



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

**RUTINAS INFORMATIVAS Y LA PERCEPCIÓN DE LAS
AUDIENCIAS: CASO NOTICIERO 24 HORAS DE
TELEAMAZONAS**

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

LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN

AUTORAS:

**ORTIZ MATÍAS ARIANA NICOLE
SÁNCHEZ POZO ERIKA ESTEFANÍA**

TUTORA:

LIC. MARTHA SUNTAXI ANDRADE, MGTR.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

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

RUTINAS INFORMATIVAS Y LA PERCEPCIÓN DE LAS
AUDIENCIAS: CASO NOTICIERO 24 HORAS DE
TELEAMAZONAS

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

AUTORAS:

ORTIZ MATÍAS ARIANA NICOLE
SÁNCHEZ POZO ERIKA ESTEFANÍA

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	3
ÍNDICE DE TABLAS	4
ÍNDICE DE FIGURAS	5
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	6
DEDICATORIA	7
DEDICATORIA	7
AGRADECIMIENTOS	8
AGRADECIMIENTOS	9
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC	10
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	10
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	11
RESUMEN	12
INTRODUCCIÓN	14
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.1. Antecedentes del problema de investigación	16
1.2. Formulación del problema de investigación	17
1.2.1. Preguntas de investigación	17
1.3. Objetivos	18
1.3.1. Objetivo general	18
1.3.2. Objetivos específicos	18
1.4. Justificación de la investigación	18
1.5. Hipótesis	19
1.6. Variables	20
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	21
2.1. Conocimiento actual	21
2.2. Fundamentación teórica y Conceptual	22
2.3. Marco Legal	25
3. MARCO METODOLÓGICO	29
3.1. Enfoque de investigación	29
3.2. Tipo de investigación	29
3.3. Diseño de investigación	29
3.4. Alcance de la investigación	30
3.5. Población, muestra y periodo de estudio	30
3.6. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información	31
3.7. Operacionalización de las variables	33
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	34
5. DISCUSIÓN	44
6. CONCLUSIONES	47
7. RECOMENDACIONES	48
REFERENCIAS	49
ANEXOS	53
INSTRUMENTO	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	33
Tabla 2. Edad.....	34
Tabla 3 ¿Considera que el noticiero cumple con su responsabilidad de informar de manera objetiva? ..	35
Tabla 4. ¿Cree usted que la presentación visual de las noticias mejora la comprensión del contenido? ...	36
Tabla 5. ¿Considera que el noticiero realiza un proceso riguroso de verificación de hechos antes de publicar la información?	37
Tabla 6. ¿Considera que el noticiero prioriza temas que son relevantes para la audiencia?.....	38
Tabla 7. ¿Las emociones que siente al ver las noticias afectan su percepción sobre los hechos presentados?	39
Tabla 8. ¿Cree usted que el noticiero fomenta una opinión pública sobre los temas tratados?	40
Tabla 9. ¿Cree que la información que recibe previamente afecta la manera en que interpreta nueva información sobre el mismo tema?	41
Tabla 10 Ficha de Observación.....	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Edad	34
Figura 2. ¿Considera que el noticiero cumple con su responsabilidad de informar de manera objetiva? ..	35
Figura 3. ¿Cree usted que la presentación visual de las noticias mejora la comprensión del contenido? ..	36
Figura 4. ¿Considera que el noticiero realiza un proceso riguroso de verificación de hechos antes de publicar la información?	37
Figura 5. ¿Considera que el noticiero prioriza temas que son relevantes para la audiencia?	38
Figura 6. ¿Las emociones que siente al ver las noticias afectan su percepción sobre los hechos presentados?	39
Figura 7. ¿Cree usted que el noticiero fomenta una opinión pública sobre los temas tratados?	40
Figura 8. ¿Cree que la información que recibe previamente afecta la manera en que interpreta nueva información sobre el mismo tema?	41

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **Ortiz Matías Ariana Nicole** con C.I.2400397952 y **Sánchez Pozo Erika Estefanía** con C.I. 2450384405 , estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **RUTINAS INFORMATIVAS Y LA PERCEPCIÓN DE LA AUDIENCIA: CASO NOTICIERO 24 HORAS TELEAMAZONAS**, corresponde exclusiva responsabilidad de las autores y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 25 de noviembre, 2024.

Atentamente,

Ariana Nicole Ortiz Matías

C.I. 2400397952

Erika Estefanía Sánchez Pozo

C.I. 2450384405

DEDICATORIA

Al concluir esta hermosa etapa de mi vida, este proyecto se lo dedico con todo mi corazón a mi querido hijo, Thiago Sebastián Hermenejildo Ortiz que todo mi esfuerzo sea por ti.

Con amor a mi querida abuela, Dominga Petita González Borbor una mujer fuerte y guerrera. Gracias por ser como mi madre, amarme como hija tu apoyo ha sido el más importante en mi vida por enseñarme a nunca rendirme a seguir adelante siempre sin importar los obstáculos que se presenten.

A mi querido abuelo, Sergio Simón Matías Balón, sé que desde el cielo eres mi guía. Esta tesis, va por ti por ser nuestro pilar fundamental en nuestra familia, por ser ese padre para sus nietos. Tu memoria vive siempre en nuestros corazones.

A mis padres, Antonio Ortiz y Cecilia Matías, espero que se sientan orgullosos de su hija por su trabajo, amor y dedicación incondicional. ¡Lo Logré! esto es por todos ustedes; para concluir me lo dedico a mí, por mi esfuerzo, sacrificio por nunca haberme rendido a pesar de las adversidades.

Ortiz Matías Ariana Nicole

DEDICATORIA

Este presente trabajo es dedicado a mi Dios todopoderoso, a mi querida madre Susana por inculcarme buenos valores y deseos de superación, a mi padre Javier por su apoyo incondicional, a mis abuelos Bertilde y Jorge, que han sido pilares fundamentales en el transcurso de mi vida, a mi pareja por su apoyo y comprensión, a mi tío Cristian por seguirme brindando su apoyo para seguir adelante en mis metas. Este trabajo también se lo dedico al ser que está creciendo dentro de mi pancita, quien desde ya llena mi vida de ilusión y esperanza.

A ti, mi fiel amigo de cuatro patas, Lucky, quien, con tu amor incondicional, tu alegría contagiosa y tu infinita lealtad, has sido mi compañía en los días más difíciles. Este logro también es para ti, porque en más de una ocasión, tu compañía fue justo lo que necesitaba para salir adelante y finalmente este proyecto me lo dedico, porque solo yo sé cuánto me costó. ¡Lo logramos!

Sánchez Pozo Erika Estefanía

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haber permitido llegar hasta este sueño, de seguir adelante en mis estudios, a mí por no haberme rendido a pensar las circunstancias que se presentaron en el camino, yo solo sé cuánto me costó con perseverancia lo logramos mi esfuerzo y dedicación están reflejado en este trabajo.

A mis padres, Cecilia Matías y Antonio Ortiz, por estar pendientes de mí y su apoyo incondicional.

Mi abuelita, Dominga González mi segunda mamá tus enseñanzas, apoyo y consejos en el transcurso de mi vida, haber cuidado de mi hoy te doy la Gracias por estar siempre presente.

A mi hermana, Evelyn Ortiz, quien siempre estuvo con unas palabras dándome ánimos, diciendo tú puedes o ayudándome cuando más lo necesitaba. Por consiguiente, a mis demás hermanos José, Scarleth, Steven.

A Mónica Matías, por su sabiduría, por cuidar de mi hijo mientras estudiaba como si fuera de ella quiero agradecerte por tu tiempo esfuerzo y dedicación.

A mi mejor amiga universitaria, mi compañera de tesis, Erika Sánchez, agradezco tantos momentos compartidos, por haberme escuchado en mis momentos más difíciles, por tu sincera amistad y haberme acompañado hasta el punto de convertimos en profesionales; también a Jairo Orrala, una persona importante que me brindo de una u otro manera su ayuda, apoyo y por acompañarme durante el transcurso de esta tesis. En ustedes encontré muchas alegrías, enojos, compartimos momentos inolvidables durante esta etapa universitaria. Les deseó muchos éxitos los llevo en mi corazón.

Agradecida también con mis amigos: Jhover y Katherine por su valiosa amistad, son personas increíbles.

Sin más que decir, agradezco a las personas que estuvieron ahí apoyándome durante mi trascurso universitario. Con gratitud dedicó este trabajo a cada persona mencionada, quienes se ganaron un lugar en mi corazón. ¡Gracias por todo!

Ortiz Matías Ariana Nicole

AGRADECIMIENTOS

Cada etapa de la vida deja huellas inolvidables y este momento no es la excepción. Este trabajo es más que un logro académico, es el reflejo de un camino lleno de desafíos, momentos de dudas y lágrimas. Pero también de amor, sacrificio y esperanza, por eso agradezco profundamente a Dios por ser mi guía y mi fortaleza, quien ha iluminado mi camino en todo momento y me ha dado la fuerza necesaria para seguir adelante.

A mi familia, especialmente a mi madre, Susana Pozo, quien siempre ha estado a mi lado sin importar las adversidades de la vida. Con su amor, esfuerzo y sacrificio, me ha ayudado a superarme y alcanzar cada una de mis metas. A mi padre, Javier Sánchez, quien, a pesar de las dificultades vividas, estuvo presente para darme ánimo y apoyo. También agradezco a mis abuelos, Bertilde y Jorge, quienes me han apoyado para seguir con mis estudios, a mi tío, Cristian Sánchez, cuyo apoyo y consejos han sido fundamentales en mi vida, por creer en mí, por motivarme a seguir adelante, enseñarme con tu ejemplo que la fuerza y perseverancia siempre dan frutos.

Agradezco a mi pareja por ser mi apoyo incondicional y por estar conmigo en los momentos más difíciles de mi vida. Su paciencia, comprensión y amor han sido fundamentales para culminar esta etapa tan importante.

A mis amigos de la universidad, por su apoyo emocional y por todos los momentos inolvidables a lo largo de la vida universitaria. En especial, a mi compañera de tesis, amiga y hermana, Ariana Ortiz, quien siempre estuvo a mi lado en los buenos y malos momentos, brindándome su comprensión y ayuda incondicional, también a Jairo Orrala por su sincera amistad y por estar siempre dispuesto a apoyarme sin importar las circunstancias. Agradezco profundamente a esas personas, quienes se convirtieron en una parte esencial en mi vida, gracias por los momentos compartidos en la universidad, por esas risas y enojos. Siempre los llevare en mi corazón.

A esos docentes de escuela, colegio y universidad. A todos ellos, por dejar una huella imborrable en mi vida académica, sus enseñanzas han sido fundamentales en la construcción de mi camino hacia este logro. Finalmente, agradezco a todas esas personas que, de alguna manera directa o indirecta, contribuyeron a la realización de este trabajo, cada palabra de ánimo, gesto de apoyo y colaboración fue esencial para culminar esta etapa tan importante de mi vida.

Sánchez Pozo Erika Estefanía



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

La Libertad, 25 de noviembre del 2024

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
Directora 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 las estudiantes **Ortiz Matías Ariana Nicole** con numero de identidad No **2400397952** y **Sánchez Pozo Erika** Estefanía con numero de identidad No 2450384405, ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“RUTINAS INFORMATIVAS Y LA PERCEPCIÓN DE LA AUDIENCIA: CASO NOTICIERO 24 HORAS TELEAMAZONAS”**.

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

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

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

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

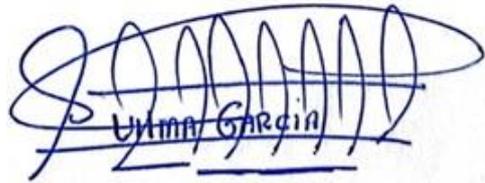
Atentamente,

**Period. Martha Suintaxi Andrade, Mgtr.
DOCENTE TUTOR(A)**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



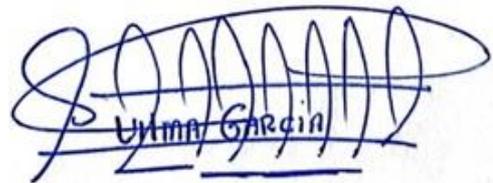
Lic. Lilian Susana Molina Benavides,
PhD.
**DIRECTORA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lic. Vilma Maribel García González, Msc
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lic. Martha Suintaxi Andrade, Mgtr.
**DOCENTE TUTOR(A) DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



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



Ortiz Matías Ariana Nicole
ESTUDIANTE



Sánchez Pozo Erika Estefanía
ESTUDIANTE

RUTINAS INFORMATIVAS Y LA PERCEPCIÓN DE LA AUDIENCIA: CASO NOTICIERO 24 HORAS TELEAMAZONAS

Ortiz Matías Ariana Nicole
Código Orcid: 0000-0002-3179-5462
Sánchez Pozo Erika Estefanía
Código Orcid: 0000-0002-0132-3181

Universidad Estatal Península de Santa Elena – Carrera de Comunicación

RESUMEN

El trabajo académico “Rutinas informativas y la percepción de las audiencias: Caso 24 horas de Teleamazonas” tiene como objetivo principal evaluar si las rutinas informativas del noticiero influyen en la percepción de las audiencias. Con una metodología mixta y de investigación descriptiva, no experimental con un alcance de la investigación de tipo descriptivo a través de la aplicación de una ficha de observación hacia el noticiero y una encuesta por Google Forms. La muestra de 383 personas en una población de 86,201 habitantes del cantón Salinas. Los resultados indicaron que el noticiero 24 horas de Teleamazonas sigue rutinas informativas claras y estructuradas. En conclusión, se indagó la percepción de las audiencias en relación al contenido periodístico que se presenta en el noticiero 24 Horas de Teleamazonas. De acuerdo a la encuesta aplicada 383 a personas, se puede concluir que afecta en ciertos casos la manera en que se interpreta la información. Esto muestra que las respuestas emocionales pueden cambiar la interpretación del contenido de las noticias en diversos grados. Entre las emociones más frecuentes que experimentan las audiencias se encuentran el enojo ante temas de corrupción o injusticias, la empatía y tristeza en tragedias humanas, la preocupación frente a crisis o problemas sociales.

