



**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**

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**CONTENIDOS INFORMATIVOS DEL NOTICIERO SEGÚN LA LEY
ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN EN RADIO SALINAS 103.3 FM. 2022.**

AUTORA

JULEXY KARINA PERERO GONZÁLEZ

TUTOR

Lcdo. ÁNGEL ALBERTO MATAMOROS DÁVALOS, PhD.

DOCENTE ESPECIALISTA

Lcdo. WASHINGTON DUTAN, Mgtr.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

SUB-LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

IMPACTOS DE LA COMUNICACIÓN RADIAL

LA LIBERTAD, ECUADOR, 2023



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

TEMA

**CONTENIDOS INFORMATIVOS DEL NOTICIERO SEGÚN LA LEY ORGÁNICA DE
COMUNICACIÓN EN RADIO SALINAS 103.3 FM. 2022.**

Autora: Julexy Karina Perero González

Tutor: Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su bendición y amor, por darme la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional, por darme valentía y valor para cumplir con todos mis objetivos planteados. A mis padres que siempre me han brindado su apoyo incondicional para cumplir mis objetivos y a la vez me han impulsado a perseguir mis metas y no rendirme ante las adversidades.

Mis más sinceros agradecimientos al Dr. Ángel Matamoros, tutor de mi investigación, quien con su ayuda, dedicación y paciencia me orientó a realizar este trabajo de investigación. Agradezco a mis compañeros por las horas compartidas y los trabajos realizados en conjunto, gracias por sus conocimientos, apoyo y sobre todo su amistad.

Finalmente, agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) por los conocimientos y experiencias vividas en el aula de clases que fueron fundamentales para mi formación profesional, gracias también a Radio Salinas por darme la apertura para que fuese mi enfoque de estudio y brindarme la información necesaria.

Julexy Karina Perero González

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación con mucho cariño a mis padres que han sido un pilar fundamental para culminar mi etapa académica, porque me han llenado con su sabiduría a construir y forjar la persona que ahora soy. A mis pequeños hermanos por ser mi motivo de superación y darme fuerzas para continuar, convirtiéndome en un ejemplo para ellos, porque los sueños si se cumplen. A mi pareja, que con su amor estuvo a mi lado desde el principio de este largo recorrido para apoyarme y aconsejarme en mi etapa académica, ha sido mi fuente de inspiración para acabar con éxito mi proyecto de investigación.

Julexy Karina Perero González

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR



UNIVERSIDAD ESTATAL 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, 4 de febrero de 2023

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: **Julexy Karina Perero González**, con cédula de identidad N° **2450337130**, 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 la señorita: **Julexy Karina Perero González**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la (UIC) con el proyecto de investigación titulado: **Contenidos informativos del noticiero según la ley orgánica de comunicación en Radio Salinas 103.3 FM. 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,

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Docente tutor
Trabajo Integración Curricular II
CI: 0913729257
Correo Institucional: amatamoros@upse.edu.ec
Cel: 0986049404

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



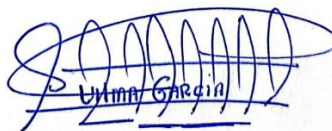
**Dra. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
DIRECTORA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



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



**Lcdo. Ángel Alberto Dávalos Matamoros, PhD.
DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



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



**Ing. Yolanda Paola Limones Borbor, Mgtr.
ASISTENTE ADMINISTRATIVO DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



**Perero González Julexy Karina
ESTUDIANTE**

DERECHOS DE AUTORÍA

Quien suscribe: **JULEXY KARINA PERERO GONZÁLEZ**, con C.C: **2450337130**, estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, declaro que el trabajo de titulación; **proyecto de investigación**, presentado a la Unidad de Integración Curricular (UIC), cuyo tema es: **CONTENIDOS INFORMATIVOS DEL NOTICIERO SEGÚN LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN EN RADIO SALINAS 103.3 FM. 2022**, corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 4 de febrero de 2023

Atentamente,



Julexy Karina Perero González
C.C: 2450337130

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA.....	I
AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA.....	III
CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR.....	IV
DERECHOS DE AUTORÍA.....	VI
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT.....	XIII
INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	3
1.1. Descripción del problema.....	3
1.2. Formulación del problema	4
1.3. Preguntas de investigación	4
1.4. Justificación	5
1.5. Objetivos	6
1.5.1. General	6
1.5.2. Específicos.....	6
1.6. Hipótesis.....	6
1.7. Variables	6
1.7.1. Independiente	6
1.7.2. Dependiente.....	7
1.8. Variables (Operacionalización).....	7
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	8
2.1. Antecedentes	8

