



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

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

TEMA

**LA INMEDIATEZ Y LA PÉRDIDA DE CREDIBILIDAD EN LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN MULTIMEDIA DEL CANTÓN LA
LIBERTAD 2022**

AUTORA

DAYANA GISELA VÁSQUEZ MALAVÉ

TUTOR

LCDO. WASHINGTON OSWALDO DUTÁN, MGTR.

DOCENTE ESPECIALISTA

LCDO. MILTON MARCOS GONZÁLEZ SANTOS, MGTR.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

SUB-LÍNEA

MEDIOS IMPRESOS, Y LA UTILIZACIÓN DE LAS TIC AL DESARROLLO SOCIAL

LA LIBERTAD, ECUADOR, SEPTIEMBRE 2022

TEMA

**LA INMEDIATEZ Y LA PÉRDIDA DE CREDIBILIDAD EN LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN MULTIMEDIA DEL CANTÓN LA LIBERTAD 2022**

AGRADECIMIENTO

Agradezco a cada una de las personas que forman parte de mi vida, que con sus diferentes personalidades y pensamientos me han ayudado como impulso para seguir avanzando, a las personas que siguen a mi lado y a quienes tal vez ya no están, porque han dejado algo de ellos en mí, que de seguro me ayudo a crecer como persona, hija, hermana, amiga, mujer y profesional.

Agradezco a cada uno de los docentes que me guiaron a lo largo de mi vida estudiantil y me brindaron sus conocimientos, sobre todo a mi docente tutor, a mi docente especialista que fueron bases importantes para este trabajo.

Le doy las gracias al medio de comunicación ESTV Canal Informativo Peninsular que me permitió realizar el trabajo, especialmente a los directivos y colaboradores por darme la apertura en su medio.

A mis padres que me brindaron siempre su apoyo en varios aspectos, a mi hermano y a mis hermanas que son el arcoíris de mi vida, a mis amigos y compañeros de estudio con quienes hoy estoy por culminar una etapa más y a mis mascotas por su amor incondicional.

Dayana Gisela Vásquez Malavé

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios que siempre fue mi apoyo, fortaleza y guía en todo momento, a mi familia que estuvo y está apoyándome en cada una de mis decisiones, que con su cariño y enseñanzas me permitieron aprender de la vida, los sueños y de sus obstáculos.

Pero sobre todo este proyecto está dedicado a mí, a la niña interior que cumplió su rol como estudiante de primaria, para mi yo adolescente que tropezó y aprendió en el colegio y para la joven que entro llena de metas a la Universidad, que hoy tiene la oportunidad de realizar este trabajo para ser la profesional en la que siempre deseo convertirme.

Dayana Gisela Vásquez Malavé



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

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

La Libertad, 26 de julio del 2022

Doctora
Lilian Susana Molina Benavides
Directora de la Carrera de Comunicación
En su despacho. –

En calidad de tutor asignado por la Carrera de Comunicación, informo a usted que la señorita: **Dayana Gisela Vásquez Malavé**, con cédula de identidad N° **240003237**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el REGLAMENTO DE TITULACIÓN DE GRADO Y POSTGRADO DE LA UPSE (UIC).

Art 14.- Actividades académicas del docente tutor: El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, será de forma híbrida (presencial/virtual), quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que a señorita: **Dayana Gisela Vásquez Malavé**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la (UIC) con el proyecto de investigación titulado: **La Inmediatez y la Pérdida de Credibilidad en los Medios de Comunicación Multimedia del Cantón La Libertad 2022.**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; proyecto de investigación.

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

Atentamente,



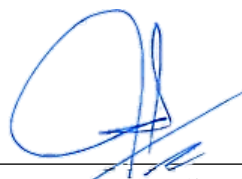
Firmado digitalmente por:
**WASHINGTON
OSWALDO DUTAN**

Lcdo. Washington Oswaldo Dután, Mgtr
Docente tutor/a
Trabajo Integración Curricular II
CI: 1710806009
Correo Institucional: [wdutan@upse.edu.ec](mailto:wдутан@upse.edu.ec)
Cel: 0984996339

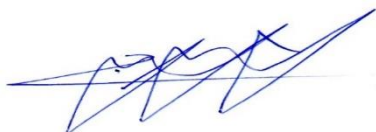
**MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**



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



Lcdo. Milton Marcos González Santos, Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcdo. Washington Oswaldo Dután, Mgtr.
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. García González Vilma Maribel, Mgtr.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Vásquez Malavé Dayana Gisela
ESTUDIANTE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo **Dayana Gisela Vásquez Malavé** con CI: **2450003237**; estudiante del **OCTAVO SEMESTRE** de la Carrera de **COMUNICACIÓN; FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA SALUD** de la **UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**, declaro que el presente proyecto de investigación con título: **La Inmediatez y la Pérdida de Credibilidad en los Medios de Comunicación Multimedia del Cantón La Libertad 2022**; es de mi completa autoría, presentando originalidad y sustentándose con base a fundamentos teóricos debidamente citados.



Dayana Gisela Vásquez Malavé

CI: 2450003237

Correo Institucional: dayana.vasquezmalave@upse.edu.ec

Cel. 0968407720

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	13
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	14
1.1 Descripción del problema.....	14
1.2 Formulación del problema	14
1.3 Preguntas de investigación.....	14
1.4 Justificación.....	15
1.5 Objetivos	15
1.5.1 General.....	15
1.5.2 Específicos	16
1.6 Hipótesis.....	16
1.7 Variables.....	16
1.7.1 Variable dependiente. - Pérdida de credibilidad	16
1.7.2 Variable independiente. - La Inmediatez	16
1.8 Operacionalización de Variables:.....	17
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	18
2.1 Antecedentes	18
2.2 Marco conceptual	20
2.2.1 La inmediatez.....	20
2.2.2 Información.....	20
2.2.3 Fuentes	21
2.2.4 Tecnologías de la Información y Comunicación	21
2.2.5 Pérdida de credibilidad	22
2.2.6 Fake News.....	22
2.2.7 Medios de comunicación	23
2.2.8 Comunicador.....	24
2.3 Marco legal.....	25
3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	28
3.1 Tipo de investigación	28

3.2	Enfoque de la investigación	28
3.3	Diseño de investigación	28
3.4	Métodos de investigación.....	29
3.5	Técnicas e instrumentos de recopilación de datos	29
3.6	Encuestas.....	29
3.6.1	Ficha de Observación.....	29
3.6.2	Entrevista	30
3.7	Universo, población y muestra.....	30
4.	CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
4.1	Procesamiento de la información	32
4.2	Análisis, interpretación de resultados.....	36
4.3	Discusión de resultados.....	40
	CONCLUSIONES	43
	RECOMENDACIONES.....	44
	BIBLIOGRAFÍA	45
	ANEXOS	48
	Anexo 1: Variable (Operacionalización)	48
	Anexo 2: Matriz de consistencia de la Investigación.....	50
	Anexo 3: Instrumento - Cuestionario de Preguntas	52
	Anexo 4: Matriz de validación de contenido por juicio de expertos	53
	Anexo 4: Ficha de Evaluación del Instrumento	56
	Anexo 5: Validez de contenido del instrumento.....	58
	Anexo 6: Ficha de observación de contenido del medio de comunicación	60
	Anexo 7: Entrevista a la especialista en temas de Inmediatez.....	62
	Anexo 8: Entrevista al Gerente del Medio de Comunicación.....	64
	Anexo 9: Entrevista al director de Noticias del Medio de Comunicación.....	65
	Anexo 10: Certificado de registro público de medios	66
	Anexo 11: Encuesta Realizada.....	67
	Anexo 12: Contenido Analizado en el medio de comunicación.....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Para usted la fuente es importante para dar veracidad a la información que se propaga de forma inmediata?	32
Tabla 2 ¿Cree que los periodistas y comunicadores buscan fuentes confiables cuando se presenta un hecho importante que se difunde con inmediatez?	33
Tabla 3 ¿Cree que es importante el tratamiento minucioso o presentación de contenidos verificados antes de publicarlos para no difundir Fake News que causan la pérdida de credibilidad del medio de comunicación?.....	34
Tabla 4 ¿Es probable que en ciertos casos exista duda en la credibilidad del medio, debido a los antecedentes éticos del comunicador que emite la información?	35
Tabla 5 Análisis de resultados de guía de preguntas estructuradas	38

ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICAS, IMÁGENES

Figura 1 ¿Para usted la fuente es importante para dar veracidad a la información que se propaga de forma inmediata?.....	32
Figura 2 ¿Cree que los periodistas y comunicadores buscan fuentes confiables cuando se presenta un hecho importante que se difunde con inmediatez?	33
Figura 3 ¿Cree que es importante el tratamiento minucioso o presentación de contenidos verificados antes de publicarlos para no difundir Fake News que causan la pérdida de credibilidad del medio de comunicación?.....	34
Figura 4 ¿Es probable que en ciertos casos exista duda en la credibilidad del medio, debido a los antecedentes éticos del comunicador que emite la información?	35

RESUMEN

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

Palabras Claves: Inmediatez, Pérdida de credibilidad, Comunicación Multimedia

ABSTRACT

This research deals with the issue of immediacy as one of the factors that influence the loss of credibility of multimedia media in the canton of La Libertad, analyzing the media ESTV Canal Informativo Peninsular for being one of the most influential in social networks using multimedia to provide information. Among the methods applied to obtain data were the interview to experts in the field, the survey directed to the audience of the media and an observation sheet to the content that is issued by social networks and website of ESTV Canal Informativo Peninsular, where aspects such as the sources used in the media were identified, the perception of the audience and the criteria that professionals have regarding the immediacy with which a news event is disseminated related to the short verification time that the information has, which in some cases leads to negative comments from the audience, according to the results obtained, the public bases its trust on how they receive the information broadcast.

Keywords: Immediacy, Loss of credibility, Multimedia Communication.

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación se caracterizan por brindar información a las personas de forma precisa y confiable. En el apogeo de la era digital, que cambio las formas de consumo del mundo, nacen nuevas estrategias de comunicación que demandan inmediatez por parte del público o audiencia de los diferentes medios al momento de captar información, un ejemplo de ello es cuando emplean contenido multimedia a través de las redes sociales o páginas web como plataformas de difusión de hechos noticiosos en un espacio virtual.

Cada medio de comunicación en su adaptabilidad a la rápida expansión digital ha creado formas de difusión de contenido informativo. En este trabajo se aborda la inmediatez como uno de los principios que rige la información en espacios virtuales influyendo en la verificación del contenido emitido a un público, lo cual contribuye o su vez disminuye la credibilidad de los medios de comunicación.

El proyecto “La Inmediatez y la Pérdida de Credibilidad de los Medios de Comunicación Multimedia del Cantón La Libertad 2022” analiza la difusión de noticias del medio de comunicación y la imagen que tiene la audiencia sobre este, a través de técnicas que recopilan una serie de criterios y datos involucrando al emisor (Medio de comunicación) y al receptor (público o audiencia).

La finalidad del proyecto es analizar como la inmediatez influye en los criterios y percepción de la audiencia relacionándola al nivel de confianza periodística, además de las técnicas que se pueden emplear para difundir noticias, considerando que la inmediatez puede ser una ventaja, pero también se podría convertir en una desventaja para el medio de comunicación por el poco tiempo de verificación de los hechos y recopilación de fuentes confiables, considerando como referencia al medio de comunicación ESTV Canal Informativo Peninsular ubicado en el cantón La Libertad.

En cada capítulo del proyecto se presentan posturas de diferentes autores sobre el tema, que sostienen la investigación bajo conceptos fundamentales, incluyendo la recopilación de información por medio de diferentes técnicas de recolección de datos, que son pilares para la investigación y las conclusiones a las que se llegó durante el desarrollo del proyecto.