Palabras Clave: rutinas informativas, percepción, audiencias, noticiero, contenido, credibilidad.

NEWS ROUTINES AND AUDIENCE PERCEPTION: CASE OF TELEAMAZONAS 24-HOUR NEWS

ABSTRACT

The academic work "Informative routines and the perception of audiences: 24 hours case of Teleamazonas" has as its main objective to evaluate whether the informative routines of the newscast influence the perception of audiences. With a mixed methodology and descriptive research, not experimental with a descriptive scope of research through the application of an observation sheet to the news and a survey by Google Forms. The sample of 383 people in a population of 86,201 inhabitants of the Salinas canton. The results indicated that Teleamazonas' 24-hour newscast follows clear and structured information routines. In conclusion, the perception of the audiences in relation to the journalistic content presented in the news program 24 Horas of Teleamazonas was investigated. According to the survey applied to 383 people, it can be concluded that in certain cases it affects the way in which the information is interpreted. This shows that emotional responses can change the interpretation of news content to varying degrees. Among the most frequent emotions that audiences experience are anger at issues of corruption or injustice, empathy and sadness in human tragedies, concern about crises or social problems.

Keywords: *information routines, perception, audiences, newscast, content, credibility.*

INTRODUCCIÓN

Las rutinas informativas son procesos a partir de los cuales los medios de comunicación utilizan para recoger, seleccionar, producir o difundir información. Su función es la de poder estructurar la presentación de la noticia y presentarla en la forma de adecuar la emisión de la información.

La percepción pública es cómo los usuarios interpretan, comprenden y evalúan la información obtenida de los medios de comunicación. Respecto a los noticieros, la percepción de las audiencias puede ser un factor que determina la forma en que son construidas las opiniones, cuál es la forma de tomar decisiones o de qué manera se produce la agenda pública a partir de la información que se presenta.

El análisis de rutinas informativas del Noticiero 24 Horas de Teleamazonas, constituye un hecho fundamental dentro de la percepción de los televidentes, determina la presentación de contenidos relevantes para la audiencia.

De esta forma, las prácticas informativas no sólo organizan los flujos de información, sino que también dan forma al cómo la sociedad percibe la objetividad y la responsabilidad de los medios.

Capítulo I: En esta sección generalmente se refleja la introducir al tema de estudio, incluye el planteamiento, formulación del problema, los objetivos de estudio, preguntas de investigación, la hipótesis y variables.

Capítulo II: En este capítulo se establece el marco teórico y conceptual, se definen los conceptos claves, se plantean las bases teóricas que guiarán el análisis, además, se presentan conceptos de las definiciones de cada variable. También incluye un marco legal, en el cual se presentan leyes, normativas y reglamentos que respaldan la investigación.

Capítulo III: Se enfoca en ofrecer un análisis detallado de la metodología aplicada, describiendo las técnicas e instrumentos de investigación utilizados para la recopilación de datos y la evaluación del medio.

Capítulo IV: En esta parte se presenta la tabulación de datos recopilados mediante las técnicas e instrumentos aplicados, acompañada de un análisis detallado y finalmente, se exponen las conclusiones derivadas del estudio y las recomendaciones propuestas, destacando los hallazgos más relevantes.

El noticiero 24 Horas de Teleamazonas sigue rutinas informativas claras y estructuradas. Esto incluye una introducción inicial en un resumen de noticias, seguida de un informe de investigación que amplía la información. Además, el uso de recurso audiovisual contempla el contenido informativo promoviendo la conciencia pública.

Se indagó la percepción de las audiencias en relación al contenido periodístico que se presenta en el noticiero 24 Horas de Teleamazonas. De acuerdo a la encuesta aplicada a 383 personas, se puede concluir que afecta en ciertos casos la manera en que se interpreta la información. Esto muestra que las respuestas emocionales pueden cambiar la interpretación del contenido de las noticias en diversos grados. Entre las emociones más frecuentes que experimentan las audiencias se encuentran el enojo ante temas de corrupción o injusticias, la empatía y tristeza en tragedias humanas, la preocupación frente a crisis o problemas sociales.

Se recomienda que el noticiero 24 Horas de Teleamazonas siga informando sobre acontecimientos sociales, con credibilidad, dado que refuerza su vínculo con su público, demostrando su dedicación en la labor periodística mostrando temas de relevancia pública.

Se podría añadir un apartado de análisis o contextualización que ayude a la audiencia a interpretar los hechos de manera más objetiva y reducir posibles sesgos emocionales.

El noticiero no solo organiza la presentación de noticias, sino que también determina la manera en que las audiencias perciben la credibilidad y relevancia del contenido periodístico.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema de investigación.

En el ámbito de la comunicación, las rutinas informativas tienen lugar en la manera en que organiza y presenta la información periodística, cómo se determinan e inciden directamente sobre la percepción que tiene el público respecto de la calidad y credibilidad del contenido. Diversos estudios han abordado esta relación entre las prácticas periodísticas y la recepción de la información por parte del público.

A nivel internacional, un estudio desarrollado en la televisión pública en España por Pérez et al. (2023), en su investigación evaluaron cómo la credibilidad de los informativos influye en la percepción de las noticias en el ámbito de la televisión pública. Se utilizó un enfoque cualitativo para medir sus percepciones, consistió en entrevistas a un grupo focal de profesionales de la Comunicación para conocer sus perspectivas. Los resultados indicaron que la credibilidad de los informativos está significativamente asociada con la percepción de imparcialidad y la calidad de la información proporcionada en su estudio revelaron que, a pesar de la alta confianza en los informativos de televisión pública en términos de precisión y veracidad, persisten inquietudes sobre la influencia de factores externos como la presión política y económica en la independencia editorial. (pág. 73-84)

Las percepciones de las audiencias en el uso del melodrama en los noticieros televisivos de Chile. Según Mujica et al. (2020), en su artículo sobre las reacciones de la audiencia en el uso del melodrama en los noticieros televisivos investigó las reacciones de la audiencia previas a la dramatización en los relatos informativos. La investigación realizada en Chile analiza de cómo el melodrama, puede influir en la credibilidad y el impacto emocional de las noticias. Con un método cualitativo se evidencia tanto el entusiasmo como el rechazo hacia la necesidad de llevar equilibrio entre la emotividad y la objetividad para no perder la confianza de la audiencia. (pág. 2)

Como señala Rivera et al. (2020) sobre el tratamiento de la información local en tiempos de Covid-19 y la percepción de la audiencia se identificó cómo se gestionó la información local durante la pandemia, de qué manera fue percibida por la audiencia en la ciudad de Loja. Utilizando un enfoque cualitativo, mediante el análisis de contenidos de las cuentas oficiales de Twitter de los medios nativos y encuestas aplicadas a 175 habitantes para captar sus percepciones frente a la información recibida. Los resultados muestran que la audiencia experimentó incertidumbre debido a la sobrecarga informativa y la falta de claridad

en los medios locales. Aunque estos medios jugaron un rol crucial en la distribución de información relevante sobre la pandemia, se destacó la necesidad de mejorar la transparencia y veracidad en la gestión de la información local para fortalecer la confianza del público en situaciones de crisis. (pág. 124)

Como plantea Malavé (2022), la parrilla de programación y calidad de la televisión pública: caso Ecuador TV” se ubica en el contexto del análisis de la programación del único canal público de canal abierto en Ecuador. El estudio realizó una evaluación crítica de la calidad de los programas emitidos por el canal, considerando la homogeneidad de la programación como variable dependiente y el incremento de audiencia como variable independiente. Se utiliza una metodología cualitativa, con un enfoque exploratorio como explicativo, el método científico adoptado es el inductivo. Se revisó de manera la bibliografía de los trabajos para determinar la creación de un instrumento de evaluación con una escala de medición de intervalo, que fue aplicado por 10 profesionales expertos en la materia investigada. En conclusión, el estudio presenta calidad intermedia a nivel nacional en sus parrillas de programación. Sin embargo, se puede mejorar con herramientas propias del canal la programación de contenidos. (pág. 6)

Según los antecedentes presentados en estas investigaciones, se enfatiza que uno de los aspectos fundamentales que garantizan la calidad de la información proporcionada a las audiencias son las rutinas informativas que siguen los periodistas en su labor diaria. Este enfoque valida las dos variables de la presente investigación, puesto que las prácticas que son adoptadas para la producción de los contenidos influyen en cómo los receptores interpretan o cómo valoran la información que reciben, evidenciando así la importancia de una metodología rigurosa en el proceso informativo para fomentar una percepción crítica y consciente en las audiencias.

1.2. Formulación del problema de investigación.

- ¿Cómo las rutinas informativas del noticiero 24 Horas de Teleamazonas influyen en la percepción de las audiencias?

1.2.1. Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son las rutinas informativas y el contenido periodístico del noticiero 24 Horas de Teleamazonas?
- ¿Cómo incide el consumo informativo del noticiero 24 Horas de Teleamazonas en la percepción de las audiencias?

- ¿Por qué la percepción que tiene las audiencias sirve para optimizar la calidad del contenido periodístico?
- ¿Qué sugerencias basadas en la percepción de las audiencias se pueden recomendar para las rutinas informativas del noticiero 24 Horas de Teleamazonas?

1.3. Objetivos.

1.3.1. Objetivo general.

- Evaluar cómo las rutinas informativas del noticiero 24 Horas de Teleamazonas influyen en la percepción de las audiencias.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Identificar las rutinas informativas y el contenido periodístico del noticiero 24 Horas de Teleamazonas.
- Determinar la percepción de las audiencias sobre la credibilidad y objetivos del noticiero 24 Horas de Teleamazonas en relación con sus rutinas informativas.
- Analizar cómo las rutinas informativas del noticiero 24 Horas de Teleamazonas influyen en la selección, jerarquización y presentación de las noticias transmitidas a las audiencias.
- Indagar la percepción de las audiencias en relación al contenido periodístico que brinda el noticiero 24 Horas de Teleamazonas.

1.4. Justificación de la investigación.

La importancia de realizar el presente estudio radica en identificar si las rutinas informativas del noticiero 24 Horas afectan la percepción de las audiencias. Los medios de comunicación tradicionales siguen siendo una fuente principal para la mayoría de la población, por lo cual forman razonamientos a partir de información. La manera en que se presentan y verifican las noticias puede afectar significativamente la credibilidad o confianza del público en la información que consume.

Es necesario investigar cómo los televidentes reaccionan a los relatos informativos que ofrecen una perspectiva valiosa sobre las prácticas periodísticas afectan la credibilidad de las noticias y la confianza del público hacia los medios. La perspectiva de la audiencia no solo significa que se entiende sino cómo se presentan los acontecimientos, también las derivaciones emocionales que afligen a quien los observan al entender esas reacciones nos ayuda a saber si las técnicas narrativas utilizadas para narrar acontecimientos incrementan el entendimiento de los mismos o

por el contrario, llevan a propagar las nociones distorsionadas y perjudiciales que existen en la cultura popular.

El propósito de esta investigación es conocer y evaluar cómo opera el noticiero 24 Horas de Teleamazonas en el intercambio del hecho noticioso y la opinión en sus receptores. Al estudiar los análisis de producción, en el modo en que transmiten el conocimiento público, se pretende interpelar los saberes que pueden llegar a lograr una mejoría en el contenido, no solo mejorar la práctica profesional, sino también promover la confianza de los receptores hacia la prensa, desarrollar un vínculo entre prensa y su audiencia para formar una ciudadanía más activa

Este análisis gira en torno a los conceptos de la teoría de la agenda-setting y la teoría de framing. Los medios no solo transmiten información sobre acontecimientos, sino que también influyen en que se consideran importantes para el público. Por otro lado, la teoría del Framing examina la manera en que los medios transmiten y construyen información, la percepción de las audiencias en la manera en cómo influye en que la gente piensa sobre la verdad y la importancia de las noticias.

Los principales beneficiarios son la audiencia del Cantón Salinas y la sociedad en general, para comprender como funcionan las rutinas informativas del Noticiero 24 Horas de Teleamazonas, donde los televidentes puedan mejorar su capacidad de evaluar críticamente la información recibida fortaleciendo así la confianza con él público.

Es importante comprender las rutinas informativas, como la selección de temas, los formatos narrativos, y la percepción de los habitantes sobre la calidad del contenido informativo, para fortalecer la conexión entre los medios y su audiencia, fomentando una ciudadanía más crítica y mejor informada.