2.2. Marco conceptual	11
2.2.1. Contenidos informativos	11
2.2.2. Textos informativos	11
2.2.3. Veracidad	12
2.2.4. Precisión	12
2.2.5. Credibilidad de contenidos	13
2.2.6. Credibilidad y Confianza	13
2.2.7. Percepción de la credibilidad	14
2.2.8. Calidad de contenidos	15
2.2.9. Calidad percibida de los medios	15
2.2.10. Ley Orgánica de Comunicación	16
2.2.11. Regulación de contenidos	16
2.2.12. Normas de regulación voluntaria	17
2.2.13. Prohibición y contenido violento	17
2.2.14. Responsabilidades comunes de los medios	18
2.2.15. Obligación de los medios audiovisuales	19
2.2.16. Transparencia de un medio de comunicación	19
2.2.17. Autorregulación comunicacional	20
2.2.18. Fundamentos de la autorregulación	20
2.3. Marco legal	21
3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	25
3.1. Tipo de investigación	25
3.2. Enfoque de la investigación	25
3.3. Diseño de la investigación	26
3.4. Métodos de investigación	26

3.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos.....	27
3.6. Universo, población y muestra	28
4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	31
4.1. Procesamiento de la información.....	31
4.2. Análisis e interpretación de resultados	31
4.2.1. Análisis cuantitativo: encuesta.....	31
4.2.2. Análisis Cualitativo: Entrevista	42
4.3. Discusión de resultados.....	51
CONCLUSIONES.....	55
RECOMENDACIONES	56
BIBLIOGRAFÍA.....	57
ANEXOS.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Los contenidos informativos que transmite el noticiero de.....	32
Tabla 2. El noticiero “Ola Informativa” emplea correctamente la precisión	33
Tabla 3. Los contenidos despiertan el interés del público para generar	34
Tabla 4. El noticiero crea una percepción para generar credibilidad	35
Tabla 5. Transmiten contenidos de calidad para una buena aceptación	36
Tabla 6. Radio Salinas aplica las normas de regulación voluntaria para	37
Tabla 7. Prohibición contenido violento durante su transmisión.....	38
Tabla 8. Radio Salinas cumple las obligaciones con los medios audiovisuales	39
Tabla 9. Los contenidos desarrollan un pensamiento crítico para la audiencia	40
Tabla 10. El noticiero maneja los fundamentos de la autorregulación para.....	41
Tabla 11. Análisis individual de resultados de preguntas estructuradas.	43
Tabla 12. Análisis individual de resultados de preguntas estructuradas.	45
Tabla 13. Análisis individual de resultados de preguntas estructuradas.	47
Tabla 14. Guía de preguntas: Análisis cualitativo	49
Tabla 15. Matriz de operacionalización de variables.	65
Tabla 16. Instrumento de Validación: encuesta.....	67
Tabla 17. Instrumento de Validación: entrevista	68
Tabla 18. Matriz de validación de contenido por juicio de expertos.....	69
Tabla 19. Ficha de evaluación del instrumento.....	70
Tabla 20. Validez de contenidos del instrumento	72

ÍNDICE DE FIGURA/GRÁFICOS/IMÁGENES

Figura 1. Los contenidos informativos que transmite el noticiero de Radio Salinas se emplea la veracidad.....	32
Figura 2. El noticiero “Ola Informativa”, emplea correctamente la precisión dentro de sus notas informativas	33
Figura 3. Los contenidos despiertan el interés del público para generar credibilidad y confianza	34
Figura 4. El noticiero crea una percepción para generar credibilidad dentro de sus contenidos	35
Figura 5. Transmiten contenidos de calidad para una buena aceptación del público	36
Figura 6. Radio Salinas aplica las normas de regulación voluntaria para sus contenidos para garantizar el ejercicio periodístico	37
Figura 7. Prohibición y contenido violento durante su transmisión	38
Figura 8. Radio Salinas cumple las obligaciones con los medios audiovisuales	39
Figura 9. Los contenidos desarrollan un pensamiento crítico para la audiencia.....	40
Figura 10. El noticiero maneja los fundamentos de la autorregulación para fomentar la transparencia.....	41
Figura 11. Árbol del problema	64
Figura 12. Entrevista a Allan Suárez	73
Figura 13. Entrevista a Javier Reyes Tipán	73
Figura 14. Entrevista a María José Solís.....	73
Figura 15. Encuesta	74
Figura 16. Evidencia de entrevista a Allan Suárez	75
Figura 17. Evidencia de entrevista a Javier Reyes Tipán	76
Figura 18. Evidencia de entrevista a María José Solís.....	77