1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del problema

La presente investigación aborda la inmediatez como un factor que se ha desarrollado conforme a las demandas de la audiencia en la actual era digital. Las causas que se pueden determinar bajo este tema son las necesidades de las personas por consumir contenidos noticiosos de forma rápida lo cual puede generar desinformación debido al poco tiempo de verificación de una noticia, teniendo como consecuencia la disminución de la credibilidad de los medios de comunicación.

La situación conflicto se presenta bajo el criterio de la inmediatez que en ocasiones causa que la información no sea contrastada ni verificada en su totalidad por los medios de comunicación o periodistas que recopilan las fuentes, ocasionando desinformación en los medios de comunicación que hacen uso de la multimedia (imágenes, voz, textos, animaciones o videos) con el fin de transmitir un mensaje con contenido de este tipo e interactúan con la audiencia que a su vez puede ir perdiendo la confianza en dicho medio en la difusión de contenido noticioso.

En los medios de comunicación que hacen uso de la multimedia para que el contenido llegue a la mayor cantidad de audiencia del cantón, se puede observar el principio de la inmediatez para difundir una información, por ello esta investigación se plantea en el cantón La Libertad provincia de Santa Elena en el año 2022.

1.2 Formulación del problema

Bajo este contexto se plantea la siguiente formulación del problema:

¿De qué manera impacta la inmediatez en la credibilidad de los medios de comunicación con contenido multimedia del cantón La Libertad provincia de Santa Elena teniendo como referencia al medio ESTV Canal Informativo Peninsular año 2022?

1.3 Preguntas de investigación

- ¿Está en riesgo la investigación periodística por la inmediatez de los medios de comunicación multimedia del cantón La Libertad en la era digital?
- ¿Qué criterios tienen la audiencia del medio de comunicación ES/TV Peninsular como uno de los medios de comunicación que hace uso de la multimedia para difundir contenido en el cantón La Libertad?

- ¿Se pueden emplear técnicas para mejorar la calidad de la información que debe cumplir con las características de veracidad e imparcialidad para diferenciarlas de los rumores u opiniones basados en la inmediatez con la que emite contenido en el medio de comunicación ES/TV Canal Informativo Peninsular?

1.4 Justificación

Este trabajo es necesario para comprender las nuevas formas de difusión de noticias en los medios de comunicación, es importante que el principio de la inmediatez sea analizado desde la perspectiva de las personas como consumidores de información y también desde el propósito periodístico e informativo bajo el criterio de los profesionales de la comunicación que junto a la audiencia se vuelven los principales actores o beneficiarios de este proyecto, que es relevante por el gran impacto de medios difusores de contenido informativo que existe en el cantón la Libertad.

La pérdida de credibilidad debido a la inmediatez de la noticia es el principal problema en la presente investigación, siendo pertinente por los escenarios que se desarrollan cuando se presenta una información o un hecho relevante que involucra a los grupos sociales y la adaptación que han tenido los medios tradicionales a entornos digitales para hacer frente a la realidad de las competencias que tienen los medios de comunicación en el desarrollo tecnológico.

1.5 Objetivos

1.5.1 General

- Analizar la inmediatez como uno de los factores que influyen en la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación con contenido multimedia del cantón La Libertad provincia de Santa Elena tomando como referencia al medio ESTV Canal Informativo Peninsular año 2022.

1.5.2 Específicos

- Determinar si la inmediatez pone en riesgo la investigación periodística en los medios de comunicación con contenido multimedia del cantón La Libertad.
- Analizar los criterios de la audiencia con respecto a la credibilidad de los medios que aplican la multimedia tomando de referencia al medio de comunicación ESTV Canal Informativo Peninsular del cantón La Libertad y la confianza que generan sus fuentes de información.
- Identificar los procedimientos periodísticos que emplea el medio para emitir una información con contenido multimedia basado en la verificación de datos que permita un mejor contraste de la información presentada al público, teniendo en cuenta la inmediatez y la calidad de una noticia.

1.6 Hipótesis

La pérdida de credibilidad es provocada por la inmediatez con la que se difunde una información y el poco tiempo de verificación que tiene un hecho en los medios de comunicación que hacen uso de la multimedia para emitir noticias considerando al medio ES/TV Canal Informativo Peninsular en el cantón La Libertad.

1.7 Variables

Las variables a investigar serán las siguientes:

1.7.1 Variable dependiente. - Pérdida de credibilidad

Un periodismo de baja calidad da paso a desinformación o información errónea filtrada en espacios de noticias dando como consecuencia que las personas dejen de brindar credibilidad a los medios de comunicación (Del Hoyo, et al., 2020).

1.7.2 Variable independiente. - La Inmediatez

Es el lograr consumir información, desde cualquier lugar en el momento exacto del hecho, de forma rápida y asequible, volviéndose un fenómeno que influye en las relaciones interpersonal tanto en la forma de socializar, dialogar, así como también en los hábitos (Iriarte, 2017).

1.8 Operacionalización de Variables:

La matriz de la operacionalización de las variables realizadas en este caso de estudio se encuentra en el anexo

2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

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

La tecnología provoca que la información esté al alcance de todos y más en el uso de redes sociales, haciendo dependiente también a los medios de comunicación para llegar a cierta audiencia según Verdú (2019) las personas viven en una era de cambios por la tecnológica, viven en la era de la inmediatez, donde lo quieren tener todo desde el mismo instante en el que sucede.

El trabajo informativo necesita de técnicas que permitan al emisor transmitir una correcta información hacia el público. Las historias falsas y la inmediatez de los hechos provocan que la labor periodística atraviese un serio problema, por no corroborar correctamente los sucesos y declaraciones que son publicadas, ocasionando que la nota y el medio de comunicación pierdan credibilidad y posicionamiento entre el público. (García, 2020, p. 16). Si se presentan datos improvisados sin verificar o contrastar la información los medios de comunicación podrían verse afectados por la disminución en su credibilidad lo que aumentaría la desconfianza entre el público que consume el contenido.

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

La tecnología y el bombardeo que existe por la presencia de gran cantidad de información en las plataformas de difusión de noticias da paso a la inmediatez que permite

compartir hechos de relevancia y opiniones entre varias personas sin importar su pensamiento, análisis o contraste (Cedeño y Pazmiño, 2020).

Varios medios buscan obtener seguidores y usan la inmediatez de forma oportuna para ganar popularidad, Castillo (2022) en su artículo realizado en una Fan Page de la provincia de Santa Elena dice que el internet ofrece inmediatez a sus usuarios y en las formas de emitir información, en la Península de Santa Elena se puede observar cómo existe un tipo de competencia entre plataformas de difusión de contenido a través de las redes sociales que buscan destacar empleando elementos multimedia para poder ganar seguidores.

Chalen (2018) en una investigación realizada en Santa Elena desde la perspectiva del periodismo investigativo manifestó que es posible transmitir los hechos desde el lugar y en el momento en el que ocurren, por medio del uso de dispositivos móviles donde se recopilan datos al mismo tiempo que se difunde la noticia categorizándola como verdadera, sin embargo en ciertos casos es necesario dar seguimiento y contrastar el suceso. Con esto la credibilidad de los medios depende de sus contenidos y como los consumidores de información al encontrarse en una situación de inseguridad comienzan a buscar otras alternativas para consumir noticias.

2.2 Marco conceptual

2.2.1 La inmediatez

La inmediatez es la rapidez con la que se propaga la información en los medios de comunicación debido al internet y su forma de mantener conectadas a las personas sin importar la distancia. Los medios de difusión de información han cambiado absolutamente sus prácticas, revolucionando las relaciones existentes, derrumbando los muros físicos y temporales que puedan existir, el internet y su exigencia por lo rápido va a tal punto de tomar como nombre “inmediatez” (Sánchez, 2013). Internet y sus diferentes formas en la difusión de contenido han provocado que los medios encargados de emitir información se adapten a las exigencias del público, quienes han modificado su forma de consumo.

La inmediatez tiene como características la velocidad con la que se difunde una información, es un factor importante en el espacio digital y en el ámbito comunicativo porque permite a los ciudadanos estar constantemente actualizados con información superando a los medios tradicionales que ajustan sus contenidos a espacios virtuales desplazando un poco la contrastación y verificación de datos (León y Velez, 2021). La velocidad de la información es uno de los cambios que trajo la tecnología para las personas.

2.2.2 Información

La información es todo tipo de datos obtenidos que transmiten conocimiento hacia las masas, los mismos que deben ser comprobados y contrastados, según Vidales (2017) menciona que la teoría matemática de comunicación presentada por Claude Shannon transforma el espacio conceptual en donde todos aquellos fenómenos que pasaban en la vida diaria de las personas se llamaba información (p. 56). Los acontecimientos o hechos verificados son considerados información y la transmisión de estos depende de la relevancia social que posean.

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

2.2.3 Fuentes

Las fuentes de información son aquellas de donde se obtiene datos importantes para generar una noticia de forma adecuada, estas fuentes de información deben ser verídicas para satisfacer las necesidades comunicativas. Los profesionales de la información tienen a su disposición una serie de fuentes que consideran confiables a las que pueden recurrir. Una fuente confiable debe pasar por una serie de controles y validaciones que permitan garantizar la calidad de la información (López , et al., 2018, p. 1347). Es importante mantener varias fuentes de información las cuales consideren confiables para transmitir una noticia hacia las masas.

Las fuentes de información permiten acceder a conocimientos que están almacenados en ellas, no es necesario tener demasiada información, pero si es preciso conocer si la fuente de se puede considerar pura, con información fidedigna, pertinente y verdadera (Vega, et al., 2017, p. 71). Necesitamos identificar las fuentes verídicas de las que no lo son para poder ejecutar un correcto manejo de los datos que permitirán transmitir una información de calidad a las personas.

2.2.4 Tecnologías de la Información y Comunicación

Son un conjunto de herramientas o recursos informáticos que facilitan el almacenamiento, procesamiento y transmisión de datos, Heinze et al. (2017) menciona que las TIC, son las tecnologías de información y comunicación que se requieren para almacenar, recuperar y procesar información (p. 150). Las Tic han cambiado el consumo del contenido informativo ocasionando que los medios de comunicación adapten a las necesidades de la audiencia manteniéndose y evolucionando conforme lo hace la tecnología.

Entre las características de las TIC según Andoney (2017) están la inmaterialidad en donde lo fundamental es la información; la interconexión que es de forma independiente y a su vez puede combinarse o ampliarse; la interactividad que tiene el individuo con el aparato y su adaptabilidad y la instantaneidad que facilita el acceso e intercambio de información por su rapidez (p. 150). Las TIC permiten que las personas estén conectadas entre sí de forma ágil y veloz creando nuevas formas de acceso a la información desde cualquier lugar y en todo momento.

2.2.5 Pérdida de credibilidad

La pérdida de credibilidad se presenta en varios medios de comunicación debido a la poca seguridad que el medio genera en la audiencia sobre el contenido que transmite, Considerando que la credibilidad es el principal factor para que el público juzgue una noticia como verdadera y tenga confianza en el medio, se puede concluir que la confianza de una información se basa en la credibilidad del medio que las difunde (Vasquez, et al., 2021, p. 207). La credibilidad depende en gran medida de la confianza que el público deposite en los Mass Media que son generadores de noticias, además de la calidad de las fuentes de información y la trayectoria que posea el medio.