1.5.Hipótesis

Las rutinas informativas del noticiero 24 Horas de Teleamazonas podrían estar asociadas con variaciones en la percepción de las audiencias sobre la credibilidad y objetividad de las noticias que emite.

1.6. Variables

1.6.1. Rutinas informativas.

Desde el punto de vista del autor Yelo (2004), manifiesta que las rutinas informativas son procedimientos que influyen en el proceso periodístico, abordando la selección de contenidos, presentación y maquetación. Estas rutinas generan semejanzas entre los distintos medios, donde repiten fuentes y esto puede afectar la calidad de la información. Además, los contenidos pueden estar influenciados por la agenda mediática del medio. Este enfoque fomenta un estilo uniforme en el periodismo, basado en la aplicación de reglas que ajustan la cobertura de noticias sobre temas no relacionados. (pág. 109)

1.6.2. Percepción de las audiencias.

La percepción es el proceso mediante el cual las personas eligen, organizan la información para crear una imagen coherente del mundo que las rodea. Como menciona González et al. (2018):

Es la interpretación de lo que se percibe, es la consecuencia, la producción de un proceso que puede ser entendido como la interacción de la persona con su entorno, proceso que se produce por medio de los sentidos y que da resultado la producción de significados sobre el mundo en la mente de los que lo perciben. (pág. 220)

Esta afirmación destaca que la percepción es un proceso activo en que las personas no solo reciben información del entorno, su manera de interpretación u organizan para darle un significado más coherente.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual.

2.1.1. Rutinas informativas

Las rutinas informativas son procesos o hábitos que siguen los medios de comunicación para producir o distribuir las noticias. En el pasado, nuestra principal fuente de información eran los medios tradicionales en un sistema lineal, en la actualidad debido a los procesos de transformación digital y a la proliferación de plataformas en línea, han cambiado considerablemente (transformando) la forma de consumir la información.

Como mencionan Gómez & Julio (2023) “Los recientes cambios en las rutinas informativas son el resultado de la globalización de los continuos avances tecnológicos, que llevan a las nuevas generaciones a adaptarse y utilizar diferentes plataformas para obtener información” (págs. 13-44).

Estos nuevos patrones de consumo han obligado a los medios a ajustar sus rutinas informativas, buscando un balance entre el rigor periodístico y la inmediatez que demandan las audiencias actuales.

Según el autor Morales et al. (2022), en el análisis de la producción informativa de los canales resulta clave la noción de rutinas periodísticas que permite diferenciar analíticamente tres fases que organizan el trabajo de los periodistas: la etapa de selección, la de procesamiento y presentación de la información. (pág. 56)

Las rutinas informativas tienen la importancia de entender cómo se realiza la búsqueda de información. Se clasifican en tres etapas importantes: selección, procesamiento y presentación de información. Pero esta estructura no solo establece el trabajo de los o las corresponsales, sino que también puede conseguir calidad o la verdad de la información expuesta, la exigencia que tienen los periodistas al realizar su trabajo de manera más estructurada y ordenada para mejorar la confianza del público en los medios de comunicación.

2.1.2. Percepción de las audiencias

La percepción de las audiencias es la interpretación y valoración que los individuos hacen de los mensajes comunicativos recibidos, influenciadas por factores como el contexto cultural, experiencias previas y la credibilidad de la fuente.

La percepción es un mecanismo fundamental que nos permite entender el mundo mediante la experiencia sensorial y el razonamiento, ofreciendo una comprensión instantánea con una habilidad para discriminar con precisión, según Pabón (2022).

La percepción es el proceso o acto de adquirir conocimiento sobre objetos, hechos y verdades, a través de la experiencia sensorial o mediante el pensamiento. Un conocimiento inmediato, intuitivo o juicio; un discernimiento análogo a la percepción sensorial con respecto a su inmediatez y al sentimiento de certidumbre que lo acompaña, frecuentemente implica una observación agradable o una discriminación sutil. (p. 13)

La percepción es un acto multifacético de conocimiento que nos brinda una comprensión inmediata y certera de nuestro entorno.

Según Castillo (2020), la percepción inicia con la sensación que es transmitida al cerebro, el cual interpreta la sensación y la relaciona con experiencias anteriores; por ello la percepción es conocida también como la experiencia de la sensación, la forma en que el individuo observa el mundo que le rodea. (p. 16)

De este modo, la percepción se considera la principal fuente de información sobre nuestro entorno. Por esta razón existen numerosas investigaciones al respecto, aunque aborden diversos temas centrales, siempre se centran en las personas.

2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.

2.2.1. Credibilidades informativas

La credibilidad informativa analiza el nivel de confianza que los receptores tienen en la información que reciben. Como señala Bustamante et al. (2024):

Se relaciona en la percepción de la información si es precisa, objetiva o basada en los hechos verificables, que son factores que afectan la credibilidad es la objetividad de la presentación, la verificación de hechos y la fiabilidad del medio de comunicación. Para construir una sociedad bien informada. (págs. 158-181)

Esto indica que es fundamental que tanto los comunicadores como las audiencias desarrollen un enfoque crítico hacia la información, priorizando la verificación y la imparcialidad en la presentación de los hechos.

2.2.2. Estilo periodístico

Según el criterio de Soriano (Soriano, 2022), las técnicas de redacción y estilos periodísticos se han convertido en un aspecto fundamental en los medios de comunicación, pues garantizan una noticia precisa, transparente e inequívoca con el fin de que sus usuarios recepan de forma eficaz el mensaje. En conclusión, fortalecen la relación entre los medios y sus audiencias, garantizando un flujo de información más eficiente y confiable.

2.2.3. Fact-Checking

De acuerdo con Dalfonte et al. (2021) sugiera que “Es una práctica periodística que se enfoca en la verificación de declaraciones públicas de autoridades, o hechos de noticias que circulan en los medios de comunicación o redes sociales” (pág.3).

En los últimos años, esta herramienta es fundamental para garantizar la precisión y exactitud de la información con fuentes contrastadas. Por ende, al verificar los hechos proveen transparencia y rigor en el contenido presentando con el propósito de educar e informar a la población.

2.2.4. Agenda-setting

Con base en Arévalo (2023), la teoría de la agenda setting se centraba en cómo los medios de comunicación transmiten al público la relevancia de los temas que cubren.

Su propósito principal era responder hasta qué punto las noticias influyen en la percepción de las personas sobre la importancia de ciertos asuntos, personajes o eventos. A lo largo de los años, esta teoría ha intentado comprender de qué manera los medios impactan a sus audiencias, basándose en hipótesis críticas sobre los efectos de los medios y quienes destacan las influencias de los medios en la formación de opinión pública. (pág. 20)

Para argumentar, la teoría está intrínsecamente relacionada con las rutinas informativas de los medios de comunicación, ya que estas rutinas determinan qué temas se seleccionan y como se presentan siendo relevantes para el público.

2.2.5. Emociones de las audiencias

Como señalan los autores Mujica et. al (2020), en su artículo, ‘Percepciones de la audiencia respecto del uso del melodrama en noticias por televisión: entre el entusiasmo y el desprecio’ menciona las emociones de las audiencias:

La activación emocional es la estimulación que una persona experimenta al exponerse a ciertos contenidos, en los medios audiovisuales, este recurso se utiliza ampliamente debido a sus múltiples ventajas, la estimulación emocional no solo incentiva la búsqueda de información, sino que también incrementa los niveles de persuasión. (pág. 10)

Además, los contenidos están estrechamente relacionados tanto con los procesos emocionales como cognitivos, lo que genera una actitud positiva hacia el contenido y el placer que este produce.

2.2.6. Opinión pública

De este modo, Franco (2024) La opinión pública en los ciudadanos es el intercambio de diferentes puntos de vista en el que acceden a una variedad de información y perspectivas.

Hace referencia a que es un concepto en desarrollo, que parte debido a la necesidad de un enfoque multidisciplinario. Desde la ciencia política, se considera una hipótesis sobre el control social en; psicología, en vista como un regulador del comportamiento humano y en las ciencias de la comunicación, representa los resultados del proceso de comunicación. (p. 22)

Es importante porque puede reforzar o modificar las creencias y actitudes individuales, ayudando a las personas a comprender qué es relevante o aceptable en la sociedad.

2.2.7. Interactividad y participación

De acuerdo con el análisis de (Robledo et al., 2022) “La interactividad es el proceso de gestionar de manera lógica los entornos sociales, tanto digitales como físicos, recursos técnicos en la organización de contenidos, con el propósito de eliminar las barreras entre la narrativa o el público” (pág. 4).

Esto permite que las personas se conecten con el tema, la trama y los personajes e incluso se integren a ellos. Surge de la implementación de ciertos procesos como elementos que facilitan la interacción.

2.2.8. Efecto priming

Desde la posición del estudio de Suárez & Centurión (2018) menciona que “El efecto priming mejora el dominio de la visión y misión. (pág. 58)

Es conceptualizado como la tendencia a que las palabras o ideas recientemente utilizadas sean percibidas y vengan a la mente con facilidad, ejerzan influencia en la interpretación previa a ciertos criterios que pueden influir en la manera en que procesan o comprenden nuevas informaciones.

2.3. Marco Legal

En este apartado se expone el Marco Legal que define un conjunto de leyes relevantes para el periodismo o en un ámbito en particular que deben cumplir. Estas normas son importantes en la verificación y credibilidad de la información.

LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN (2019)

TÍTULO I

Disposición preliminar y definiciones

De acuerdo con la Ley orgánica de Comunicación, establece el marco para la comunicación en el país, promoviendo principios como la veracidad, pluralidad y diversidad.

Art.1. Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos y en la Constitución de la República del Ecuador. Además, el objeto de esta Ley comprenderá la protección del derecho a ejercer la libertad de expresión, y a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole a través de medios de comunicación. (Ley Organica de Comunicación y Asamblea Nacional del Ecuador , 2019)

CAPÍTULO II

Derechos a la Comunicación

SECCIÓN I

Derechos de libertad

Art.22. Derecho a recibir información de calidad. - Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada.

La verificación implica constar de que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido.

La contratación implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones.

La contextualización implica poner en conocimiento de la audiencia los antecedentes sobre los hechos y las personas que forman parte de la narración periodística.

Si las personas que son citadas como fuentes de información u opinión tienen un interés específico o vinculación de orden electoral, político, económico o de parentesco en relación a las personas o los hechos que forman parte de la narración periodística, esto deberá mencionarse como dato de identificación de la fuente. (Ley Organica de Comunicación y Asamblea Nacional del Ecuador , 2019)

TÍTULO II

Principios y derechos

Principios

Así mismo, Art.24. Derecho a la réplica o respuesta. Toda persona que haya sido directamente aludida a través de un medio de comunicación, de forma que afecte sus derechos a la dignidad, honra o reputación, tiene derecho a que ese medio publique o brinde acceso para que se realice su réplica o respuesta de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones, páginas o sección en medios escritos, o en el mismo programa, espacio y horario en medios audiovisuales, en el término de 72 horas o en las próximas 3 programaciones, a partir de la solicitud escrita planteada por la persona afectada. La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que le asistan o acudir a la Defensoría del

Pueblo para que inicie los procesos de protección de derechos, de conformidad con sus competencias. En ningún caso la réplica o respuesta eximirá de las otras responsabilidades legales en que se incurra. (Ley Organica de Comunicación y Asamblea Nacional del Ecuador , 2019)

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR (2021, p. 15)

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

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación de los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información. (Constitución de la República del Ecuador, 2021)

Sección novena

Personas usuarias y consumidoras

Art 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá el mecanismo de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor. (Constitución de la República del Ecuador, 2021, p. 27)

CODIGO DE ÉTICA DE TELEMASONAS (2013)

I.- Labor periodística

La actividad periodística.

Se entiende como un proceso diario, cuyo objetivo es generar información sobre los hechos de relevancia pública para la vida de los ciudadanos, los grupos sociales y la sociedad en general. El trabajo de Telemasonas busca que cada una de las noticias cumpla con las exigencias de veracidad, precisión, contextualización y contrastación, entendidas y asumidas como principios que definen una práctica periodística responsable y de alta calidad. Para alcanzar esos objetivos, el Canal asume que todas las noticias difundidas a través de sus espacios informativos son el resultado de una recopilación detallada de evidencias sobre los hechos, siguiendo los cuatro principios ya enunciados. (CODIGO DE ÉTICA DE TELEMASONAS, 2013)

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación.

El enfoque que se planteó dentro de la investigación será mixto. Según Medina et al. (2023), “La investigación mixta es un enfoque metodológico que busca combinar tanto métodos cuantitativos como cualitativos en un solo estudio o serie de estudios con el propósito de abordar de manera integral y enriquecedora los fenómenos de investigación” (p. 17). En este contexto nos permitió abordar de manera integral la percepción que tiene la audiencia en el noticiero 24 Horas de Teleamazonas mediante un análisis de encuesta y ficha de observación.

3.2. Tipo de investigación.

En este estudio sobre las rutinas informativas del noticiero 24 Horas de Teleamazonas, se empleó un enfoque de investigación descriptiva, el objetivo principal es identificar y analizar como estas rutinas influyen en la percepción de las audiencias. De acuerdo con Inga et al. (2022), “La investigación descriptiva se centra en recopilar información, auténtica precisa y sistemática, basada en características que puedan observarse y verificarse” (p. 41).

