los hechos y es lo que hace la mencionada estación.
Imparcialidad	¿Se evita favorecer una postura o interés específico?	X			La objetividad es lo primordial, porque demuestra que no se está favoreciendo a ningún miembro y es lo que hace la mencionada radio.

Coherencia textual	¿El titular se relaciona directamente con el contenido?	X			Total concordancia entre el titular y el contenido, lo que permite dar una mejor visión y atención del público oyente.
Claridad estructural	¿La información está bien organizada, clara y precisa?	X			Existe coherencia en el desarrollo del contenido, pero se debe de seguir cuidado la manera en cómo se escriben los titulares, dado a que Facebook puede bajar los contenidos.
Técnicas de verificación	¿Se menciona la comprobación de datos o el contraste de versiones?		X		Al igual que la otra radio, no siempre se menciona a la fuente, dado a que prefieren evitar inconvenientes con la audiencia.
Ausencia de Sesgos	¿Se evita el uso de estereotipos o lenguaje discriminatorio?	X			El largo trabajo que hacen los periodistas al redactar sus noticias es no permitir que exista este tipo de lenguaje.