La característica de la pérdida de credibilidad es que genera desconfianza en lo que se informa haciendo que el público ponga en duda lo emitido por los medios de comunicación. La fuente es el factor fundamental a la hora de determinar la credibilidad de un hecho, es frecuente contrastar a través de diferentes medios una noticia para comprobar su veracidad, matizando el nivel de confianza (Vasquez, et al., 2021, p. 204). La pérdida de credibilidad se forma cuando el medio de comunicación tiende a emitir algún tipo de información errada lo cual genera que la audiencia cuestione si el contenido presentado es o no verídico.

2.2.6 Fake News

Las Fake News es la propagación de desinformación o difusión de noticias falsas en donde los hechos son inventados o los datos presentados son erróneos. Para García et al. (2020) se refiere a estas como: noticias inventadas que se construyen con elementos que no existen; noticias erróneas con base en datos que son falsos, pero se proporcionaron o transmitieron como verdaderos o noticias basadas en especulaciones que se construyen de supuestos no comprobados en su totalidad (p. 107). El impacto de estas noticias causa confusión social por no saber si el contenido que se difunde es verídico o no y su propagación va aumentando por el uso de las TIC.

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

Según Kalsnes (2018) construir noticias de forma intencional con trozos de la verdad es un engaño, en muchos casos se pueden publicar con el estilo de artículos de noticias para crear

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

2.2.7 Medios de comunicación

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

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

En ese sentido, es clave destacar la existencia de otras posibilidades de recibir información para poder construir la imagen de la realidad social; esta ruta se materializa a través de las redes sociales, dejando ver que los medios de comunicación social han dejado de ser los dueños de la información; ya no tienen el monopolio de emitir información, y en consecuencia los ciudadanos tienen otras formas de enterarse de lo que sucede en aquellos lugares de la escena pública donde no pueden estar presentes (Alberto, et al., 2017, p. 1503). Las posibilidades de recibir información por medios de los medios de comunicación y las nuevas formas de propagación de noticias permiten que las personas accedan con facilidad a contenido de interés para cada una de ellas.

2.2.8 Comunicador

Los comunicadores son personas que se dedican profesionalmente a la gestión y transmisión de mensajes hacia públicos objetivos, además de estar inmersos en trabajos correspondientes a la comunicación. El comunicador es un mediador dentro su área, que sirve como fuente que informa y expresa entre medios masivos y el público en general, difundiendo y proyectando información por medio de estrategias comunicativas para fortalecer la relación entre los diferentes medios y la audiencia. (Rivadeneira y Montoya , 2017, p. 62)

Según Rivadeneira y Montoya (2017) el comunicador tiene una amplia rama de desenvolvimiento y oportunidades laborales, la comunicación global amplifica las ocupaciones profesionales en las cuales los comunicadores pueden formar parte como: relaciones públicas, periodismo digital, comunicación organizacional y servicios de comunicación en las redes sociales o community manager. Los profesionales de la comunicación son responsables de realizar un buen trabajo en espacios comunicativos e informativos, dependiendo de su área de desenvolvimiento siempre con ética y con transparencia.

2.3 Marco legal

La presente Investigación se sustenta con base en los siguientes estatutos legales, tratados y normativas que verifican la transparencia y cumplimiento de acuerdo a lo indica la ley del presente proyecto de investigación.

En la **Declaración Universal de los derechos humanos Artículo 19** menciona que: Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

Las telecomunicaciones y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son herramientas clave habilitadoras del desarrollo social, económico, cultural y ambiental y, en consecuencia, para la implementación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible;

Según el AG/RES. 2976 (LI-O/21) de promoción y protección de derechos humanos aprobada el 11 de noviembre del 2021 en la segunda sesión plenario de la OEA, la asamblea general reafirmando las normas y principios generales del derecho internacional en su apartado 21 sobre el poder de la inclusión y ventajas de la diversidad resuelve:

Apoyar la inclusión como principio fundacional de la democracia, que comprende la participación plena y efectiva en la vida cívica y política (...) en medios de comunicación libres y sin censura, tanto electrónicos como tradicionales, y en la inclusión digital —desde la conectividad a Internet hasta la competencia digital— necesaria para contar con ciudadanos democráticos informados y comprometidos. (Declaración Universal de los Derechos Humanos, 2021)(ONU, Nueva York 2021)

Según **Sociedad Interamericana de prensa** adopto como su credo acerca de **La Ética del Periodismo**: Informar con exactitud y con la verdad; no omitir nada de lo que el público tenga derecho a conocer: usar siempre la forma impersonal y culta sin perjuicio de la severidad y de la fuerza del pensamiento crítico; desechar los rumores los “se dice” o “se asegura” para afirmar únicamente aquello de que se tenga convicción afianzada por pruebas y documentos. (Sociedad Interamericana de Prensa, Paz, 1950)

En la resolución de la **Sociedad Interamericana de Prensa** del año 2022 sobre la Sostenibilidad de los Medios CONSIDERANDO que las asociaciones de prensa y los medios de

comunicación continúan reclamando recibir una retribución justa y razonable por los contenidos que las grandes plataformas distribuyen y monetizan como parte de su estrategia de publicidad digital, así como por de los beneficios directos e indirectos que obtienen de ellos RESUELVE Alentar a proseguir con las discusiones sobre plataformas y medios, incluyendo en estas discusiones la cuestión de la viabilidad de los medios de comunicación y la remuneración de los contenidos por las plataformas digitales. (Sociedad Interamericana de Prensa, 2022) (SIP, 19 de abril de 2022)

De la ley orgánica de comunicación para el desarrollo de este trabajo se toma en consideración el Art. 4.- Contenidos personales en internet. - (Reformado por el Art. 3 de la Ley s/n, R.O. 432-S, 20-II-2019).-Esta Ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

Art. 5.- **Medios de comunicación social.**- (Sustituido por el Art. 1 de la Ley s/n,R.O. 382-2S, 01-II-2021).- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a los concesionarios de frecuencias de radio y televisión, que ejercen la difusión masiva de contenidos comunicacionales, a través de medios impresos, radio, televisión y audio o video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Otro de los artículos tomados es el 16 del **Principio de transparencia.** - Los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público.

El capítulo II del derecho a la comunicación se señala en el Articulo 17 del **Derecho a la libertad de pensamiento y expresión.** -(Sustituido por el Art. 10 de la Ley s/n, R.O. 432-S, 20-II-2019).- Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

En el artículo 22 de la ley de comunicación, **Derecho a recibir información de calidad.**
- (Reformado por el num. 1 del Art. 15 de la Ley s/n, R.O. 432-S, 20-II-2019) menciona que
“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”

Art. 24 **Derecho a la réplica o respuesta.**- (Sustituido por el Art. 17 de la Ley s/n, R.O. 432-S, 20-II-2019).- 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, página 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. (LOC, 11 de noviembre de 2021).

Cada una de las leyes planteadas en este marco legal se sustentan y forman parte de los puntos mas importantes a tratar en este proyecto de investigación mismo que se rige bajo las normas expuestas, como los derechos humanos, la ética del periodismo, el derecho a recibir información de calidad entre otras.

3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

En este caso se requiere realizar una **investigación básica** que según Sampieri (2018) cumple con dos funciones “ producir conocimiento y teorías” (p. 24), para conocer aspectos en cuanto a la perspectiva de varias personas respecto a la confianza que les brindan los medios del cantón La libertad sobre la veracidad de la información que emiten y la investigación cuantitativa que ayudara a obtener datos precisos que serán graficados para una mejor comprensión.

3.2 Enfoque de la investigación

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

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

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

3.3 Diseño de investigación

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

3.4 Métodos de investigación

El método aplicado en esta investigación es **inductivo** que va de lo general a lo específico explorando y describiendo para generar nuevas teorías y conocimientos (Sampieri, 2018, p. 8), en este proyecto se buscará ampliar el conocimiento que se tienen sobre la inmediatez y su influencia en la credibilidad del medio de comunicación.

3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

En este caso se aplicará la técnica de muestreo por conveniencia que es de tipo no probabilístico y no aleatorio. Muestrear por conveniencia es recolectar datos de los casos disponibles a los cuales el investigador tiene acceso (Sampieri, 2018, p. 390). Con esta técnica la selección de los elementos se tomará de la audiencia del medio de comunicación del cantón La Libertad que participa e interactúa de forma activa con el contenido, dentro del medio de comunicación existe un grupo conformado por **144 personas** que son el público y los consumidores activos de información en el medio de comunicación ESTV Informativo Peninsular convirtiéndose en los genes a encuestar.

3.6 Encuestas

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

3.6.1 Ficha de Observación

Para analizar como la inmediatez influye en los criterios de las personas con respecto al nivel de credibilidad que tienen en el medio de comunicación ESTV Informativo Peninsular se aplica el método de observación no participante que se trata de una observación realizada de forma externa sin intervenir en los hechos, siendo investigador de los que ocurre y tomando nota de todo lo que sucede. (Guillermo & Nallely Emma , 2012)

En este método se observa el contenido emitido en el medio de comunicación durante el tiempo de 42 días en donde por medio de una ficha de observación se destacarán aspectos importantes

de su contenido y de los acontecimientos más importantes que puedan ayudar a explicar el fenómeno de la inmediatez y su relación con la credibilidad.

3.6.2 Entrevista

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

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

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

3.7 Universo, población y muestra

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

La Libertad, siendo las directas implicadas en este estudio, porque están inmersos o consumen contenidos de los medios de comunicación multimedia.

La **muestra** dentro de este trabajo se toma de un grupo de WhatsApp que mantiene el medio ESTV informativo Peninsular con sus seguidores activos. Según Vara (2012) define que: “La muestra (n), es el conjunto de casos extraídos de la población, seleccionados por algún método racional, siempre parte de la población. Si se tienen varias poblaciones, entonces se tendrán varias muestras” (p. 173). Bajo este concepto se aplicaron los criterios de inclusión y exclusión definiendo como muestra a las personas que interactúan en las páginas, teniendo un equivalente de 144 personas que forman parte del público del medio de comunicación que es uno de los más populares del cantón La Libertad.

4. CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Procesamiento de la información

Cuantitativa: Encuesta

A continuación, se presenta el procesamiento de la información obtenida por medio de la **encuesta** aplicada a la audiencia perteneciente a diferentes barrios del cantón La libertad, aquí se evidencias los hallazgos y percepciones de las personas con relación al tema de investigación, a través de un cuestionario con la escala de medición de Likert el cual se encuentra detallado a continuación:

Tabla 1

¿Para usted la fuente es importante para dar veracidad a la información que se propaga de forma inmediata?

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

Fuente: Audiencia del Medio de comunicación ESTV, Canal Peninsular del Cantón La Libertad

Elaborado por: Dayana Gisela Vásquez Malavé

Fecha: 2022

Figura 1

¿Para usted la fuente es importante para dar veracidad a la información que se propaga de forma inmediata?



Fuente: Audiencia del Medio de comunicación ESTV, Canal Peninsular del Cantón La Libertad

Elaborado por: Dayana Gisela Vásquez Malavé

Fecha: 2022

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

Tabla 2

¿Cree que los periodistas y comunicadores buscan fuentes confiables cuando se presenta un hecho importante que se difunde con inmediatez?

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

Fuente: Audiencia del Medio de comunicación ESTV, Canal Peninsular del Cantón La Libertad

Elaborado por: Dayana Gisela Vásquez Malavé

Fecha: 2022

Figura 2

¿Cree que los periodistas y comunicadores buscan fuentes confiables cuando se presenta un hecho importante que se difunde con inmediatez?