La investigación descriptiva es especialmente adecuada para este estudio, ya que facilita un análisis detallado y preciso a la identificación de la selección y difusión de noticias. Mediante la recopilación de datos, se pretende examinar de manera clara las percepciones de las audiencias en cuanto a la credibilidad, efectividad y relevancia de los contenidos informativos, explorando como estas prácticas influyen en la formación de la opinión pública.

3.3. Diseño de investigación.

En este estudio se llevó a cabo una investigación de tipo no experimental para evaluar las rutinas informativas con la observación y la percepción de las audiencias en el caso noticiero 24 Horas de Teleamazonas. Como afirma Hernández-Sampieri & Mendoza (2020), “Se define como una investigación que se lleva a cabo sin la manipulación intencionada de las variables son estudios en los que no se modifican deliberadamente”. (pág. 210)

El diseño no experimental se enfoca en observar, medir fenómenos y variables en entorno natural, sin intervenir en ellos para luego analizarlos. Es decir, ofrece datos relevantes para comprender la interacción de la audiencia con los medios.

3.4. Alcance de la investigación.

La investigación será de alcance descriptivo, se evaluaron las rutinas informativas del noticiero 24 Horas de Teleamazonas, analizando sus prácticas de producción y difusión de noticias, que nos ayudó a identificar el contenido periodístico presentado por este medio.

Desde la posición de Arias (2021), considera que “La función principal de estos estudios es aclarar las características, propiedades, perfiles, grupos, comunidades, objetos o cualquier fenómeno”. (pág. 5)

Este enfoque de la investigación se centra en identificar como las rutinas informativas influyen en la percepción de las audiencias en terminos de credibilidad, relevancia y su estructura de las noticias. Este busca aportar un análisis detallado sobre el rol de estas prácticas periodísticas. El objetivo final es ofrecer una visión clara y estructurada en las rutinas informativas y su relación con la percepción de las audiencias.

3.5. Población, muestra y periodo de estudio.

3.5.1. Población

Como indica Robles (2019), “La población se refiere al conjunto completo de elementos de interés, mientras que la muestra es una parte representativa de la población” (pág.2).

Se establece como un punto de referencia inicial para entender la realidad, lo que permite extraer conclusiones que construyen y fortalecen este análisis. Por consiguiente, se consideró a la población de Cantón Salinas; según datos estadísticos, INEC cuenta con 86.201 habitantes.

3.5.2. Muestra

Como menciona Vizcaíno et al. (2023) “Una muestra se define como un subconjunto seleccionado de personas, eventos u objetos tomados de una población o universo general con el propósito de realizar una investigación y obtener conclusiones aplicables a toda la población” (pág. 28). De esta manera el diseño de una muestra permite simplificar el proceso de recolección de datos que asegura así la validez de un estudio.

Según Perez et al. (2020), “Las muestras no probabilísticas no dependen de un proceso estadístico. Sin embargo, las unidades de análisis se seleccionan de la población, ya que de lo contrario no podría considerarse una muestra” (pág. 35). Es fundamental una selección de población que permita tener datos y serán útiles para el proceso de estudio.

3.5.3. Formula Aplicada

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 p * q}$$

n= Tamaño de muestra buscado

N= Tamaño de población o universo

Z= Parámetro estadístico

e= Error de estimación máximo aceptado

p= Probabilidad que ocurra el evento

q= (1-p) = Probabilidad de que no ocurra el evento

Donde:

- n = 383 (Tamaño de muestra)
- N = 86.201 (Tamaño de la población)
- Z = 1.96 (Nivel de confianza para un 95%)
- p = 0.50 (Probabilidad de que ocurra el evento)
- q = 0.50 (Probabilidad de que no ocurra el evento, es decir 1 - p)
- e = 0.05 (Error máximo aceptado)

Se aplico en la presente investigación debido al amplio tamaño de población, la fórmula que nos permitió obtener los siguientes datos: 383 personas como muestra.

3.6. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.

3.6.1. Observación

En palabras de Medina (2023), “La técnica de observación es un enfoque de investigación que consiste en registrar y analizar el comportamiento y las acciones de personas, grupos o fenómenos en su entorno natural” (pág.20). Esta observación puede llevarse a cabo de manera sistemática y controlada, o de forma más informal y descriptiva.

3.6.2. Encuesta

La encuesta se entiende como una entrevista a través de un cuestionario mediante preguntas estructuradas. Según Feria et al. (2020) “Se toma en cuenta que este método es autoadministrado, el diálogo se da entre el encuestado y sí mismo, mediado por el cuestionario de instrumento metodológico” (pág. 11). Fomenta así un dialogo interno que refuerza la confiabilidad y respuestas de los datos obtenidos.

3.7. Operacionalización de las variables

Tabla 1

Variable(s)	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica de levantamiento de información
Variable 1: Rutinas informativas	Las rutinas informativas se refieren a los métodos habituales. Como señala (Albarello, 2020), los usuarios se informan sobre noticias en el transcurso de sus actividades diarias, son prácticas estables a lo largo del tiempo y abarcan una variedad de medios a través de los cuales se accede a la información. (pág. 46-60)	<ul style="list-style-type: none"> - Credibilidad informativa - Estilo periodístico - Fact-checking - Agenda-setting 	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad Social - Estructura de la noticia - Práctica periodística - Relevancia de Contenidos 	<p>¿Considera que el noticiero cumple con su responsabilidad de informar de manera objetiva?</p> <p>¿Cree usted que la presentación visual de las noticias mejora la comprensión del contenido?</p> <p>¿Considera que el noticiero realiza un proceso riguroso de verificación de hechos antes de publicar la información?</p> <p>¿Considera que el noticiero prioriza temas que son relevantes para la audiencia?</p>	Encuesta Observación
Percepción de la audiencia	La percepción de las audiencias. De acuerdo con (Fonseca, 2024) “Es una acción sensorial, que facilita la entrada de información la cual permite la creación de ciertos criterios o conceptos personales” (pág. 7). Esto posibilita que los individuos puedan emitir juicios sobre algo.	<ul style="list-style-type: none"> - Emociones de las audiencias - Opinión pública - Interactividad y participación - Efecto priming 	<ul style="list-style-type: none"> - Influencia en la percepción - Sesgos cognitivos - Nivel de participación - Procesamiento de la información 	<p>¿Las emociones que siente al ver las noticias afectan su percepción sobre los hechos presentados?</p> <p>¿Cree usted que el noticiero fomenta una opinión pública sobre los temas tratados?</p> <p>¿Cree que la información que recibe previamente afecta la manera en que interpreta nueva información sobre el mismo tema?</p>	Encuesta Observación

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este apartado se observarán los datos obtenidos de la encuesta que se realizó en Google Forms a 383 habitantes del cantón Salinas.

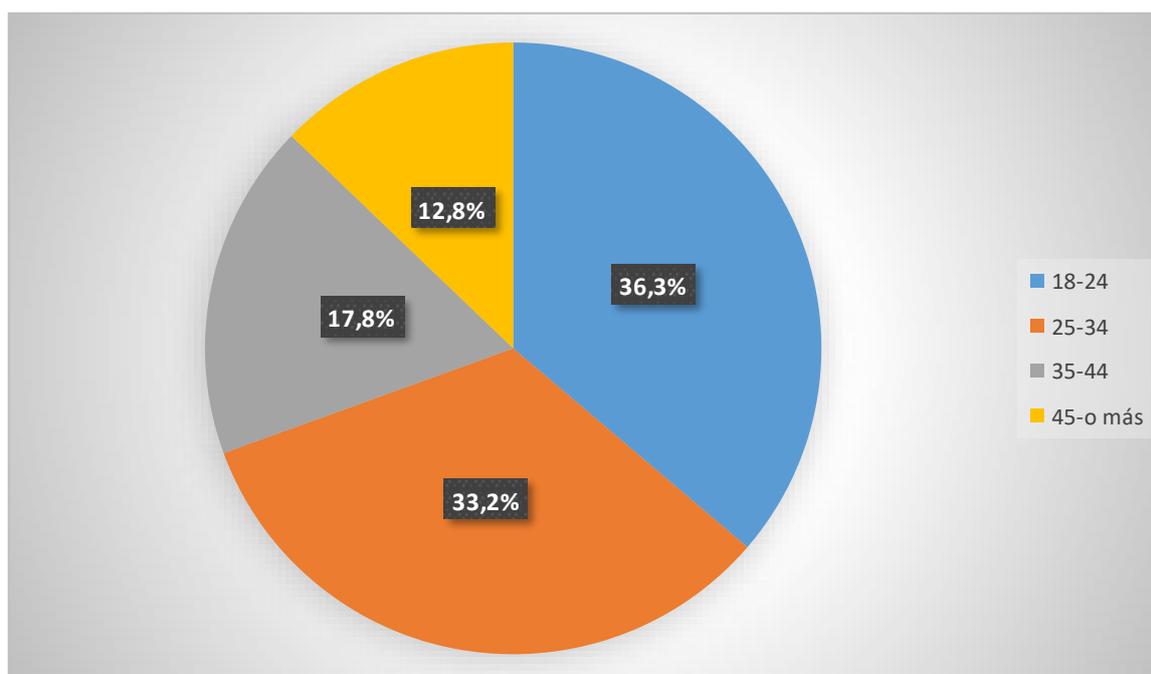
Tabla 2. Edad

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
18-24	139	36,3%
25-34	127	33,2%
35-44	68	17,8%
45-o más	49	12,8%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

Figura 1. Edad



Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

Respecto a la primera pregunta, los datos obtenidos, se manifiestan de la siguiente manera: 18-24 años (139), que equivale al 36.3%; 25-34 años (127), que equivale al 33.2%; 35-44 años (68) con un porcentaje de 17.8%; y por último 45 o más (49) con un 12.8%. En referencia a la encuesta realizada en el cantón Salinas.

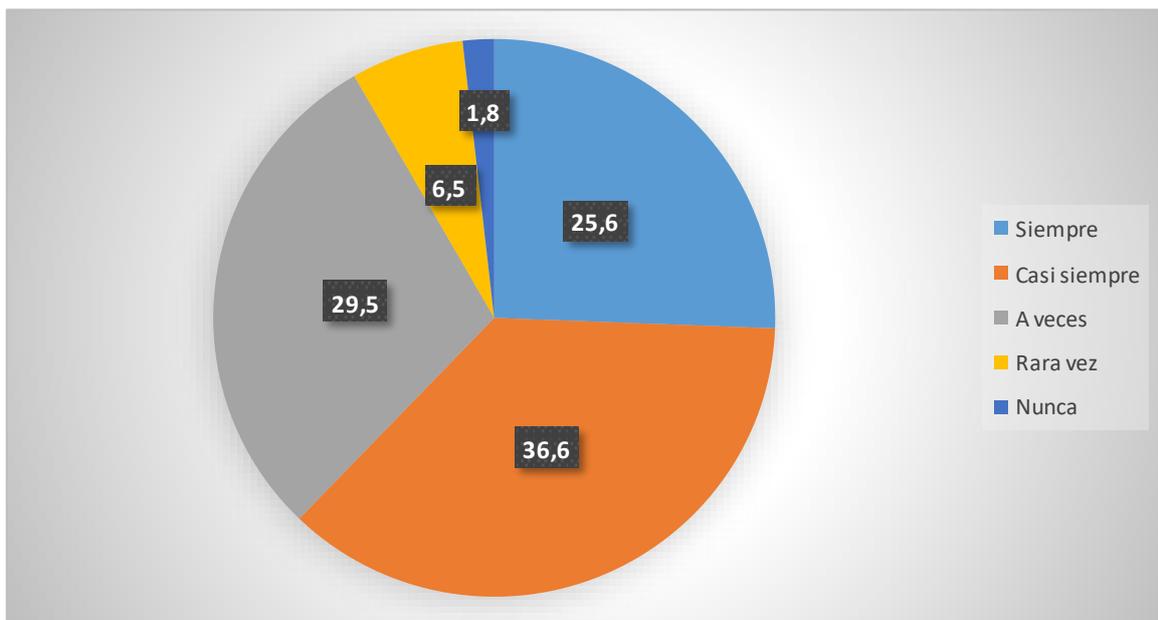
Tabla 3. ¿Considera que el noticiero cumple con su responsabilidad de informar de manera objetiva?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	98	25,6%
Casi siempre	140	36,6%
A veces	113	29,5%
Rara vez	25	6,5%
Nunca	7	1,8%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

Figura 2. ¿Considera que el noticiero cumple con su responsabilidad de informar de manera objetiva?



Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

Análisis: De acuerdo con la encuesta dirigida a la audiencia del noticiero 24 horas de Teleamazonas. Se obtuvieron los siguientes resultados: siempre (98), equivalente al 25.6%; casi siempre (140), equivalente al 36.6%; a veces (113), equivalente al 29.5%; rara vez (25), equivalente al 6.5%; nunca (7), equivalente al 1.8%. En conclusión, con un 36.6 % la audiencia determina que casi siempre el noticiero cumple con su responsabilidad de informar de manera objetiva.