RESUMEN

Los contenidos informativos son una pieza esencial de un medio de comunicación, transmiten noticias a diario y los contenidos sean buenos o malos llegan a la audiencia, aquí radica el problema de muchos informativos al no aplicar la actual normativa de la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Comunicación en sus contenidos informativos tampoco se cumple con la autorregulación, impidiendo el correcto manejo del ejercicio periodístico. El presente proyecto de investigación se llevó a cabo bajo un orden estructural que contiene métodos y técnicas que permitieron obtener información de la audiencia de Radio Salinas acerca de los contenidos informativos del noticiero “Ola Informativa”, a través del cual se planteó como objetivo analizar dichos contenidos para conocer la aplicación del marco legal vigente. La metodología empleada es de tipo aplicada con un enfoque cualitativo, con un diseño descriptivo no experimental e inductivo y deductivo. Se realizó la técnica de la encuesta con un cuestionario de escala de Likert a 384 personas que la audiencia de Radio Salinas y entrevista a tres especialistas en el área de Comunicación. Por lo antes señalado, la audiencia considera que los contenidos informativos del noticiero aplican correctamente la normativa actual logrando una buena aceptación de su público y generando credibilidad.

Palabras claves: contenidos informativos, Ley Orgánica de Comunicación, credibilidad y regulación de contenidos.

ABSTRACT

Informative content is an essential piece of a communication medium, they transmit news daily and the content, whether good or bad, reaches the audience. Herein lies the problem of many news programs by not applying the current regulations of the Organic Law Reforming the Law Orgánica de Comunicación does not regulate itself in its informative content either, preventing the correct management of the journalistic exercise. The present research project is carried out under a structural order that contains methods and techniques that allowed obtaining information from the audience of Radio Salinas about the informative contents of the newscast "Ola Informativa", through which the objective was to analyze said contents. to know the application of the current legal framework. The methodology used is applied with a qualitative approach, with a non-experimental, inductive, and deductive descriptive design. The survey technique was carried out with a Likert scale questionnaire to 384 people who were the audience of Radio Salinas and interviewed three specialists in the Communication area. Due to the aforementioned, the audience considers that the informative contents of the newscast correctly apply the current regulations, achieving good acceptance by its public and with credibility.

Keywords: informative content, Organic Law of Communication, credibility, and content regulation.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación aborda la importancia de los contenidos informativos que transmiten los noticieros en los medios de comunicación, debido a que, se han convertido en una herramienta esencial para que la audiencia se mantenga informada, pero esto también ha generado confusión en los receptores, al aplicar inadecuadamente la parcialidad y entre otras características que un medio radial debería tener presente para que brinde contenidos informativos de buena calidad y sobre todo que cumpla lo que indica la Ley Orgánica Reformatoria de la Ley Orgánica de Comunicación.

De ahí la necesidad de analizar los contenidos informativos del noticiero “Ola Informativa” de Radio Salinas 103.3 FM para conocer un poco más el criterio de la audiencia, analizar dos escenarios el primero es identificar los factores si el medio emplea correctamente sus contenidos según lo que estipula la Ley Orgánica Reformatoria de la Ley Orgánica de Comunicación o al menos si aplica la autorregulación en sus propios contenidos; el segundo escenario importante radica en cómo es el manejo de los profesionales de Radio Salinas a la hora de brindar noticias, pues en algunos casos, se ha evidenciado que la falta de profesionalismo influye en la forma y tipos de contenidos que emiten perjudicando al medio como tal. Es importante conocer que estaría afectando la opinión pública y el derecho a tomar decisiones como audiencia e identificar como es el manejo de los contenidos noticiosos del medio radial para atender alternativas de solución y sugerir cambios.

La metodología empleada se direccionó a la investigación aplicada, con un enfoque cualitativo, en donde se definió por medio de una encuesta el criterio de la audiencia de Radio Salinas y en la entrevista la perspectiva de otros especialistas en comunicación dando a conocer información relevante y necesaria para el estudio de este trabajo. El diseño empleado en el proyecto fue de carácter descriptivo, con una perspectiva detallada de la variable independiente contenidos informativos; y dependiente Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Comunicación. A su vez, se aplica el método deductivo que se aplicó de acuerdo con la temática abordada.

La población para estudiar es de 401.178 personas que habitan en los tres cantones de la Provincia de Santa Elena, siendo la muestra para trabajar de 384 personas que pertenecen a la

audiencia Radio Salinas donde se aplicó la fórmula de muestreo estratificado. La técnica que se emplea es una encuesta con un instrumento de cuestionario con escala de Likert y la entrevista con una guía de preguntas estructuradas. Finalmente se realiza un análisis y discusión de resultados obtenidos para despejar las preguntas de investigación y la hipótesis.