Fuente: Audiencia del Medio de comunicación ESTV, Canal Peninsular del Cantón La Libertad

Elaborado por: Dayana Gisela Vásquez Malavé

Fecha: 2022

Análisis: los encuestados respondieron Muy de acuerdo (20), equivalente al 14%; De acuerdo (40), que corresponde al 28%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (38), con un porcentaje de 26%; En desacuerdo (33), con un 23% y muy en desacuerdo (13) que equivale a un 9%. Estos son los datos obtenidos cuando se preguntó si consideraban que los periodistas buscan fuentes confiables de información cuando se presenta un hecho importante que se difunde con inmediatez.

Tabla 3

¿Cree que es importante el tratamiento minucioso o presentación de contenidos verificados antes de publicarlos para no difundir Fake News que causan la pérdida de credibilidad del medio de comunicación?

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

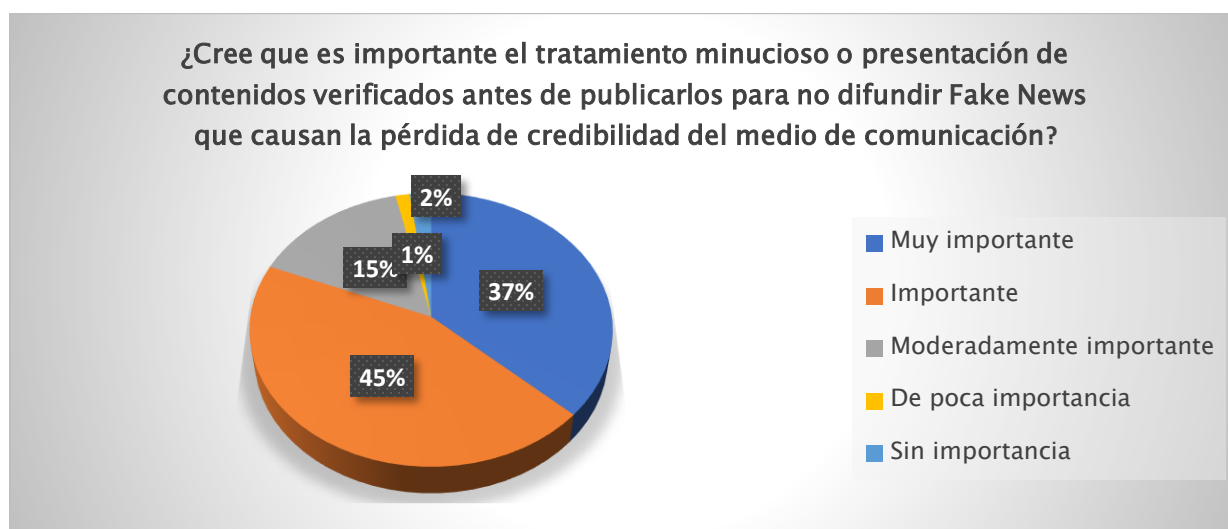
Fuente: Audiencia del Medio de comunicación ESTV Canal Peninsular del Cantón La Libertad

Elaborado por: Dayana Gisela Vásquez Malavé

Fecha: 2022

Figura 3

¿Cree que es importante el tratamiento minucioso o presentación de contenidos verificados antes de publicarlos para no difundir Fake News que causan la pérdida de credibilidad del medio de comunicación?



Fuente: Audiencia del Medio de Comunicación ESTV, Canal Peninsular del Cantón La Libertad

Elaborado por: Dayana Gisela Vásquez Malavé

Fecha: 2022

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

Tabla 4

¿Es probable que en ciertos casos exista duda en la credibilidad del medio, debido a los antecedentes éticos del comunicador que emite la información?

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

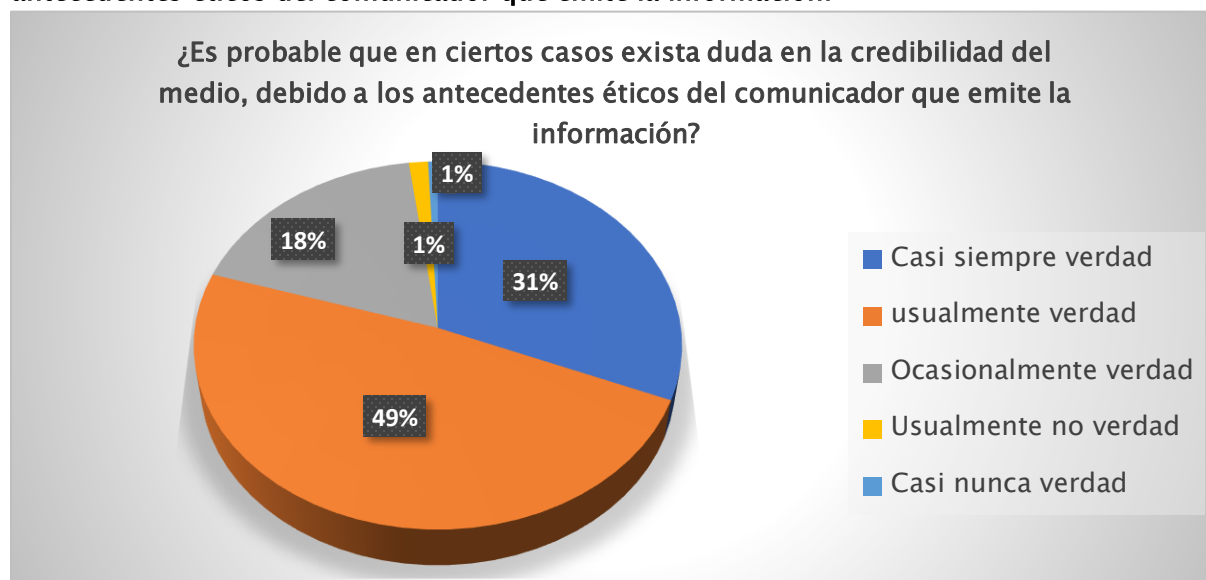
Fuente: Audiencia del Medio de Comunicación ESTV, Canal Peninsular del Cantón La Libertad

Elaborado por: Dayana Gisela Vásquez Malavé

Fecha: 2022

Figura 4

¿Es probable que en ciertos casos exista duda en la credibilidad del medio, debido a los antecedentes éticos del comunicador que emite la información?



Fuente: Audiencia del Medio de Comunicación ESTV, Canal Peninsular del Cantón La Libertad

Elaborado por: Dayana Gisela Vásquez Malavé

Fecha: 2022

Análisis: los encuestados respondieron de la siguiente forma; Casi nunca verdad (1), equivalente al 1%; Usualmente no verdad (2), que corresponde al 1%; Ocasionalmente verdad (26), con un porcentaje de 18%; usualmente verdad (70), con un 49% y casi siempre verdad (45) que equivale al 31%. Estos son los datos obtenidos de los encuestados sobre la importancia del tratamiento minucioso de los contenidos que son difundidos para no publicar Fake New que pueden disminuir la credibilidad del medio.

4.2 Análisis, interpretación de resultados

Análisis Cualitativo: Ficha de Observación

En el contenido que se analizó en el tiempo de 42 días desde el 20 de mayo al 30 de junio se tomó como referencia acontecimientos importantes publicados por el medio de comunicación. Durante el tiempo que se realizó el análisis se observó la clasificación de los contenidos en: Local, Nacional, Internacional, Farándula, música, curiosidades y crónica, en la mayoría de las publicaciones se responde a las preguntas del ¿Qué?, ¿Cómo? ¿Cuándo?, ¿Dónde? jerarquizando la información, priorizando los temas de relevancia local o acontecimientos que impacten a nivel nacional, antes de realizar una publicación en el medio en varios casos se contrastaba con otras fuentes para generar más confianza en el contenido presentado sin embargo habían hechos de última hora que por el impacto inmediato que tenía la difusión no permitían contrastar de forma correcta el contenido. Las noticias no siempre tienen el tiempo de verificación necesario para poder decir que el 100% de los datos presentados son correctos, pues la inmediatez con la que se publica una información de gran impacto no permite cumplir con esa correcta comprobación.

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

Analizando la **Credibilidad e imagen del medio de Comunicación**, en noticias emitidas en los días 21 de mayo y el 1 de junio en donde se informa a la ciudadanía sobre temas relacionados a asaltos, robos, sicariatos entre otras situaciones delicadas se puede evidenciar comentarios de la

ciudadanía como “Presuntos periodistas”, “Ocultan Información”, “Prensa vendida” entre otros. Además en algunas de las publicaciones se utilizan titulares poco objetivos para emitir una noticia lo cual genera comentarios negativos hacia el medio de comunicación.

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

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

Análisis Cualitativo: Entrevistas

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

Tabla 5

Análisis de resultados de las entrevistas

Entrevistador: Dayana Gisela Vásquez Malavé		
Entrevistados:		
Mgts. Gabriela Vélez especialista en Comunicación y temas de Inmediatez		
Edwin Salinas – Gerente del medio ESTV Informativo Peninsular		
Director de noticias del medio ESTV Informativo Peninsular Jefferson Salinas		
Preguntas	Análisis	Observación
¿Considera que la inmediatez con la que se emite una información permite contrastar de forma adecuada las noticias?	<p>El problema de la inmediatez es que la noticia necesariamente debe pasar por un filtro rápido en el cual se trata de emitir información de la manera correcta, en ocasiones el momento no permite verificar todo minuciosamente pero este filtro puede ayudar a transmitir datos de la forma más exactos posibles.</p> <p>Los hábitos de consumo del público han ocasionado que la información sea necesariamente transmitida en vivo y en directo en el momento en que ocurren los hechos.</p>	<p>León y Velez (2021) mencionan que el contraste de datos no forma parte de una información emitida en el contexto de inmediatez. Pues en la carrera de los medios por ser los primeros, algunas noticias se emiten sin completar un proceso riguroso de verificación y contraste de datos o fuentes. La sobreabundancia informativa, define estrategias empresariales en los medios que buscan captar audiencias, la información se contrasta, pero luego de un tiempo por el mismo periodista.</p>
¿Considera que la inmediatez de la	“No existe una información confiable sin fuentes”	Mayoral et al. (2019), los medios tradicionales y las

<p>comunicación en las redes sociales permite una mejor interacción entre el medio y la audiencia gracias a las TIC?</p>	<p>Los periodistas y comunicadores deben siempre estar en una constante búsqueda de la verdad, es aquí donde las fuentes de información toman un papel principal, el periodista debe contrastar los hechos, sino se realiza de la forma adecuada se pueden originar la emisión de noticias erróneas y en tiempos de inmediatez corroborar cierta cantidad de información en poco tiempo se vuelve complicado.</p>	<p>nuevas redes sociales comparten espacios, canales de distribución y herramientas discursivas creando un ecosistema comunicativo digital que los ciudadanos perciben y que a su vez las desinformación pone en peligro con la falta de confianza en los contenidos que se difunden por los medios relacionado a lo que dicen León y Velez (2021) los medios ajustan sus contenidos de acuerdo a la inmediatez pero no pensando en la contrastación y la verificación.</p>
<p>3.- ¿Cree que la creación de diferentes contenidos multimedia para difundir información por parte de los medios de comunicación influye en la credibilidad de lo que se presenta?</p>	<p>Las personas desconocen en varias ocasiones que son las Fake News y se les dificulta distinguir entre el contenido falso y el real que se difunde por medio del internet. Dentro de los medios de comunicación que crean contenido multimedia ya no existen verdades sino posverdades porque la audiencia infiere mucho con sus opiniones dentro de lo que los medios emiten, cuando los hechos dejan de presentarse de forma objetiva dan paso a falacias que</p>	<p>La desinformación y las mentiras siempre han existido. El bulo es parte de la historia, si hablamos de desinformación, es porque han aparecido mecanismos que permiten una difusión rápida y masiva de contenidos falsos. La producción de estos contenidos respeta también a estrategias diseñadas con objetivos comerciales o ideológicos ocasionando la desinformación y la crisis de credibilidad periodística. (Mayoral, et al., 2019)</p>

	pueden hacer que la credibilidad de estos vaya en descenso	
4.- ¿Cree que la imagen corporativa del medio de comunicación es importante para influir en el nivel de credibilidad que mantenga dicho medio?	Si la audiencia se da cuenta del error de la información comienza una avalancha de comentarios sobre aquel tema de forma negativa hacia quien la emitió. Pueden darse dos escenarios, en donde el público, tiempo después olvida lo sucedido y sigue creyendo en el medio de comunicación, así como también puede quedar con una mala imagen en la cual las personas dudan de cada información que éste difunde, originando duda y bajos índices en la audiencia.	Según lo mencionado por García, et al. (2020), una de las principales consecuencias de las noticias falsas es que los ciudadanos comienzan a desconfiar de las noticias reales, si se quiebra la credibilidad de los medios de comunicación, se debilita la confianza de la opinión pública que las personas emiten de acuerdo con los contenidos que consumen. Para los ciudadanos no es sencillo distinguir el canal a través del cual ha conocido una noticia.