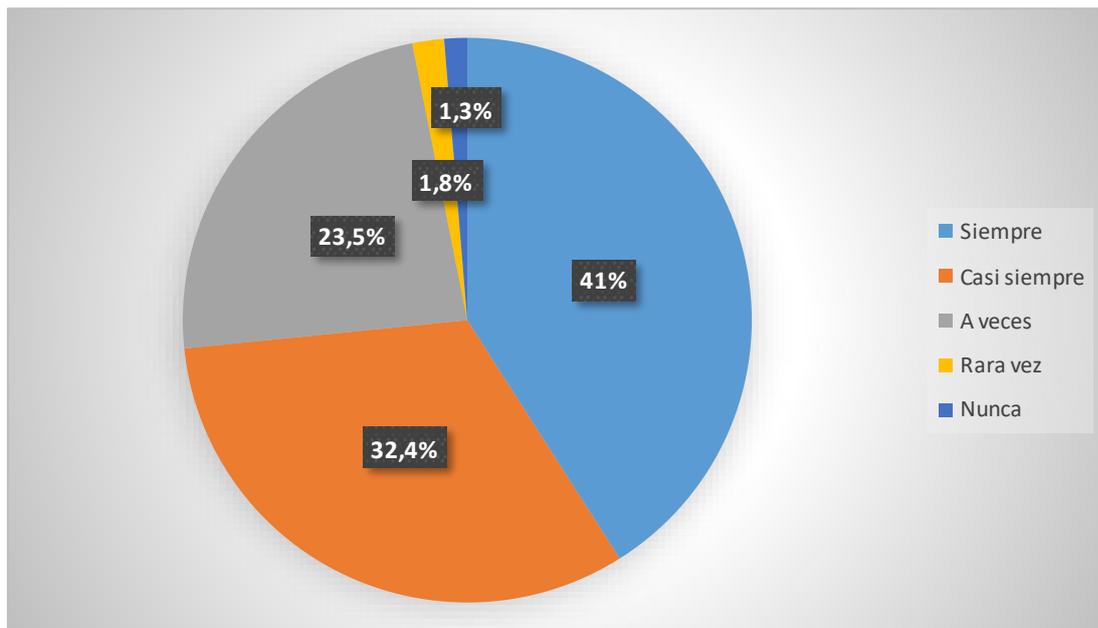
Tabla 4. ¿Cree usted que la presentación visual de las noticias mejora la comprensión del contenido?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	157	41%
Casi siempre	124	32,4%
A veces	90	23,5%
Rara vez	7	1,8%
Nunca	5	1,3%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz y Erika Sánchez - 2024.

Figura 3. ¿Cree usted que la presentación visual de las noticias mejora la comprensión del contenido?



Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

Análisis: Los resultados obtenidos por la encuesta dirigida a la audiencia del noticiero 24 horas de Teleamazonas. Destacan los siguientes resultados: siempre (157), equivalente al 41%; casi siempre (124), equivalente al 32,4%; a veces (90), equivalente al 23,5%; rara vez (7), equivalente al 1,8%; nunca (5), equivalente al 1,3%. En conclusión, el 41% refleja que la presentación visual es importante para la audiencia porque mejora la comprensión del contenido que presentan las noticias.

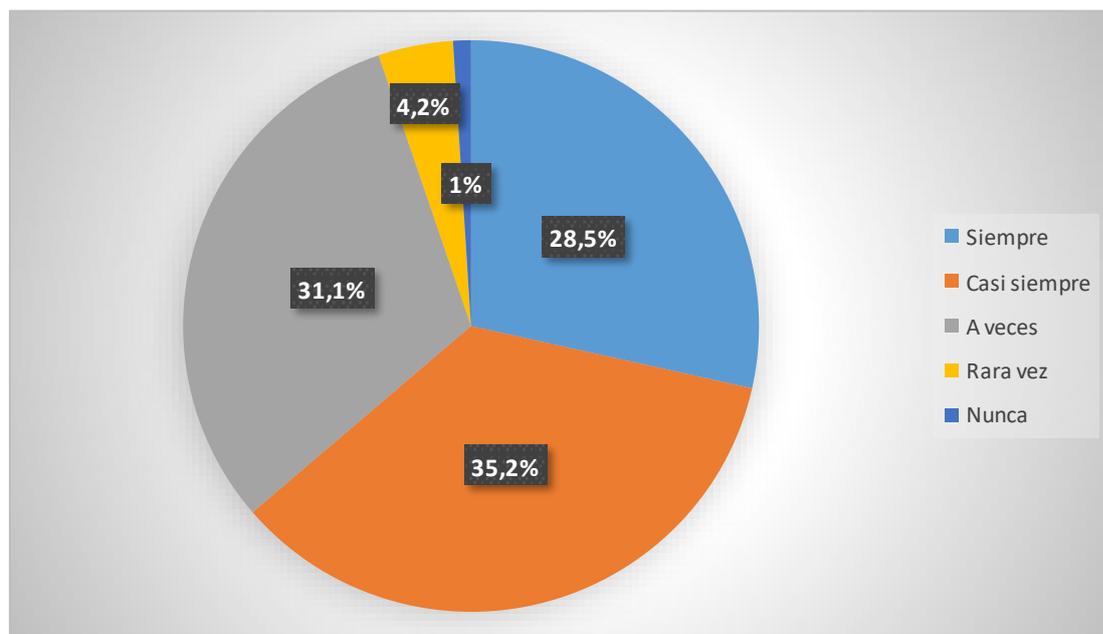
Tabla 5. ¿Considera que el noticiero realiza un proceso riguroso de verificación de hechos antes de publicar la información?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	109	28,5%
Casi siempre	135	35,2%
A veces	119	31,1%
Rara vez	16	4,2%
Nunca	4	1%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

Figura 4. ¿Considera que el noticiero realiza un proceso riguroso de verificación de hechos antes de publicar la información?



Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

Análisis: De acuerdo con la encuesta dirigida a la audiencia del noticiero 24 horas de Teleamazonas. Se obtuvieron los siguientes resultados: siempre (109), equivalente al 28.5%; casi siempre (135), equivalente al 35.2%; a veces (119), equivalente al 31.1%; rara vez (16), equivalente al 4.2%; nunca (4), equivalente al 1%. Se muestra que casi siempre el noticiero realiza un proceso riguroso en verificar hechos antes de divulgar la información.

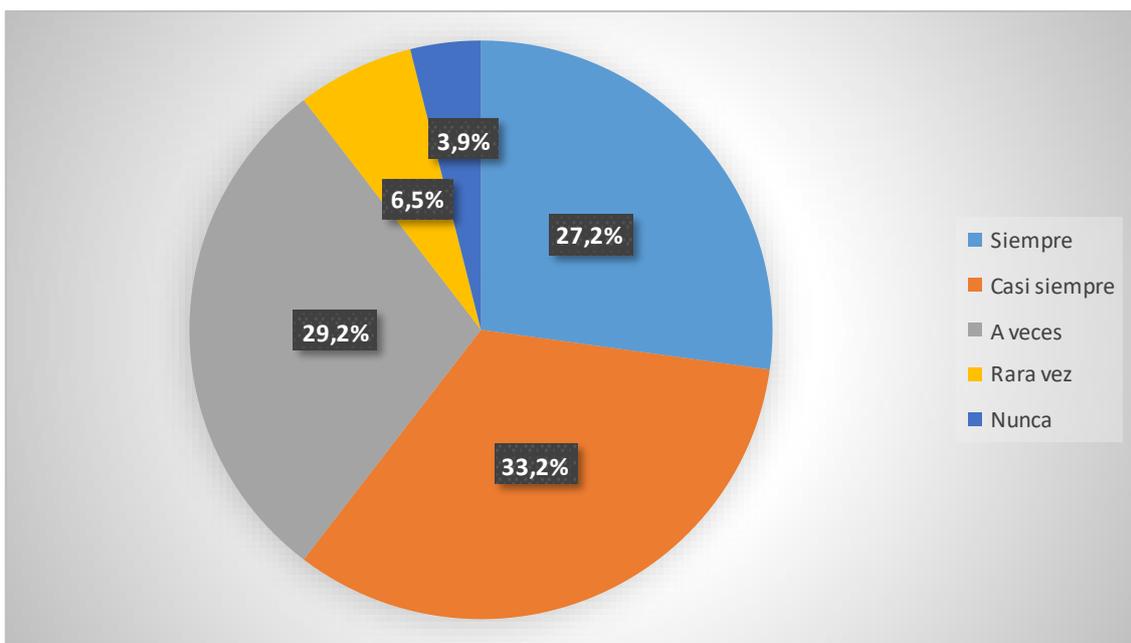
Tabla 6. ¿Considera que el noticiero prioriza temas que son relevantes para la audiencia?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	104	27,2%
Casi siempre	127	33,2%
A veces	112	29,2%
Rara vez	25	6,5%
Nunca	15	3,9%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

Figura 5. ¿Considera que el noticiero prioriza temas que son relevantes para la audiencia?



Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

Análisis: Resultados de la encuesta dirigida a la audiencia del noticiero 24 horas de Teleamazonas: siempre (104), equivalente al 27.2%; casi siempre (127), equivalente al 33.2%; a veces (112), equivalente al 29.2%; rara vez (25), equivalente al 6.5%; nunca (15), equivalente al 3.9%. En conclusión, podemos determinar que el noticiero prioriza temas relevantes para la audiencia en sus emisiones.

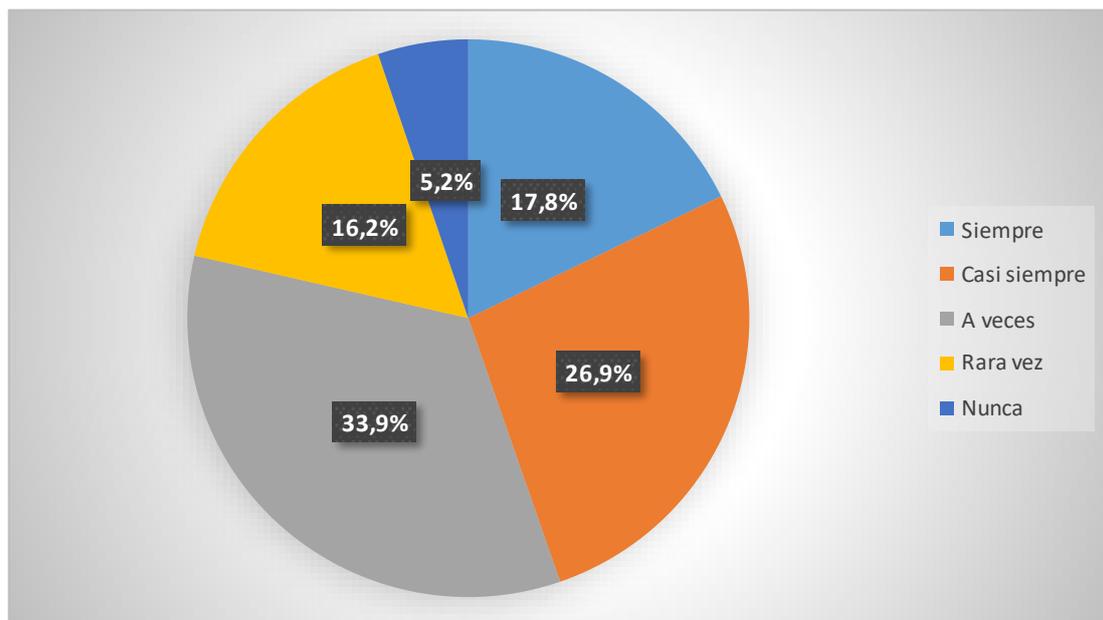
Tabla 7. ¿Las emociones que siente al ver las noticias afectan su percepción sobre los hechos presentados?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	68	17,8%
Casi siempre	103	26,9%
A veces	130	33,9%
Rara vez	62	16,2%
Nunca	20	5,2%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

Figura 6. ¿Las emociones que siente al ver las noticias afectan su percepción sobre los hechos presentados?



Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

Análisis: Los resultados de la encuesta se destacan de la siguiente manera: siempre (68), equivalente al 17.8%; casi siempre (103), equivalente al 26.9%; a veces (130), equivalente al 33.9%; rara vez (62), equivalente al 16.2%; nunca (20), equivalente al 5.2%. Según los resultados el 33.9% de los encuestados manifiestan que a veces los hechos que se presentan en las noticias influyen en sus emociones afectando su percepción sobre la noticia.