4.3 Discusión de resultados

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

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

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

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

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

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

En la última interrogante 4: ¿Es probable que en ciertos casos exista duda en la credibilidad del medio, debido a los antecedentes éticos del comunicador que emite la información?, evidencia que 70 personas equivalente a un 49% consideran que usualmente esto es verdad, mientras que 1 encuestado equivalente al 1% manifestaron que esto casi nunca es verdad. Los expertos coinciden según lo descrito por Rivadeneira y Montoya (2017), el periodista menciona la

importancia de ejercer su trabajo, facilita las herramientas deontológicas con las cuales puede generar una mejor cobertura, se puede obtener mejor información de sus fuentes, y la obligación de contrastar la información que es algo que va mucho más allá de una ley”.

Basándose en lo que menciona García et al. (2020) la credibilidad se relaciona a la competencia de las redes sociales y de los medios de comunicación, no porque unos pierdan otros van a ganar, la realidad se centra en una competencia donde prima la rapidez y la facilidad de acceso a los hechos por la convergencia mediática, que han causado un cambio en las formas de consumo haciendo que se pierda el control en la emisión de noticias causando cierto grado de desconfianza hacia la información. En la realización de esta investigación se puede constatar que los factores que inciden en la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación multimedia, están relacionados a la emisión de información, en cómo se emite y que se emite además del correcto uso de las fuentes y percepción o confianza que las personas tengan sobre el medio; en el cantón la Libertad la credibilidad depende de la buena imagen que generen los medios de comunicación y la trayectoria de la persona que emite la información.

5. CONCLUSIONES

- Este trabajo sirve como referencia para futuras investigaciones en la comunidad científica sobre la credibilidad que existe en los medios de comunicación multimedia en el cantón La Libertad y su relación con la inmediatez que rige la comunicación en las plataformas digitales.
- La investigación aporta a la comunidad universitaria una visión general de la inmediatez que es uno de los principios y principal característica de las nuevas formas de difusión de noticias pero que a su vez genera conflictos debido a la sobreabundancia de contenido sumado al poco tiempo de verificación de los hechos que pone en riesgo la labor periodística.
- En cuanto a los instrumentos aplicados y los datos obtenidos en la investigación, se puede decir que la credibilidad que la audiencia tenga del medio de comunicación depende de diferentes factores como, la trayectoria del comunicador, la confianza que genere el medio en su imagen corporativa y la verificación de las fuentes de los datos.
- El proceso que emplean los periodistas al momento de verificar la información y luego transmitirla con el poco tiempo que poseen debido a la inmediatez es ir directamente a las fuentes oficiales tratando de verificar quien emitió o protagonizó el hecho para después replicarla y no generar desinformación.

6. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la comunidad científica que este trabajo sea considerado como referente para investigaciones con respecto a la Inmediatez y su relación en la pérdida de credibilidad en los medios o plataformas de emisión de noticias debido a la desinformación y desconfianza que puede ocasionar entre el público.
- Es importante que la comunidad universitaria tenga su propia perspectiva de la inmediatez y esta investigación puede presentar nuevos criterios que aportaran en sus conocimientos.
- Se recomienda que los medios de comunicación verifiquen la información y realicen con responsabilidad el trabajo periodístico pese a la inmediatez que pueda existir y la competencia por ser primeros, para que la audiencia confíe en el contenido que se presenta.
- Como una solución a la temática planteada se sugiere la aplicación de técnicas de periodismo un poco más técnico y objetivo en el contenido que se emite además de filtros de información que permitan difundir las noticias de forma adecuada y con el menor grado de error posible.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Mayoral, J., Parratt, S. & Morata, M., 2019. Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica. *Historia y Comunicación Social*, 24(2).
- Rivadeneira, E. & Montoya, T., 2017. Orientaciones Profesionales de los Comunicadores Sociales. *INNOVA Research Journal*, 2(5), pp. 60-85.
- Alberto, R., Brunet, M. & Córdoba, J. C., 2017. La calidad de la información periodística de espectador.com. El caso del Plebiscito por la Paz, 2016 en Colombia. *Revista Latina de Comunicación Social*, pp. 1.502-1.514.
- Andoney, J., 2017. Uso de las tecnologías de la información y comunicación. *ACTA MÉDICA GRUPO ÁNGELES*, 15(2), p. 150.
- Castillo, H., 2022. TIPOS DE REDACCIÓN DE NOTICIAS EN LA FAN PAGE DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN EL VOCERO. pp. 1-27.
- Cedeño, G. & Pazmiño, C., 2020. “LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LAS REDES SOCIALES: EL PELIGRO DE LA INMEDIATEZ Y LA CREACIÓN DE PÁGINAS FAKE NEWS”. pp. 1-184.
- Chalen, K., 2018. EL FORMATO INFORMATIVO DE NOTICIEROS RADIALES EN LA LIBERTAD.. pp. 1-19.
- De Lima Wang, M., Mazzilli, M. & Andery, M., 2016. Mídia, comportamiento e cultura. *Revista Perspectivas*, 7(2), pp. 147-164.
- Declaración Universal de los Derechos Humanos, 2021. s.l.:s.n.
- Del Hoyo, M., García, M. d. C. & Blanco, I., 2020. Desinformación y erosión de la credibilidad periodística en el contexto de las noticias falsas.. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(4), pp. 1399-1409.
- García, A. E. B., 2020. *Repositorio USMP*. [En línea]
Available at:
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8270/BRAVO_GA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

García, B. & López, X., 2016. Las redes sociales como herramienta de distribución on line de la oferta informativa en los medios de España y Portugal. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación*, 21(40), pp. 125-139.

García, M., Del Hoyo, M. & Blanco, I., 2020. Desinformación e intención comunicativa: una propuesta de clasificación de fake news. *Mediterránea*, pp. 105-118.

Guijarro, R., 2020. *Magisterio*. [En línea]

Available at: <https://www.magisnet.com/2020/06/credibilidad-perdida/>

Guillermo, . C. & Nallely Emma , L., 2012. *La observación, un método para el estudio de la realidad..* Mexico: s.n.

Heinze , G., Olmedo, V. & Andoney, J., 2017. Uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en las residencias médicas en México. *Acta Médica Grupo Angeles*, 15(2), pp. 150-153.

Hernández, R., 2014. *Metodología de la investigación*. 6 ed. s.l.:s.n.

Hernández, R., Fernández, C. & Del Pilar, M., 2014. *Metodología de la investigación Sexta Edición*. Sexta ed. s.l.:s.n.

Herrera, H. H., 2012. *REDALYC*. [En línea]

Available at: <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

Iriarte, C., 2017. *La era de la inmediatez-Milenio*. [En línea]

Available at: <https://www.milenio.com/opinion/carlos-iriarte/red-social/la-era-de-la-inmediatez>

Kalsnes, B., 2018. Fake News. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, pp. 1-23.

León, W. & Velez, G., 2021. INMEDIATEZ Y VERACIDAD DE LOS HECHOS, UN COMPROMISO DESDIBUJADO DESDE EL PERIODISMO. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, pp. 295-312.

LOC, 2021. *Ley Organica de comunicación*. s.l.:s.n.

López , A., Vives, J. & Isidre, J., 2018. Fake News ¿Amenza u oportunidad en los profesionales de la informacion y la documentación?. *El profesional de la información*, 7(6), pp. 1346-1356.

- Mendizábal, I. F. R., 2015. *Credibilidad de medios y periodistas Ecuador*. [En línea]
Available at: <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199550145040.pdf>
- Nigro, P., 2018. Causas de la pérdida de la confianza en la prensa y estrategias para su restablecimiento en un contexto de incertidumbre. *Hipertex.net*, Issue 17.
- Paz, E., 1950. *Ética de Periodismo*. Buenos Aires: Sociedad Interamericana de Prensa.
- Rivadeneira, E. & Montoya, T., 2017. Orientaciones Profesionales de los Comunicadores Sociales. *INNOVA Research Journal*, 2(5), pp. 60-87.
- Rosique, G. & Barranquero, A., 2015. Periodismo lento (slow journalism) en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica. *El profesional de la información*, 24(4), pp. 451-462.
- Sampieri, R., 2018. *Metodología de investigación*. México: Mc Graw Hill Education.
- Sánchez, N. M., 2013. Internet: de la rapidez a la inmediatez.
- Sociedad Interamericana de Prensa, 2022. *Resolución - Sostenibilidad de los medios*. s.l.:s.n.
- Vara, A., 2012. *7 Pasos para una tesis exitosa*. s.l.:s.n.
- Vara, A., 2012. *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa*. Tercera Edición ed. s.l.:s.n.
- Vasquez, T., Torrecillas, T. & Suarez, R., 2021. Credibilidad de los contenidos informativos en tiempos de fake news: Comunidad de MadridCredibility. *Comunidad de Madrid*, pp. 192-214.
- Vega, C., Grajales, H. & Montoya, L., 2017. Sistemas de información: definiciones, usos y limitantes al caso de la producción ovina colombiana. *Redalyc*, 21(1), pp. 64-72.
- Vélez, G., 2020. Inmediatez y fact-checking: análisis del. *ABRA*, p. 82.
- Verdú, L. L., 2019. *El País*. [En línea]
Available at: https://elpais.com/elpais/2019/03/30/opinion/1553960918_319282.html
- Vidales, C., 2017. De la comunicación como campo a la comunicación como concepto transdisciplinar: historia, teoría y objetos de conocimiento. *Comunicacion y sociedad*, Volumen 30.

ANEXOS

Anexo 1: Variable (Operacionalización)

Matriz de Operacionalización de Variables

Tema /Título	Variables de Estudio	Definición	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de Medición
La Inmediatez y la Pérdida de Credibilidad de los Medios de Comunicación Multimedia del cantón La Libertad 2022.	Inmediatez	El poder que brinda el acceso a la información, desde cualquier parte del mundo y en tiempo real, de una manera veloz y asequible, es un fenómeno que está influyendo sobre las relaciones interpersonales, en el sentido de atención, diálogo, socialización y hábitos. (Iriarte, 2017)	La inmediatez es la rapidez con la que se difunde información por medio de las tecnologías de la información y comunicación que facilitan la difusión de contenido noticioso.	-Información -Fuentes -TIC	-Contrastación -Verificación - Jerarquización de la información -Veracidad -Confiabilidad - Tipo: fuentes primarias, secundarias, terciarias -Difusión -Redes sociales -Dispositivos tecnológicos	Ordinal Escala de Likert Es uno de los niveles de medición que nos otorga la clasificación y el orden de los datos.