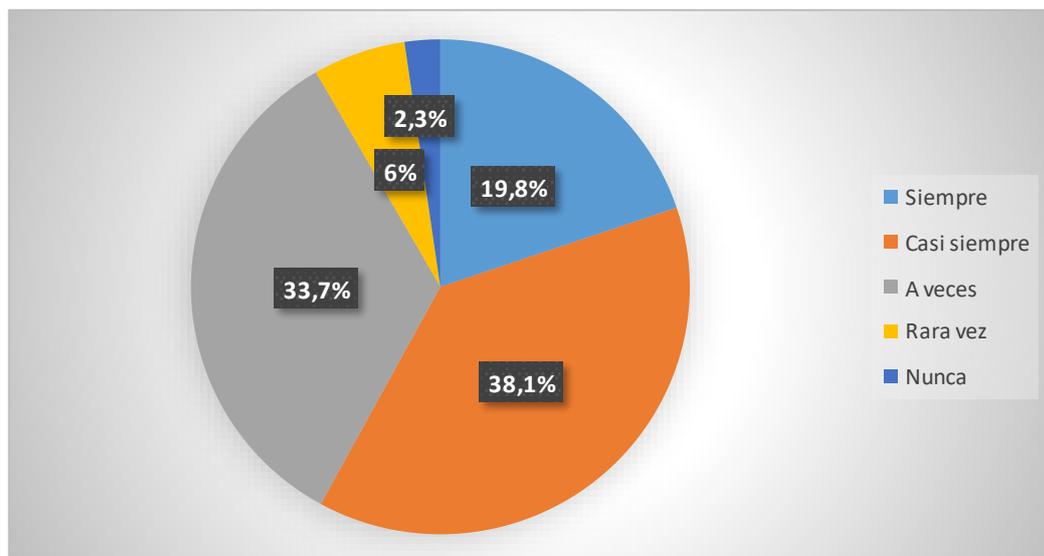
Tabla 8. ¿Cree usted que el noticiero fomenta una opinión pública sobre los temas tratados?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	76	19,8%
Casi siempre	146	38,1%
A veces	129	33,7%
Rara vez	23	6%
Nunca	9	2,3%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

Figura 7. ¿Cree usted que el noticiero fomenta una opinión pública sobre los temas tratados?



Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

Análisis: Según la encuesta dirigida a la audiencia del noticiero 24 horas de Teleamazonas, se determinaron los siguientes resultados: siempre (76), equivalente al 19.8%; casi siempre (146) equivalente al 38.1%; a veces (129), equivalente al 33.7%; rara vez (23), equivalente al 6%; nunca (9), equivalente al 2.3%. En conclusión, se considera que con un resultado emitido del 38.1% el noticiero fomenta una opinión pública en la audiencia sobre los diferentes temas tratados en su emisión.

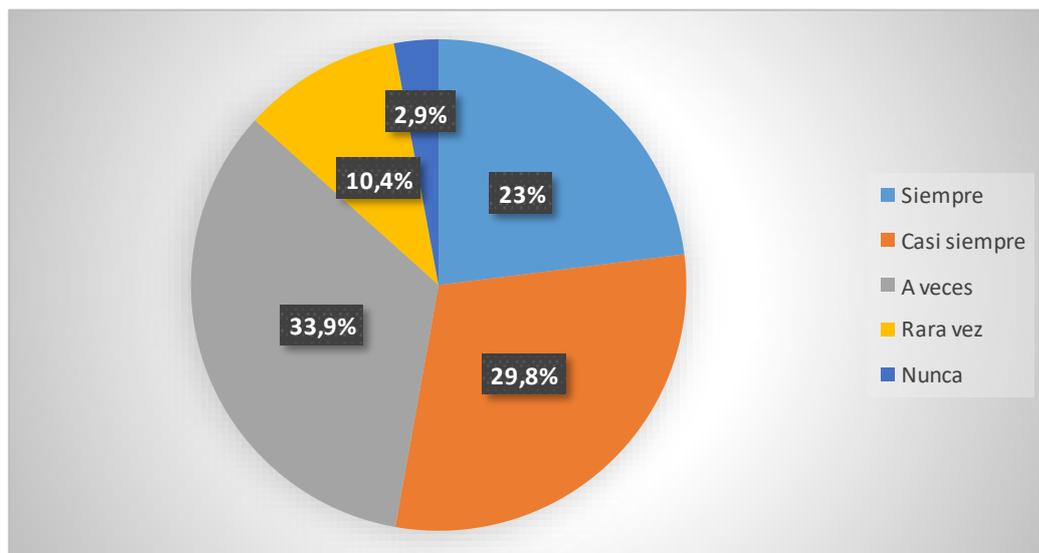
Tabla 9. ¿Cree que la información que recibe previamente afecta la manera en que interpreta nueva información sobre el mismo tema?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	88	23%
Casi siempre	114	29,8%
A veces	130	33,9%
Rara vez	40	10,4%
Nunca	11	2,9%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

Figura 8. ¿Cree que la información que recibe previamente afecta la manera en que interpreta nueva información sobre el mismo tema?



Fuente: Encuesta dirigida a la audiencia del noticiero Horas de Teleamazonas.

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

Análisis: De acuerdo con la encuesta dirigida a la audiencia del noticiero 24 horas de Teleamazonas respondieron de la siguiente manera: siempre (88), equivalente al 23%; casi siempre (114), equivalente al 29.8%; a veces (130), equivalente al 33.9%; rara vez (40), equivalente al 10.4%; nunca (11), equivalente al 2.9%. En conclusión, con un 33.9% manifiestan los encuestados que la información que se recibe previamente a veces si afecta la manera en que interpretan nueva información sobre el mismo tema.

Tabla 10. Ficha de observación

Como segundo instrumento de recolección de datos, se empleó una ficha de observación para evaluar diversos aspectos del noticiero 24 de Teleamazonas que debe seguir en relación al contenido que presentan. Se realizó una evaluación detallada de su contenido mediante la observación de sus emisiones estelares.

Técnica: Análisis de contenido

Instrumento: Cualitativo - Ficha de Observación

Tema: Rutinas informativas y la percepción de las audiencias: caso noticiero 24 horas de Teleamazonas.

Objetivo: Evaluar cómo las rutinas informativas del noticiero 24 horas de Teleamazonas influyen en la percepción de las audiencias.

Ficha de Observación				
Medio observado: Emisión Estelar - Noticiero 24 Horas Teleamazonas				
Tiempo de observación: Mes de octubre (Desde el 17 hasta el 24 de octubre del 2024)				
Observantes: Ortiz Matías Ariana Nicole y Sánchez Pozo Erika Estefanía				
Nº	Criterios	Si	No	Observaciones
1.	Durante la emisión estelar, se abordan una variedad de temas relevantes y de interés público, incluyendo noticias locales, nacionales e internacionales.	X		Se abordan diversos temas de la actualidad que pasan en el transcurso del día que son relevantes para la audiencia y de interés público, tanto locales y nacionales; sin embargo, en noticias internacionales no siempre muestran información.
2.	El noticiero presenta una estructura clara, comenzando con un resumen de las noticias más importantes, seguido de reportajes más detallados.	X		Se presenta una estructura clara con la información presentada primero se da un resumen del tema tratado luego abarca el reportaje investigativo con más información sobre la noticia.
3.	El noticiero utiliza gráficos, imágenes y videos que complementan la información presentada.	X		Sí, se muestra el uso de imagen y de videos que hacen referencia a la noticia presentada, captando la atención de los televidentes.
4.	El estilo informativo del noticiero es predominantemente serio y profesional, lo que refuerza la credibilidad del contenido.	X		El noticiero mantiene un tono serio y profesional en temas sociales o políticos.
5.	Los presentadores del noticiero se expresan de una forma clara.	X		Los presentadores utilizan un lenguaje claro y comprensible, lo que facilita la recepción de la información que mantiene un tono adecuado durante las emisiones del noticiero.
6.	El noticiero también aborda temas con un fuerte componente emocional, como historias humanas y tragedias.	X		Sí, abordan problemas sociales, pero no frecuentemente, usan los testimonios de las personas al presentar sus historias durante alguna crisis o suceso.
7.	El noticiero presenta una buena segmentación del contenido,	X		El noticiero segmenta ciertos temas con noticias de mayor relevancia de emergencia

	dividiendo los temas en bloques claramente definidos.			nacional, los cuales se presentan con mayor frecuencia, son abordados al iniciar la noticia y se actualizan en cada emisión.
8.	Se observa un fuerte énfasis en la actualidad, con un seguimiento de eventos en tiempo real y una respuesta rápida a las noticias de última hora.	X		Reaccionan rápidamente a las noticias de última hora, especialmente en situaciones de crisis, los reporteros se dirigen al campo y hacen actualizaciones en tiempo real de los hechos suscitados.

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Ariana Ortiz, Erika Sánchez, octubre 2024.

5. DISCUSIÓN

A partir de los datos recopilados mediante encuestas, esta discusión analiza cómo las rutinas informativas del noticiero 24 Horas de Teleamazonas influyen en la percepción de las audiencias. Para obtener la información se aplicaron dos instrumentos; una encuesta en Google Forms y la ficha de observación.

5.1. Discusión de resultados de encuesta

En referencia a la pregunta 5. **¿Las emociones que siente al ver las noticias afectan su percepción sobre los hechos presentados?** Expuso los siguientes datos: 33,9% respondieron “a veces” y 26,9% determinaron que “casi siempre” en su mayoría se evidencia que las ocasiones afectan la percepción de la audiencia sobre las noticias generadas, datos que se relacionan (Mujica et al., 2020), quienes afirman que la activación emocional o la estimulación que experimenta una persona al exponerse a ciertos contenidos no solo motiva la búsqueda de información, sino que también incrementa los niveles de persuasión, lo que sugiere que provocan una reacción emocional que influye en la forma en que el público interpreta los acontecimientos.

Las emociones que percibimos al ver las noticias, son la forma en que las personas interpretan los sucesos, perciben qué exactitud tiene la información y adoptan diferentes actitudes frente a los temas tratados.

Con relación a la pregunta 6. **¿Cree usted que el noticiero fomenta una opinión pública sobre los temas tratados?** Muestran los siguientes datos: 38,1% respondieron “casi siempre”, mientras el 33,1% que “a veces”. En estos datos se percibe que el noticiero contribuye en cierto grado a la información de una opinión pública sobre los temas que presentan. Esto se relaciona con lo planteado por (Franco, 2024), es la capacidad que tienen los medios de comunicación para reforzar o modificar actitudes individuales, la cual ayuda a las personas a identificar qué temas son relevantes o aceptables en la sociedad. Es un intermediario formativo, enmarcándolos en una forma de control social en la manera que influye en las personas lo que perciben o tienden a valorar, convirtiéndose en un factor decisivo para garantizar un intercambio plural y democrático de ideas.

Por otro lado, la pregunta 7. **¿Cree que la información que recibe previamente afecta la manera en que interpreta nueva información sobre el mismo tema?** Los datos de la encuesta determinan que el 33,9% de los encuestados consideran que “a veces” la información previa influye en su interpretación. Esto sugiere, que una parte de la audiencia,

que tienen conocimiento o exposición previos a un tema puede modular la forma en que asimilan nuevas informaciones relacionadas, (Suárez y Centurión, 2018) mencionan que el efecto priming sugiere que las audiencias interpretan nueva información a través del lente de sus experiencias o conocimientos previos. Así, los medios de comunicación no solo actúan únicamente como transmisores de datos actuales, sino como agentes que condicionan cómo la audiencia procesa y construye significados a partir de nuevos contenidos.

5.2. Discusión de resultados de ficha de observación

El objetivo de esta ficha de observación fue identificar las rutinas informativas y el contenido periodístico en la emisión estelar del Noticiero 24 horas de Teleamazonas, desde el 17 hasta el 24 del mes de octubre, medio que proporciona contenido informativo a la ciudadanía.

La ficha de observación se estructuró con 8 ítems clave para el estudio del medio, de los cuales se seleccionaron 4 de ellos que poseen mayor relevancia para evidenciar el problema de investigación.

El 1 ítem, analiza si, durante la emisión estelar, se abordan una variedad de temas relevantes y de interés público, incluyendo noticias locales, nacionales e internacionales. Se observó que el programa cubre diversos temas de la actualidad o que se generan en el transcurso del día que son relevantes para la audiencia, tanto a nivel local como nacional, aunque en noticias internacionales no siempre muestran información. Según, (Arévalo, 2023), la agenda setting sugiere que los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental al determinar cuáles temas se consideran importantes, se centran en la atención del público, son prácticas cotidianas de los medios de comunicación. En este sentido, la elección de contenidos locales o nacionales prioritarios muestra cómo las rutinas informativas dan preferencia a estos temas, debido a la cercanía y pertinencia para la audiencia. Por otra parte, la cobertura limitada de noticias internacionales indica una priorización intencionada que responde a la percepción del medio sobre los intereses de su público.

Con respecto al 4 ítem, el estilo informativo del noticiero, se constató que mantiene un tono predominante serio y profesional a la hora de informar. Este enfoque contribuye a reforzar la credibilidad de contenido de acuerdo con (Soriano, 2022), el estilo serio de una información asegura que el mensaje sea recibido de manera clara y efectiva por la audiencia. En este sentido, el noticiero tiene un estilo informativo bien definido, no solo busca atraer a

una audiencia, sino también consolidar la confianza del público mediante una comunicación efectiva y precisa.

Mientras tanto, en el ítem 7. Identifica si el noticiero presenta una segmentación clara del contenido, dividiendo temas en bloques definidos, se pudo evidenciar que las noticias de mayor relevancia y emergencia nacional se abordan con mayor frecuencia, especialmente al inicio de cada emisión, y se actualizan continuamente en las emisiones siguientes. Según (Franco, 2024), la opinión pública se construye a través del intercambio de diferentes puntos de vista y acceso a una variedad de información o perspectivas. En este sentido, la segmentación del noticiero no solo facilita el acceso a la información crítica y actualizada, sino que también contribuye activamente a la formación de la percepción pública al resaltar temas de alta prioridad que impactan directamente en la construcción de la opinión.

Por consiguiente, en el ítem 8. Se verifica si existe un énfasis en la actualidad con un seguimiento de eventos en tiempo real y una respuesta rápida a las noticias de última hora, se observa que el medio reacciona con rapidez en situaciones de crisis, dirigiendo a sus reporteros a diferentes puntos a realizar verificación de los hechos y hacer actualizaciones en tiempo real. Criterio que se relaciona con, (Dalfonte et al., 2021), es una práctica periodística que se enfoca en verificar la exactitud de las noticias que circulan en medios o redes sociales. En este sentido, la rapidez en la cobertura de noticias de última hora debe ir acompañada de un proceso riguroso de información para asegurar la precisión de la información, esto destaca la importancia de realizar verificación de hechos.

6. CONCLUSIONES

- El noticiero 24 Horas de Teleamazonas sigue rutinas informativas claras y estructuradas. Estos incluyen una introducción inicial en un resumen de noticias, seguida de un informe de investigación que amplía la información. Además, el uso de recursos audiovisuales contempla el contenido informativo promoviendo la conciencia pública.
- La audiencia percibe los informativos como fuentes serias y profesionales, especialmente en temas políticos y sociales. Aunque la cobertura limitada de las noticias internacionales puede afectar la percepción de su alcance del contenido que se ofrece.
- A partir de información recolectada, se determinó que, en relación a la credibilidad periodística, el medio realiza un proceso de comprobación de hechos en sus rutinas informativas, incluyendo entrevistas con expertos de diferentes campos y testimonios de personas directamente afectadas lo que humaniza las noticias y aborda los diferentes problemas sociales. Su trabajo periodístico e investigativo cumple en general con la responsabilidad de informar de manera objetiva.
- Se indagó la percepción de las audiencias en relación al contenido periodístico que se presenta en el noticiero 24 Horas de Teleamazonas. De acuerdo a la encuesta aplicada a 383 personas, se puede concluir que afecta en ciertos casos la manera en que se interpreta la información, esto muestra que las respuestas emocionales pueden cambiar la interpretación del contenido de las noticias en diversos grados. Entre las emociones más frecuentes que experimentan las audiencias se encuentran el enojo ante temas de corrupción o injusticias, la empatía y tristeza en tragedias humanas, la preocupación frente a crisis o problemas sociales.
- En conclusión, el noticiero 24 Horas de Teleamazonas se posiciona como un medio de comunicación que sigue rutinas informativas estructuradas, logrando generar confianza entre sus audiencias. Se destaca que, aunque el medio cumple con sus responsabilidades de informar, el impacto emocional de ciertos contenidos puede influir en la percepción de los televidentes, esto resalta la importancia de incorporar elementos de análisis y contextualización en sus prácticas periodísticas.

7. RECOMENDACIONES

- Se recomienda, que el noticiero 24 Horas de Teleamazonas siga informando sobre acontecimientos sociales, con credibilidad, dado que refuerza su vínculo con su público, demostrando su dedicación en la labor periodística mostrando temas de relevancia pública.
- Para aumentar el alcance de su audiencia, el noticiero podría incluir noticias internacionales de relevancia, así ampliaría los conocimientos de su público para complementar la atención de la audiencia tanto local como nacional.
- Se sugiere instaurar foros de opinión o áreas de participación en redes sociales o sus plataformas digitales, para que puedan entender de manera más efectiva las percepciones de la audiencia, sus diferentes puntos de vista y compartir sus opiniones.
- La capacitación de periodistas y presentadores sobre tendencias noticiosas, ética o el manejo de sus emociones en la presentación de la noticia ayudará a mantener la calidad y el profesionalismo en un entorno en que los medios están en constante cambio.
- Se podría añadir un apartado de análisis o contextualización que ayude a la audiencia a interpretar los hechos de manera más objetiva y reducir posibles sesgos emocionales.

REFERENCIAS

- Albarello, F. (2020). De la hegemonía al nicho: desplazamiento de medios tradicionales en rutinas informativas de un grupo de universitarios argentinos. 46-60.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22235/d.vi32.1946>
- Arévalo, S. (2023). La Agenda Setting y el Análisis Framing en medios impresos nacionales (El Comercio y el Universo) estudio del caso: propuesta de ley para la despenalización del aborto en casos de violación n, periodo enero – julio 2019.
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/11108>
- Arias, J., y Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Arequipa-Perú.
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
- Arizabaleta Dominguez, S. L., y Ochoa Cubillos, A. F. (06 de diciembre de 2016). Hacia una educación superior inclusiva en Colombia. *Scielo*, 41-56.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-24942016000200005&lng=en&tlng=es.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de Investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia. <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bustamante, G., Espinoza, G., y Lascano, D. (2024). Análisis del consumo y de la credibilidad informativa en estudiantes chilenos de Periodismo. (57), 158-181.
<https://doi.org/https://doi.org/10.7764/cdi.57.65507>
- Castillo, D. (2020). Percepciones docentes sobre dislexia en una escuela pública de primaria del distrito de Pueblo Libre. 18. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/17029>
- CODIGO DE ÉTICA DE TELEMASONAS. (2013).
<https://www.teleamazonas.com/images/documentos/pdf/CODIGOETICA.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (2021). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: LEXIS FINDER. https://defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Dalfonte, A., Corbacho, J., y García, S. (2021). El fact-checking en Iberoamérica: Evolución reciente y mapa de situación. *Digital Media. El papel de las redes sociales en el ecosistema comunicativo en tiempo de COVID-19*, 3. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.14185283>
- Feria, H., Matilla, M., y Mantecón, S. (2020). *LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA?* Las Tunas, Cuba.
<https://core.ac.uk/download/pdf/337317106.pdf>
- Fernando González Luna, Dolores Gutiérrez Rico. (2015). *Más allá de la inclusión educativa: Elementos para su desarrollo en una institución de educación superior*. (Vol. Primera edición). (I. U. Español, Ed.) México, México: Instituto Universitario Anglo Español.
- Fonseca, T. (2024). Percepción de los usuarios sobre la producción audiovisual en la cuenta de Facebook de la Radio Tv de La Casa de La Cultura Núcleo de Tungurahua.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/41145/1/BJCS-CS-752.pdf>

- Franco, S. (2024). La posverdad como cambio de la contextualización de la opinión pública: medios digitales El Vocero y Bacán. 23.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10684/1/UPSE-TCO-2024-0018.pdf>
- Gómez, D., y Julio, M. (2023). Competencia mediática para identificar noticias falsas. Estudio de caso con estudiantes de cuarto de secundaria de un colegio en Lima. (17), 13-42.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24265/cian.2023.n17.01>
- González, M., Sergio, R., y Arango, G. (2018). Estudiar las audiencias: tradiciones y perspectivas. 220. <https://doi.org/10.5294/978-958-12-0482-3>
- Herdoíza, M. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación - SENESCYT, Senescyt/Unesco, Quito.
- Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Vol. Sexta). México D.F., México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDIOTRES, S.A. DE C. V.
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Herrera Seda, C., Pérez Salas, C., y Echeita, G. (2016). Teorías Implícitas y Prácticas de Enseñanza que Promueven la Inclusión Educativa en la Universidad. Instrumentos y Antecedentes para la Reflexión y Discusión. 9(5), 49-64. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000500006>
- Incheon. (2016). *Educación 2030. Declaración de Incheon y Marco de Acción. Hacia una educación inclusiva y equitativa de calidad y un aprendizaje a lo largo de la vida para todos*. República de Corea: UNESCO.
- Inga, K., Coyla, S., y Montoya, G. (2022). *Metodología 5S: Una revisión bibliográfica y futuras líneas de investigación* (Vol. 2). Qantu Yachay.
<https://doi.org/https://doi.org/10.54942/qantuyachay.v2i1.20>
- Janet Camilo. (2020). *Plan Nacional de igualdad y equidad de género*. República Dominicana: PLANEG III.
- Ley Organica de Comunicación , y Asamblea Nacional del Ecuador . (9 de Febrero de 2019). *Ministerio de Telecomunicaciones*. Ley Órganica de Comunicación:
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- LEY ORGANICA DE COMUNICACION. (20 de feb de 2019).
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Luis, A. G. (2021). DISEÑO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. 70.
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
- Malavé, J. (04 de 04 de 2022). PARRILLA DE PROGRAMACIÓN Y CALIDAD DE LA TELEVISIÓN. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6967/1/UPSE-TCO-2022-0029.pdf>

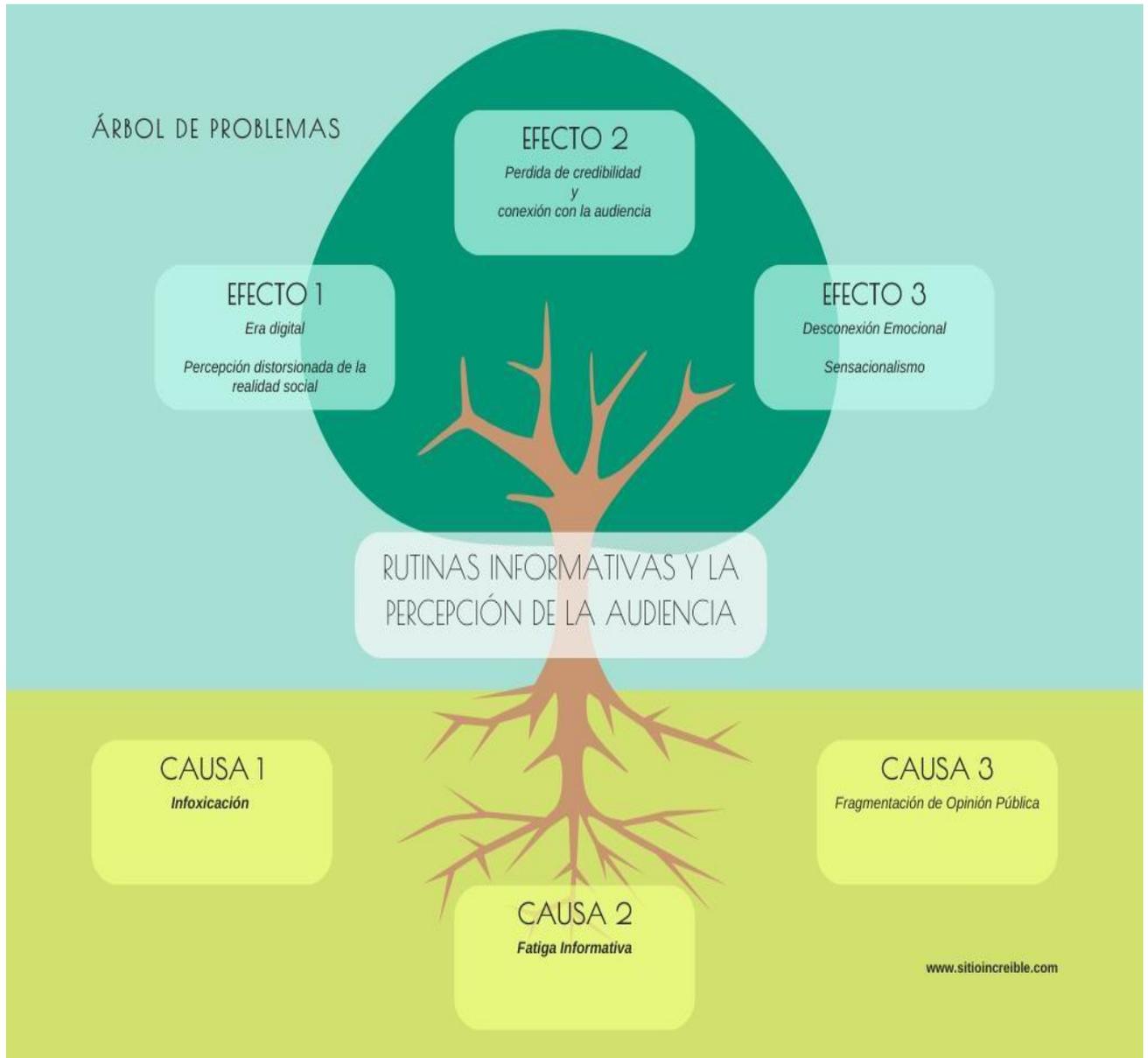
- Medina, M., Hurtado, D., Muñoz, J., Ochoa, D., y Inzudegui, G. (2023). Método mixto de investigación: Cuantitativo y cualitativo. <https://doi.org/https://doi.org/10.35622/inudi.b.105>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., y Castillo, R. (2023). *METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN: Técnicas e instrumentos de investigación*. Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Morales, S., Doyle, M., y Meirovich, V. (2022). Experiences and meanings on insecurity in Córdoba, Argentina: Multi-sited approach to the relationship between mass media and their audiences. <http://ojs.correspondenciasy analisis.com/index.php/Journalcya/article/view/422>
- Mujica, C., Grassau, D., Bachmann, I., Herrada, N., Flores, P., y Puente, S. (06 de 10 de 2020). Percepciones de la audiencia respecto del uso del melodrama en noticias por televisión: entre el entusiasmo y el desprecio. 23. <https://doi.org/https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.4.1>
- Mujica, C., Grassau, D., Bachmann, I., Herrada, N., Flores, P., y Puente, S. (2020). Percepciones de la audiencia respecto del uso del melodrama en noticias por televisión: entre el entusiasmo y el desprecio. 23.4. <https://doi.org/https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.4.1>
- Muñoz Loayza, B. A. (2018). *Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas*. Machala: Repositorio digital Utmach. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>
- Nicomedes, N. (2018). Tipos de Investigación. <https://core.ac.uk/download/pdf/250080756.pdf>
- Pabón, L. (2022). Percepción de la audiencia sobre el contenido publicado por dos tiendas virtuales en. 13. https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/33950/1/PabonLaura_2022_PercepcionAudienciaInstagram.pdf
- Perez, L., Seca, M., y Perez, R. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Maipue. <https://0a10ns02w-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/upse/138497?page=238>.
- Perez, X., Castro, M., y Freire, F. (01 de 07 de 2023). La credibilidad de los informativos de la televisión pública en España. 76. <https://doi.org/https://doi.org/10.3916/C76-2023-06>
- Rivera, D., León-Alberca, T., y Calva, D. (11 de 2020). Tratamiento de la información local en tiempos de Covid-19 y la percepción de la audiencia. https://www.researchgate.net/profile/Daniela-Calva/publication/346327840_Tratamiento_de_la_informacion_local_en_tiempos_de_Covid-19_y_la_percepcion_de_la_audiencia/links/603519cfa6fdcc37a8494869/Tratamiento-de-la-informacion-local-en-tiempos-de-Covid-19-y
- Rivero Pino R. (2021). *Desarrollo de capacidades de intervención profesional comunitaria, familiar y de género para la inclusión educativa*. Santa Elena.
- Rivero Pino, Ramón. (2021). *Instrumento para validación por especialistas de técnicas para la investigación "Desarrollo de Capacidades de Intervención Profesional Comunitaria, Familiar y de Género para la Inclusión Educativa Universitaria*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena.
- Robledo, K., Tejedor Santiago, P. C., y Gabriel, T. (2022). Cyberperiodismo y participación: taxonomía de la interactividad en los medios digitales. *Comunicación y Sociedad*, 4. <https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8192>