	Pérdida de credibilidad	<p>Decae la credibilidad y ya no estás seguro de que sea cierto lo que te dicen. De que no te hablan claramente para tu bien, sino que prefieren ocultarte lo que piensan que pueda ser conflictivo o pueda dañarles a ellos o a ti. (Guijarro, 2020)</p>	<p>La pérdida de credibilidad se da cuando la audiencia pone en duda el contenido que es transmitido por el medio de comunicación debido a anteriores contenidos erraron que presentaron sobre una determinada noticia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Fake News - Medios de comunicación - Comunicador 	<ul style="list-style-type: none"> - Origen de la noticia - Contenidos -Desinformación -Imagen corporativa -Multimedia -Difusión - Responsabilidad periodística -Profesionalismo -ética 	
--	-------------------------	---	---	---	--	--

Anexo 2: Matriz de consistencia de la Investigación

Matriz de consistencia de la investigación

Título	Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis cualitativa	Variables / categorías	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
La inmediatez y la pérdida de credibilidad en los medios de comunicación multimedia del cantón La Libertad 2022	¿De qué manera afecta la inmediatez a la credibilidad de los medios de comunicación multimedia del cantón La Libertad-Península de Santa Elena entre los años 2021-2022?	<p>Objetivo General Analizar la inmediatez como uno de los factores que influyen en la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación con contenido multimedia del cantón La Libertad tomando como referencia al Medio ESTV Canal Informativo Peninsular año 2022</p> <p>Objetivos Específicos VI: Determinar si la inmediatez pone en riesgo la investigación periodística en los medios de comunicación con contenido multimedia del cantón La Libertad.</p> <p>VD:</p>	La pérdida de credibilidad es provocada por la inmediatez con la que se difunde una información y el poco tiempo de verificación que tiene un hecho en los medios de comunicación que hacen uso de la multimedia para emitir noticias en el cantón La Libertad.	<p>Variable independiente La inmediatez</p> <p>Variable dependiente</p>	El poder que brinda el acceso a la información, desde cualquier parte del mundo y en tiempo real, de una manera veloz y asequible, es un fenómeno que está influyendo sobre las relaciones interpersonales, en el sentido de atención, diálogo, socialización y hábitos. (Iriarte, 2017)	<p>-Información</p> <p>-Fuentes</p> <p>-TIC</p> <p>-Fake News</p>	<p>-Contrastación -Verificación -Jerarquización de la información</p> <p>-Veracidad -Confiability -Tipo: fuentes primarias, secundarias, terciarias</p> <p>-Difusión -Redes sociales -Dispositivos tecnológicos</p> <p>- Origen de la noticia - Contenidos -Desinformación</p>	<p>-Muestreo Aleatorio simple</p> <p>-Observación</p>	<p>-Encuestas</p> <p>-Entrevistas</p> <p>-Ficha de observación</p>

		<p>Analizar los criterios de la audiencia con respecto a la credibilidad de los medios que aplican la multimedia tomando de referencia al medio de comunicación ESTV Canal Informativo Peninsular del cantón La Libertad y la confianza que generan sus fuentes de información.</p> <p>Propuesta: Identificar procedimientos periodísticos para emitir una información con contenido multimedia basado en la verificación de datos que permita un mejor contraste de la información presentada al público, teniendo en cuenta la inmediatez y la calidad de una noticia.</p>		<p>Pérdida de credibilidad</p>	<p>te dicen. De que no te hablan claramente para tu bien, sino que prefieren ocultarte lo que piensan que pueda ser conflictivo o pueda dañarles a ellos o a ti. (Gujarro, 2020)</p>	<p>- Medios de comunicación</p> <p>- Comunicador</p>	<p>-Imagen corporativa -Multimedia -Difusión</p> <p>-Responsabilidad periodística -Profesionalismo -ética</p>		
--	--	---	--	--------------------------------	--	--	---	--	--

Anexo 3: Instrumento - Cuestionario de Preguntas

INSTRUMENTO

Técnica: Encuesta con escala de Likert

Instrumento: Cuestionario – La Inmediatez

Tema: La inmediatez y la pérdida de credibilidad en los medios de comunicación multimedia del cantón La Libertad 2022

Objetivo. Analizar la inmediatez como uno de los factores que influye en la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación multimedia del cantón La Libertad tomando como referencia al medio ES/TV Informativo Peninsular en el año 2022.

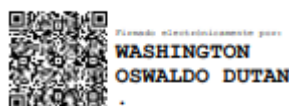
Escala pregunta 1,2,4,5,9. Muy en desacuerdo 1, en desacuerdo 2, ni en acuerdo ni desacuerdo 3, de acuerdo 4, muy de acuerdo 5.

Escala pregunta 6. Nunca 1, Raramente 2, Ocasionalmente 3, Frecuentemente 4, Muy frecuente 5

Escala pregunta 3,7,8. Sin importancia 1, De poca importancia 2, Moderadamente importante 3, importante 4, Muy importante 5.

Escala pregunta 10.

Variable Independiente: Inmediatez						
		1	2	3	4	5
1	Considera que la inmediatez con la que se emite una información permite contrastar de forma adecuada las noticias					X
2	Cree usted que la inmediatez admite una correcta verificación de la información que se presenta al público					X
3	Para usted la fuente es importante para dar veracidad a la información que se propaga de forma inmediata.					X
4	Cree que los periodistas y comunicadores buscan fuentes confiables cuando se presenta un hecho importante que se difunde con inmediatez.					X
5	Considera que la inmediatez de la comunicación en las redes sociales permite una mejor interacción entre el medio y la audiencia gracias a las TIC.					X
Variable dependiente: Pérdida de Credibilidad						
1	Considera que las Fake News (historias falsas) generan desinformación en la audiencia y, por lo tanto, afecta la credibilidad del medio de comunicación.					
2	Cree que es importante el tratamiento minucioso o presentación de contenidos verificados antes de publicarlos para no difundir Fake News que causan la pérdida de credibilidad del medio de comunicación.					X
3	Cree que la imagen corporativa del medio de comunicación es importante para influir en el nivel de credibilidad que mantenga dicho medio.					X
4	Cree que la creación de diferentes contenidos multimedia para difundir información por parte de los medios de comunicación influye en la credibilidad de lo que se presenta					X
5	Es probable que en ciertos casos exista duda en la credibilidad de medio, debido a los antecedentes éticos del comunicador que emite la información.					X



Lcdo. Washington Dután, Mgtr.

Juez Experto

C.I: 1710806009

Anexo 4: Matriz de validación de contenido por juicio de expertos

TÍTULO:	LA INMEDIATEZ Y LA PÉRDIDA DE CREDIBILIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MULTIMEDIA DEL CANTÓN LA LIBERTAD 2022
AUTOR:	VÁSQUEZ MALAVE DAYANA GISELA

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUCIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable Independiente: Inmediatez	INFORMACIÓN	CONTRASTACIÓN	Considera que la inmediatez con la que se emite una información permite contrastar de forma adecuada las noticias	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en	X		X		X		X		
		VERIFICACIÓN	Cree usted que la inmediatez admite una correcta verificación de la información que se presenta al público	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en	X		X		X		X		
	FUENTES	VERACIDAD	Para usted la fuente es importante para dar veracidad a la información que se propaga de forma inmediata.	Muy importante	Importante	Moderadamente importante	De poca importancia	Sin importancia	X		X		X		X		

		MULTIMEDIA	Cree que la creación de diferentes contenidos multimedia para difundir información por parte de los medios de comunicación influye en la credibilidad de lo que se presenta.	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	X		X		X		X		
COMUNICADOR		ÉTICA DEL COMUNICADOR	Es probable que en ciertos casos exista duda en la credibilidad de medio, debido a los antecedentes éticos del comunicador que emite la información.	Casi siempre verdad	Usualmente verdad	Ocasionalmente verdad	Usualmente no verdad	Casi nunca verdad	X		X		X		X		

Fecha, Santa Elena 26 de junio del 2022



Lcdo. Dután Washington, Mgtr.

Juez Experto

C.I:

Anexo 4: Ficha de Evaluación del Instrumento

Nombre del instrumento: Cuestionario – escribir la variable independiente

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

Anexo 5: Validez de contenido del instrumento

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	VÁSQUEZ MALAVE DAYANA GISELA	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La inmediatez y la pérdida de credibilidad en los medios de comunicación multimedia del cantón La Libertad.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Guía de preguntas - La inmediatez	
Objetivo:	Analizar la inmediatez como uno de los factores que influye en la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación multimedia del cantón La Libertad tomando como referencia al medio ES/TV Informativo Península - año 2022.	
Dirigido a:	Medio de comunicación y audiencia del cantón La Libertad	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Lcdo. Washington Oswaldo Dután, Mgtr.	
Documento de Identidad:	1710806009	
Grado Académico:	Lcdo. En ciencias de la Comunicación Social	
Especialidad:	Magister	
Experiencia Profesional (años):	27	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia: Aplicar encuesta		

Fecha: Santa Elena, 26 de junio del 2022



Lcdo. Washington Dután, Mgtr.

Juez Experto

C.I: 1710806009

Anexo 6: Ficha de observación de contenido del medio de comunicación

Medio de Comunicación	ES/TV Canal Informativo Peninsular
Tema	La Inmediatez y la Pérdida de Credibilidad en los Medios de Comunicación Multimedia del Cantón La Libertad 2022
Objetivo	Analizar la inmediatez como uno de los factores que influye en la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación multimedia del cantón La Libertad tomando como referencia al medio ES/TV Informativo Península en el año 2022.
Fecha de inicio	20 de mayo del 2022
Fecha de Finalización	30 de junio del 2022
Total, de tiempo	42 días
Observador	Dayana Gisela Vásquez Malavé

S: siempre, **CS:** casi siempre, **AV:** a veces, **N:** nunca

CATEGORÍA	ITEMS	IDICADORES				OBSERVACIONES
		S	CS	AV	N	
INFORMACIÓN	Jerarquiza la información según los hechos y el contenido cumpliendo con los criterios del ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?					Durante el tiempo en el que se realizó el análisis de contenido se observó la clasificación de los mismos en: Local, Nacional, Internacional, Farándula, música, curiosidades y crónica, en la mayoría de las publicaciones se responde a las preguntas del ¿Qué?, ¿Cómo? ¿Cuándo?, ¿Dónde? jerarquizando la información, priorizando los temas de relevancia local o acontecimientos que impacten a nivel nacional.
	El contenido emitido es contrastado con otras fuentes para aportar en la confianza que tenga la información presentada					El contenido emitido varía dentro del medio de comunicación, según lo observado antes de realizar una publicación se contrastaba con una o dos fuentes para generar más confianza en contenido presentado sin embargo habían hechos de última hora, con impacto inmediato que tenía la difusión y no permitía contrastar de forma correcta el contenido.
	Se verifica la información emitida antes de publicarla					Dentro del medio de comunicación la información que se emite no siempre tiene el tiempo de verificación necesario para poder decir que el 100% de los datos presentados son correctos, pues la inmediatez con la que se publica una información de gran impacto no permite cumplir con una correcta verificación

FUENTES	Utilizan alrededor de tres fuentes de información variando entre fuentes primarias, secundarias y terciarias.				El medio de comunicación en ciertas ocasiones menciona sus fuentes en las publicaciones que emite, pero siempre menciona solo una muchas de ella son fuentes terciarias.
	Sus fuentes generan confianza en el público				Las fuentes que utiliza el medio son siempre de medios de gran alcance social y que cuentan con años de trayectoria en el ámbito comunicativo por lo tanto sus fuentes generan confianza en la audiencia al emitir la noticia, cuando en las publicaciones no existe la fuente de la información genera desconfianza,
TIC	La difusión de información por medio de las TIC se da de forma inmediata en el medio de comunicación				El medio cumple con el principio de la inmediatez, actualizando todo en el momento en el que suceden hechos relevantes por medios de las TICs que permiten brindar información inmediata.
FAKE NEWS	En cada publicación se evidencia el origen de la información para poder contribuir en su verificación				El origen de la información se puede constatar en ciertas publicaciones como los en vivo en donde se observa lo sucedido y en ocasiones se toman datos desde las fuentes oficiales.
	Se emiten contenidos que generan desinformación entre la audiencia del medio de comunicación.				Dentro del tiempo que se observó el contenido que emitía el medio de comunicación para buscar una relación entre la inmediatez y la pérdida de credibilidad del medio de comunicación se evidenciaron dos acontecimientos importantes que pueden tomarse como desinformación sin embargo también el medio realizó la verificación de información ante los comentarios de la audiencia.
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	La imagen que mantiene el medio de comunicación aporta en la credibilidad de este.				La imagen del medio de comunicación repercute en los comentarios de la audiencia y la confianza que este tiene a la hora de emitir noticias sobre hechos relevantes.
	Utiliza elementos multimedia para mejorar la comprensión de la información emitida a través de las redes sociales.				El medio hace uso de medios multimedia a través de videos, Flyer y en ciertos casos infografías para una mejor comprensión de la nota.
COMUNICADOR	Los periodistas del medio de comunicación tienen una alta responsabilidad periodística para emitir una información.				Los periodistas buscan emitir información basándose en fuentes confiables para crear una imagen que genera la confianza necesaria en la audiencia del medio de comunicación.