- Robles, B. (2019). *Población y muestra*.
<https://doi.org/http://doi.org/10.22497/PuebloCont.301.30121>
- SENESCYT. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Quito: Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Solís Sabanero, A. (2016). La perspectiva de género en la educación. *Desarrollo profesional docente: reforma educativa, contenidos curriculares y procesos de evaluación*, 97-107.
- Soriano, J. (2022). Técnicas de redacción y estilo periodístico en la página web del medio de comunicación digital Radio Salinas 103.3 FM.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6999/1/UPSE-TCO-2022-0057.pdf>
- Suárez, J., y Centurión, Á. (2018). Publicidad con efecto priming para mejorar el dominio de la visión y misión de una institución educativa lambayecana, 2019. *Comunifé*, 18.
<https://doi.org/10.33539/comunife.2018.n18.2201>
- Torres-Ortiz, J.A. & Duarte, J.E. (Junio de 2016). Los procesos pedagógicos administrativos y los aspectos socio-culturales de. *Investigación, Desarrollo, Innovación*, 6, 179-190.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.19053/20278306.4606>
- Unesco. (2020). *América Latina y el Caribe: Inclusión y educación: todos y todas sin excepción*. París: Informe de Seguimiento de la Educación en el Mundo 2020.
- Vizcaíno, P., Maldonado, I., y Cedeño, R. (2023). *Metodología de la investigación científica: guía práctica* (Vol. 7). Quito-Ecuador: Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar.
<https://doi.org/> https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658
- Yelo, M. (2004). *Las rutinas informativas en la construcción de la actualidad*. Madrid.
<https://docta.ucm.es/entities/publication/2195e8e5-03a8-4384-94c4-c0d887c43a5a>

ANEXOS

Anexo 1

Árbol de problemas



Anexo 2

Validación de instrumentos

Técnica: Análisis de Contenido

Instrumento: Cualitativo- Ficha de Observación

Tema: Rutinas informativas y la percepción de las audiencias: caso noticiero 24 horas de Teleamazonas.

Objetivo: Evaluar cómo las rutinas informativas del noticiero 24 horas de Teleamazonas influyen en la percepción de las audiencias.

Ficha de Observación				
Medio observado: Emisión Estelar- Noticiero 24 Horas Teleamazonas				
Tiempo de observación: Mes de octubre (Desde el 17 hasta 24 de octubre del 2024)				
Observantes: Ortiz Matías Ariana Nicole y Sánchez Pozo Erika Estefanía				
N°	Criterios	Si	No	Observaciones
1.	Durante la emisión estelar, se abordan una variedad de temas relevantes y de interés público, incluyendo noticias locales, nacionales e internacionales.	X		Se abordan diversos temas de la actualidad o que pasan en el transcurso del día que son relevante para la audiencia y de interés público tanto locales y nacionales, sin embargo en noticias internacionales no siempre muestran información.
2.	El noticiero presenta una estructura clara, comenzando con un resumen de las noticias más importantes, seguido de reportajes más detallados.	X		Se presenta una estructura clara con la información presentada primero se da un resumen del tema tratado luego abarca el reportaje investigativo con más información sobre la noticia.
3.	El noticiero utiliza gráficos, imágenes y videos que complementan la información presentada.	X		Si, se muestra el uso de imagen y de videos que hacen referencia a la noticia presentada captando la atención de los televidentes.
4.	El estilo informativo del noticiero es predominantemente serio y profesional, lo que refuerza la credibilidad del contenido.	X		El noticiero mantiene un tono serio y profesional en temas sociales o políticos.
5.	Los presentadores del noticiero se expresan de una forma clara.	X		Los presentadores utilizan un lenguaje claro y comprensible, lo que facilita la recepción de la información que mantiene un tono adecuado durante las emisiones del noticiero.
6.	El noticiero también aborda temas con un fuerte componente emocional, como historias humanas y tragedias.	X		Si, abordan problemas sociales, pero no frecuentemente, usan los testimonios de las personas al presentar sus historias durante alguna crisis o suceso.
7.	El noticiero presenta una buena segmentación del contenido, dividiendo los temas en bloques claramente definidos.	X		El noticiero segmenta ciertos temas con noticias de mayor relevancia de emergencia nacional los cuales se presentan con mayor frecuencia, son

				abordados al iniciar la noticia y se actualizan en cada emisión.
8.	Se observa un fuerte énfasis en la actualidad, con un seguimiento de eventos en tiempo real y una respuesta rápida a las noticias de última hora.	X		Reaccionan rápidamente a las noticias de última hora, especialmente en situaciones de crisis, lo reporteros se dirigen a campo y hacen actualizaciones en tiempo real de los hechos suscitados,

Fuente: Análisis de contenido

Elaborado por: Ariana Ortiz y Erika Sánchez



Lcda. Martha Yesenia Suntaxi Andrade Mgtr.

Juez experto

C.I.:0915060677

INSTRUMENTO

Técnica: Encuesta con escala de Likert

Instrumento: Cuestionario

Población y muestra: Habitantes del Cantón Salinas 383 personas.

Tema: Rutinas informativas y la percepción de las audiencias: caso noticiero 24 horas de Teleamazonas.

Objetivo: Evaluar cómo las rutinas informativas del noticiero 24 horas de Teleamazonas influyen en la percepción de las audiencias.

Escala: Siempre, Casi siempre, a veces, rara vez, nunca

Edad:

18 – 24

25 – 34

35-44

45- o más

¿Usted ve noticias por el medio televisivo?

Siempre

Casi siempre

a veces,

rara vez

nunca

1. ¿Considera que el noticiero cumple con su responsabilidad de informar de manera objetiva?
 - Siempre
 - Casi siempre
 - a veces,
 - rara vez
 - nunca

2. ¿Cree usted que la presentación visual de las noticias mejora la comprensión del contenido?
 - Siempre
 - Casi siempre

- a veces,
 - rara vez
 - nunca
3. ¿Considera que el noticiero realiza un proceso riguroso de verificación de hechos antes de publicar la información?
- Siempre
 - Casi siempre
 - a veces,
 - rara vez
 - nunca
4. ¿Considera que el noticiero prioriza temas que son relevantes para la audiencia?
- Siempre
 - Casi siempre
 - a veces,
 - rara vez
 - nunca
5. ¿Las emociones que siente al ver las noticias afecta su percepción sobre los hechos presentados?
- Siempre
 - Casi siempre
 - a veces,
 - rara vez
 - nunca
6. ¿Cree usted que el noticiero fomenta una opinión pública sobre los temas tratados?
- Siempre
 - Casi siempre
 - a veces,
 - rara vez
 - nunca

7. ¿Cree que la información que recibe previamente afecta la manera en que interpreta nueva información sobre el mismo tema?
- Siempre
 - Casi siempre
 - a veces
 - rara vez
 - nunca

A handwritten signature in blue ink, reading "Martha Y. Suntaxi A", written over a horizontal line.

Lcda. Martha Yesenia Suntaxi Andrade Mgtr.

Juez experto

C.I: 0915060677

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Guía de preguntas – Rutinas informativas - Percepción de las audiencias

Indicador es	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.

Promedio:	
Juez Experto	Lcda. Martha Yesenia Suntaxi Andrade, Mgtr
CI:	0915060677
Teléfono	0995045050
E-mail:	msuntaxi@upse.edu.ec
	
Firma	

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Ortiz Matías Ariana Nicole	
Apellidos y Nombres:	Sánchez Pozo Erika Estefania	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Rutinas informativas y la percepción de las audiencias: Caso noticiero 24 horas de Teleamazonas		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Ficha de contenido	
Objetivo:	Evaluar cómo las rutinas informativas del noticiero 24 horas de Teleamazonas influyen en la percepción de las audiencias.	
Dirigido a:	Noticias 24 Horas de Teleamazonas- Emisión Estelar	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Lcda. Martha Yesenia Suintaxi Andrade Mgtr.	
Documento de Identidad:	0915060677	
Grado Académico:	Master	
Especialidad:	Gestión e Investigación en Comunicación	
Experiencia Profesional (años):	14 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

Fecha: La libertad, 15 de octubre del 2024

Lcda. Martha Yesenia Suintaxi Andrade Mgtr.
Juez experto

C.I: 0915060677

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Ortiz Matías Nicole Ariana	
Apellidos y Nombres:	Sánchez Pozo Erika Estefanía	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Rutinas informativas y la percepción de las audiencias: caso noticiero 24 horas de Teleamazonas		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Cuestionario	
Objetivo:	Evaluar cómo las rutinas informativas del noticiero 24 horas de Teleamazonas influyen en la percepción de las audiencias.	
Dirigido a:	Audiencia del noticiero 24 horas de Teleamazonas	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Lcda. Martha Yesenia Suntaxi Andrade Mgtr.	
Documento de Identidad:	0915060677	
Grado Académico:	Master	
Especialidad:	Gestión e Investigación en Comunicación	
Experiencia Profesional (años):	14 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

Fecha: La libertad, 15 de octubre del 2024

Lcda. Martha Yesenia Suntaxi Andrade Mgtr.
Juez experto

C.I: 0915060677

Anexo 3

Evidencia del contenido evaluado para la ficha de observación



Noticiero de Ecuador (Emisión Estelar 20/10/2024)



Noticiero de Ecuador (Emisión Estelar 23/10/24)



Anexo 4

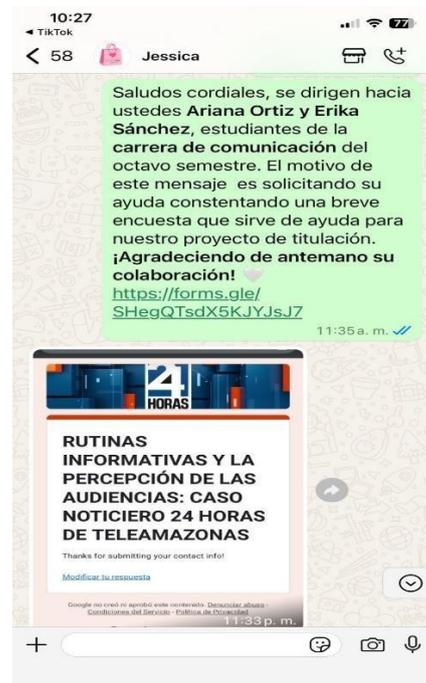
Evidencia de la encuesta aplicada en Google forms





Anexo 5

Difusión de la encuesta



Anexo 6

Tutorías académicas

Tema: Revisión del capítulo I

Tiempo: 1 hora

Modalidad: presencial

Total, De Estudiantes: 2

5 de septiembre del 2024



Tema: Corrección de antecedentes y preguntas de investigación

Tiempo: 1 hora

Modalidad: presencial

Total, De Estudiantes: 2

9 de septiembre del 2024



Tema: revisión del marco meteorológico y los de instrumentos

Tiempo: 1 hora

Modalidad: presencial

Total, De Estudiantes: 2

17 de octubre del 2024



Tema: revisión de preguntas para las encuestas

Tiempo: 1 hora

Modalidad: presencial

Total, De Estudiantes: 2

20 de octubre del 2024