Fecha, Santa Elena 22 de junio del 2022



Lcdo. Dután Washington, Mgr.

Juez Experto

C.I: 1710806009

Anexo 7: Entrevista a la especialista en temas de Inmediatez

<p>Entrevistado: Gabriela Vélez - especialista en Comunicación e Inmediatez</p> <p>Entrevistadora: Dayana Gisela Vásquez Malavé</p>	
<p>1.- Como periodista y experta en temas de Inmediatez: ¿Considera que la inmediatez con la que se emite una información permite contrastar de forma adecuada las noticias?</p>	<p>No se puede contrastar bien la información por la inmediatez. Una evidencia clara son los en vivo en Facebook donde la información es continua y los datos que se dan en ellos no son contrastados. Tomando en cuenta que cada día existen grandes volúmenes de datos subidos en la web muchos de esos volúmenes son información tergiversada, al periodista le toca la tarea de contrastar esos datos que llevan cierto tiempo. En estos momentos creo que muchos medios por querer obtener más likes compartidas y repercusión limitan el hecho de verificar la información por ellos han nacido los fatchecking o fachekeg y que aún falta mucho por hacer Dentro de este nuevo ecosistema del periodismo porque debe estar o debería estar a mi criterio bastante acompañado de la Inteligencia artificial Es decir de que a través de algoritmos en concordancia y en compañía con el periodista mismo y otros especialistas se pueda verificar informaciones para poder contrastarlas tal como deberían ser creo que aún estamos en deuda con la ciudadanía en presentar trabajos contrastados y periodísticos más fiables más confiables esa es una tarea que está todavía en pie de lucha.</p>
<p>2.- ¿Considera que la inmediatez de la comunicación en las redes sociales permite una mejor interacción entre el medio y la audiencia gracias a las TIC?</p>	<p>Y por supuesto la inmediatez en estos tiempos permite la interacción con las audiencias eso es indudable tanto el feedback como la retroalimentación. Ya no somos una comunicación descendente o como decía Marshall McLuhan que teníamos una aldea global donde la información que emitía por ejemplo los medios tradicionales como la prensa radio televisión e incluso el cine era solamente de una línea, me refiero a que le daban el mensaje y no había posibilidad de que el receptor de la información pudiera dar una retroalimentación en la actualidad eso ha cambiado.</p> <p>Hablamos de una audiencia segmentada por ejemplo a quién le gusta el fútbol pues puede ver en noticias de fútbol. Los medios que focalizan información es como digo entonces hay más interacción esa interacción sí permiten cierta medida que los prestas tengan en sus manos la responsabilidad de que el contenido que emitan pues sea creíble sea fiable porque su momento la audiencia mismos lo va a decir va a decir que tal vez la información es errónea Y eso repercute en la credibilidad del medio respecto.</p>
<p>3.- ¿Cree que la creación de diferentes contenidos multimedia para difundir información por parte de los medios de comunicación influye en la credibilidad de lo que se presenta?</p>	<p>El crecimiento de diferentes medios focalizados o segmentados de acuerdo a lo que la audiencia quiere, es evidente que las formas de comunicar han cambiado y por eso los formatos son distintos y van acompañados con el canal En cuál se emite la información por ejemplo de texto y hay una especie y medio en la cual los contenidos que tienen que ser en cierto tiempo cal anteriormente por ejemplo los videos o cualquier toma fotográfica era sugerida desde los medios que fueran horizontales Pues ahora se rompió prácticamente es estándar de que todas fotografía o todo video sea horizontal sino que ya se pueden hacer videos verticales y esto por los formatos no entonces es indudable que influye tiene credibilidad actualmente uno puede hacer una infografía vertical y aunque a una infografía Aunque haga un video en tik Tok Aunque</p>

	<p>haga un vivo todos esos formatos deberían tener un manual de estilo de forma de trabajo de direccionamiento se las audiencias para que sea creíble no por eso es que en la actualidad ya hemos escuchado como y han visto en las noticias como en diferentes países está pidiendo por ejemplo que exista profesionales licenciados con títulos para hacer conciencia entonces Claro que influye todo lo que se transmite Y qué tiene que ver con la credibilidad del medio no olvidemos que la comunicación es si es parte de una profesión en actualidad y que Los profesionales de comunicación están llamados a que la información que brindan debe ser confiable y para que eso sea confiable se siguen diferentes pautas para eso está la academia Para enseñarte esas puntos y para que se cumpla Porque si vemos Tenemos también el otro grupo el grupo Qué es la ciudadanía común que hace videos que hace emisiones de contenidos que no sabemos es un verdadero Bueno pero que por Su carisma y otros aspectos a veces tiene más seguidores pero aquello no en realidad entra en la profesión de la comunicación con los procedimientos éticos morales y de credibilidad que amerita en esa misma pregunta tres tengo que aclarar que ni Facebook ni tiktok ni Instagram son un medio de sí mismo que se considera si un intermediario de aquello pero no son el medio en sí mismo el medio es obviamente una realización acreditada regulada por diferentes parámetros y normativas que auto lógicas qué está conformado por profesionales de la comunicación es aparte</p>
<p>4.- ¿Cree que la imagen corporativa del medio de comunicación es importante para influir en el nivel de credibilidad que mantenga dicho medio?</p>	<p>La pregunta 4 creo que sí es importante la imagen corporativa del medio para que sea más creíble por ejemplo en la actualidad vemos muchas Muchos medios digitales por ejemplo fanpage que incluso utilizan una línea gráfica y bastante decadente falta de el número telefónico falta de reflejar la imagen de quienes trabajan ahí para que sea más creíble cuando vemos fotografía suelen ser fotograffas con poco criterio de composición Entonces eso dice mucho de quién está detrás del medio o la credibilidad o el manejo que se está haciendo desde el punto de vista profesional la parte de la imagen corporativa como el diseño logo el manejo de los para textos que se publican en redes si hablamos en este caso de medios digitales también es sumamente importante no menos yo creo que va a la par de importancia entre los contenidos que se emiten con respecto a la imagen corporativa ambas van de la mano son indispensables para que un medio sea creíble y tenga un posicionamiento y que tengo una audiencia que pueda confiar en lo que se dice.</p> <p>El manejo de los para textos que se publican en redes si hablamos en este caso de medios digitales también es sumamente importante no menos yo creo que va a la par de importancia entre los contenidos que se emiten con respecto a la imagen corporativa ambas van de la mano o son indispensables para que un medio sea creíble y tenga un posicionamiento y que tengo una audiencia que pueda confiar en lo que se difunde</p>

Anexo 8: Entrevista al Gerente del Medio de Comunicación

<p>Entrevistado: Edwin Salinas Gerente de ESTV Informativo Peninsular Entrevistadora: Dayana Gisela Vásquez Malavé</p>	
<p>1.-¿Considera que la inmediatez con la que se emite una información permite contrastar de forma adecuada las noticias?</p>	<p>La inmediatez dentro de cualquier medio de comunicación es fundamental, de hecho, este es uno de los principios en los cual nos basamos siempre informar con calidad, pero de manera inmediata. Información de calidad, pero de la forma más rápida posible para ir acorde a la plataforma con la cual nos manejamos en este caso las redes sociales que son caracterizadas por emitir noticias de forma veloz y en el momento en que sucede, es cierto que no se realiza una contratación adecuada, pero al momento de emitir la verifica varias fuentes.</p>
<p>2.- ¿Considera que la inmediatez de la comunicación en las redes sociales permite una mejor interacción entre el medio y la audiencia gracias a las TIC?</p>	<p>Claro la interacción existe entre 15 existe con el público debido a las tecnologías evidente al momento de subir una información a las redes sociales ellos tiene la oportunidad de poder comentar manifestarse acerca de lo que se la gesta informan por lo tanto el momento de subir algo caracterizado por límite que el hecho de gran impacto la audiencia interactuar claro que a veces a paso acierto comentario dependiendo de la información que se emita pero también ayuda mejorar parte del contenido que el medio de comunicación crea, este se caracteriza por la creación de contenido multimedia</p>
<p>3.-¿Cree que la creación de diferentes contenidos multimedia para difundir información por parte de los medios de comunicación influye en la credibilidad de lo que se presenta?</p>	<p>Claro que nosotros somos un estudio, pero no contamos con las herramientas profesionales que se necesitan para realizar un buen material sin embargo con las herramientas tecnológicas que poseemos hemos hecho buenos trabajos nosotros En el tema de redacciones para subir contenido a nuestras redes sociales creamos a través de las multimedia ciertas infografías o flyers para que la audiencia pueda comprender mejor la información que se está emitiendo creo que más que influyen en la credibilidad esto influye en la imagen que tiene el medio de comunicación lo cual a su vez repercute o impacta en la percepción que tienen las personas sobre el medio y en parte de eso es viene la credibilidad también</p>
<p>4.- ¿Cree que la imagen corporativa del medio de comunicación es importante para influir en el nivel de credibilidad que mantenga dicho medio?</p>	<p>Es lo que mencionaba anteriormente una buena imagen corporativa de las personas genera cierto grado de confianza en el medio de comunicación y por ende la información que emite, si el medio comunicación tuviera una mala imagen incluyendo sus periodistas las personas no consumirían los productos que emitimos, sin embargo el medio tiene muy buena acogida muchas veces se producen comentarios negativos acerca de informaciones pero así es la labor periodística y cualquier tipo de trabajo en casos escuchamos decir la prensa vendida la presenta tarrinera. Pero creo que en la mente de las personas es la percepción viene de Más allá de los medios nacionales de la imagen que se ha creado y se ha proyectado de la prensa</p>

Anexo 9: Entrevista al director de Noticias del Medio de Comunicación

<p>Entrevistado: Jefferson Salinas Director de ESTV Informativo Peninsular Entrevistadora: Dayana Gisela Vásquez Malavé</p>	
<p>1.-¿Considera que la inmediatez con la que se emite una información permite contrastar de forma adecuada las noticias?</p>	<p>El difundir noticias muchas veces por la premura no se puede contrastar la información de una forma correcta sin embargo se toman fuentes oficiales de medios de comunicación reconocidos para generar un poco más de confianza, en la mayoría de casos tratamos de siempre a la fuente oficial por ejemplo algún comunicado por parte del gobierno, buscamos su cuenta de Twitter para ver si ha emitido o no el comunicado, no nos confiamos fácilmente, verificamos que sea real y se procede a subir la información.</p>
<p>2.- ¿Considera que la inmediatez de la comunicación en las redes sociales permite una mejor interacción entre el medio y la audiencia gracias a las TIC?</p>	<p>Tus puede ser una ventaja y una ventaja porque al momento de su vida la información obviamente que sí interacción con audiencia, pero eso también dar paso a cierto comentarios negativos dependiendo del hecho que es evita que fue algo que ya observamos en algunas publicaciones ciertas noticias en donde la gente comienza a sacar cierto tipo de contenido</p>
<p>3.-¿Cree que la creación de diferentes contenidos multimedia para difundir información por parte de los medios de comunicación influye en la credibilidad de lo que se presenta?</p>	<p>Claro es como ya se mencionó esto influye en la imagen del medio de comunicación que si mantiene una buena imagen entonces también va generar confianza en la persona contribuyendo a su credibilidad. Esto va muy relacionado a la imagen corporativa fundamental para cualquier empresa y el caso los medios de comunicación no es la sección que sepas mente pues que hago fundamental y los medios la credibilidad</p>
<p>4.- ¿Cree que la imagen corporativa del medio de comunicación es importante para influir en el nivel de credibilidad que mantenga dicho medio?</p>	<p>Si un medio mantiene una mal imaginé obvio que las personas no se van a confiar de las noticias que ese medio, también van a tratar de evitar consumir contenido de este medio bajando su popularidad ocasionando que mucha gente no los sintonice. Mantenerse a flote en el mundo la comunicación tiene que ver mucho con eso con la popularidad, la credibilidad que el medio mantenga y con la inmediatez que se maneje la información siempre forma correcta y tratando de priorizar la calidad de las noticias</p>

Anexo 10: Certificado de registro público de medios



Consejo de
Comunicación
Libertad de expresión y derechos

CERTIFICADO

REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS

Quito, 18 de Junio 2022

El Medio de Comunicación: **ESTV CANAL INFORMATIVO PENINSULAR**, de nombre: **ESTV CANAL INFORMATIVO PENINSULAR**, con RUC: **0923563571001**, de clasificación: **IMPRESO**, de tipo: **PÚBLICO**; consta registrado en el Registro Público de Medios de Comunicación Social, de conformidad con el artículo 88 de la Ley Orgánica de Comunicación.

Este certificado tiene vigencia de 1 año, a partir de su emisión.

Para verificar, el código del certificado de registro por favor ingrese en el siguiente link:

<https://rpm.consejodecomunicacion.gob.ec>

Código de validación: RPM-2022-6-00207



Lic. Jeannine Cruz, Msc.

Presidenta del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la información y Comunicación

Documento generado por: 0923563571001 Fecha: 18-06-2022 Hora: 14:02:02

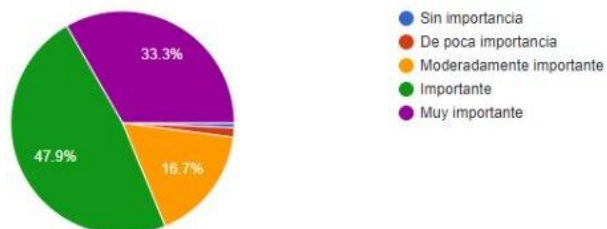


Anexo 11: Encuesta Realizada

3.- ¿Para usted la fuente es importante para dar veracidad a la información que se propaga de forma inmediata?

 Copiar

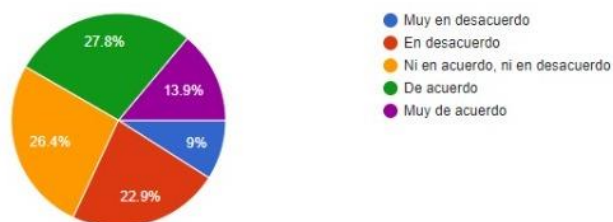
144 respuestas



4.- ¿Cree que los periodistas y comunicadores buscan fuentes confiables cuando se presenta un hecho importante que se difunde con inmediatez?

 Copiar

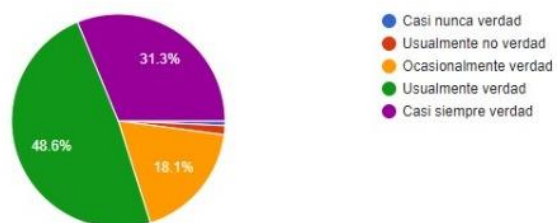
144 respuestas



10.- ¿Es probable que en ciertos casos exista duda en la credibilidad del medio, debido a los antecedentes éticos del comunicador que emite la información?

 Copiar

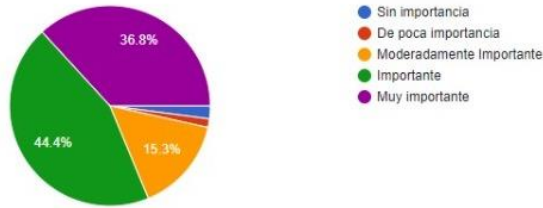
144 respuestas



7.- ¿Cree que es importante el tratamiento minucioso o presentación de contenidos verificados antes de publicarlos para no difundir Fake News que causan la pérdida de credibilidad del medio de comunicación?

 Copiar

144 respuestas



Anexo 12: Contenido Analizado en el medio de comunicación

Henry Merchan
Con evidencias en mano y le dicen presunto ladrón.....q buenos compañeros son

Me gusta Responder Ocultar 7 sem

Glenda Perero
Por que ocultan el rostro de este individuo muestren para conocerlo

Me gusta Responder Ocultar 7 sem

Marco Javier Veintimilla Gavilanez
La denuncia debe ser por intento de asesinato más no por robo.

ROBO EN AGROVETERINARIA DEL CANTÓN LA LIBERTAD

ESTV Canal Peninsular
Publicado por Dayana Vasquez Malave · 24 de mayo · 219 vistas

Local #asalto
#Inseguridad

La tarde de este martes se registró un asalto en el Barrio Mariscal Surte del cantón La Libertad, en la Agrovetinaria que se encuentra en la esquina de la calle 22, en donde antisociales hicieron de las suyas.

Aparentemente 3 sujetos a bordo de una moto con armas en manos amenazaron a las personas que se encontraban en el lugar quitándoles sus teléfonos celulares. En videos de las cámaras de vigilancia se observa como uno de los ladrones amenaza a una mujer y cuando ella se niega a darle sus pertenencias desaparece en el suelo del establecimiento.

El propietario del local comercial se manifestó haciendo un llamado a las autoridades por la inseguridad que se vive en el cantón. Ver menos

Información falsa
Verificado por verificadores de información independientes

Ver por qué Ver video

ESTV Canal Peninsular
Publicado por Dayana Vasquez Malave · 12 de junio · 219 vistas

¡INICIO EL PARO NACIONAL!

Ver más

219 Me gusta 5542 reproducciones

8013 Personas alcanzadas 396 Reacciones, comentarios y veces que se ha...

5542 Reproducciones de video 5542 Reproducciones de video de 3 segundos

Ver más detalles del video

Me gusta Comentar Compartir

Siguiente

Kids Hut English Stories (Wolf And...
Comentarios Ver todo

SUPUESTOS SAQUEOS EN EL MERCADO DEL CANTÓN LA LIBERTAD

ESTV Canal Peninsular
Publicado por Dayana Vasquez Malave · 14 de junio · 571 comentarios 242 veces compartida

ÚLTIMO MINUTO
Alerta de Supuestos Saqueos en el mercado y la Zona Centrica del cantón La Libertad.

Aparentemente reportan saqueos en el mercado del cantón La Libertad. Los locales comerciales están cerrando sus puertas ante la alerta para precautelar la seguridad de sus negocios.

#NoticiaEnDesarrollo

Editar

571 44 comentarios 242 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir

Más relevantes

Vanessa Basilio
Que desgracia! Lo que provoca el paro, deberían...

SAQUEOS ¡ERAN PARO! EL HECHO SE DIÓ EN EL MERCADO Y CENTRO DE LA LIBERTAD

ESTV Canal Peninsular
Publicado por Dayana Vasquez Malave · 14 de junio · 86 vistas

Verificación de Información Ante la Supuesta Alerta de Saqueos

Hace pocos minutos se emitió una alerta de saqueos en el mercado del cantón La Libertad, por la cual varios comerciantes decidieron cerrar sus negocios como una forma de precaución.

Esto fue descartado pero ante la preocupación la ciudadanía tomo como medida cerrar las puertas de sus lugares de trabajo.

La supuesta alerta se difundió haciendo que comerciantes de la calle Guayaquil, José Robles Bodero y avenida... Ver más

Editar

86 Me gusta 2 comentarios 16 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir

Más relevantes

NACIONAL

ES TV
CANAL PENINSULAR
30/JUNIO/2022

**!FIN DEL PARO!
TRAS ACUERDO ENTRE LA
CONAIE Y EL GOBIERNO**

ESTV Canal Peninsular
Publicado por Electrónica Electrofusion
- 30 de junio a las 11:58

Atención- Último minuto
!Fin del Paro Nacional! La Conaie llega a un acuerdo con el Gobierno

Tras 18 días de paralizaciones, Ecuador y la CONAIE llegan a un acuerdo dando como finalizado el Paro Nacional 2022 en la Conferencia Episcopal Ecuatoriana.

Las conversaciones continuarán por 90 días para tratar los pedidos de las comunidades indígenas, quienes regresan a sus hogares.

El precio de la gasolina se reducirá a 15 centavos y se da por terminado el estado de excepción.

179 · 28 comentarios 37 veces compartida

Me encanta · Comentar · Compartir

NACIONAL

ES TV
CANAL PENINSULAR
30/JUNIO/2022

**15 MINUTOS
PIDIO EL PRESIDENTE DE
LA CONAIE ANTES DE FIRMAR EL
ACUERDO DE PAZ**

ESTV Canal Peninsular
Publicado por Electrónica Electrofusion
- 30 de junio a las 13:23

ATENCIÓN
Aun no se firma el acuerdo que da por finalizado el paro nacional fue lo que anuncio Leonidas Iza, quien pidió 15 minutos para analizarlo.

Según la Conferencia Episcopal ya habían llegado a un compromiso, durante la conferencia que aun se mantiene; este menciona que hoy mismo darán una solución.

Mientras que en los exteriores de la conferencia los manifestantes gritan "No son 15, son 40" en referencia al precio del combustible.

#NoticiaEnDesarrollo

115 · 4 comentarios 45 veces compartida

Me gusta · Comentar · Compartir

Más relevantes

Elsa Arrieta Morales

Escribe un comentario...

NACIONAL

ES TV
CANAL PENINSULAR
30/JUNIO/2022

**!FIN DEL PARO!
SE FIRMA EL ACUERDO QUE
OFICIALMENTE TERMINA CON EL
PARO NACIONAL**

ESTV Canal Peninsular
Publicado por Electrónica Electrofusion
- 30 de junio a las 14:32

ATENCIÓN
Es oficial publicamente se firmó el acuerdo que da por finalizado el paro nacional. Los grupos sociales registrarán a sus territorios pero se advirtió de que incumplir con el acuerdo ellos volverán a exigir su cumplimiento.

26 veces compartida

Me encanta · Comentar · Compartir

Más relevantes

Escribe un comentario...