Se planteó el siguiente objetivo general: analizar los contenidos del noticiero “Ola Informativa” de Radio Salinas 103.3 FM para conocer si estos se ajustan a lo que indica la Ley Orgánica de Comunicación. Así mismo, se diseñó tres objetivos específicos: identificar el tipo de contenido noticioso de “Ola Informativa” en Radio Salinas y su relación con la normativa vigente actual; analizar la aplicación de la normativa comunicacional en el noticiero “Ola Informativa” de Radio Salinas 103.3 FM; y determinar la importancia de la regulación de contenidos informativos de Radio Salinas para la aceptación y credibilidad de su audiencia.

El desarrollo de este trabajo de investigación empieza con una introducción que hace referencia una idea global donde describe la problemática a tratar.

En el capítulo I se describe el problema, encontramos las preguntas de investigación, justificación, planteamiento de los objetivos, la hipótesis y el estudio de las variables que resulta esencial para el completo desarrollo de la investigación.

En el capítulo II se encuentra el marco teórico, se determinan los antecedentes con enfoques internacionales, nacionales y locales; marco conceptual donde se fundamenta los conceptos con expertos teóricos y finalmente el marco legal, van los estatutos, leyes, ordenanzas, normas jurídicas que garantizan y justifican la validez de este proyecto de investigación.

En el capítulo III se expone el marco metodológico donde fue necesario establecer el tipo, enfoque, diseño, métodos, técnicas e instrumentos, población y muestra para el desarrollo del trabajo. Finalmente, los resultados obtenidos se encuentran en el capítulo IV, siendo fundamental destacar el procesamiento de la información, análisis e interpretación de contenidos encontrados, llevando al investigador a obtener conclusiones y recomendación.

1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Descripción del problema

Para el estudio de los contenidos informativos en el noticiero de Radio Salinas es importante destacar otros estudios que se han realizado a nivel internacional para conocer otras perspectivas sobre la temática abordada.

Según Magallón (2019) menciona en su estudio: La no regulación de la desinformación en la Unión Europea, que mediante un análisis comparativo en torno a las diferentes medidas adoptadas en estos países se podría combatir la desinformación. Existen una gran cantidad de contenidos informativos falsos y que están afectando a la sociedad al no recibir una calidad de información, por esto el autor enfatiza que, en la Unión Europea se estudien propuestas y escenarios para apostar por una regulación que permita acabar con esta problemática.

Por otro lado, García et al., (2014) indica en su estudio: Géneros y Formas de Inserción Publicitaria en la Televisión Española. Regulación vs. Práctica, sobre la gran saturación publicitaria que existe en España, el proceso de digitalización ha obligado a reformular estrategias para que se controle a base de técnicas. Se ha evidenciado en la actualidad como los medios radiales quieren digitalizarse, lo cual están formando parte del grupo de masas de comunicación que también conllevan a que los periodistas emitan contenidos informativos mal intencionados, engañosos o hasta falsos, los motivos se deben analizar a profundidad, pero lo que se considerará es la relación que los contenidos informativos del noticiero tengan con lo estipulado en la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Comunicación.

El internet y las redes sociales provocan una gran afluencia en los medios radiales digitales, de manera que, gracias a esto, la información que brindan puede llegar a más personas, debido a sus grandes y poderosas herramientas digitales. Para la mayoría de la audiencia, los contenidos informativos que los medios digitales emiten lo adoptan como información verídica, también prefieren y consumen la noticia por su fácil acceso.

La falta de imparcialidad es un problema grave que se forma no solo por la carencia de profesionalismo, sino también por diferentes ídoles que parten desde transmitir información u opinión sin fundamentos, hasta llegar a influir en la audiencia hacia algo o alguien, provoca que los receptores adopten conductas erróneas, se sientan confundidos, quitándoles la libertad del

derecho a la toma de decisiones. En efecto, son las audiencias quienes se encargan de juzgar y catalogar a los noticieros digitales como medios de desinformación porque quizás no proponen cumplir con las normativas o crear reglas que permitan la autorregulación, o en otros casos no existe una entidad que regule los contenidos informativos perdiendo credibilidad y objetividad como medios de información.

El presente estudio se enfoca en Radio Salinas 103.3 FM ubicada en la provincia de Santa Elena, es un medio de comunicación radial privado con presencia digital teniendo una cobertura en los tres cantones: Santa Elena, La Libertad y Salinas, incluyendo sur de Manabí y General Villamil Playas. La radio alcanza una audiencia de más de 118 mil seguidores en Facebook, posee una página web, en donde transmiten en directo toda la programación de contenidos como: noticias, deportes, cultura y entretenimiento. La problemática por estudiar en Radio Salinas serán sus contenidos informativos especialmente del noticiero “Ola Informativa” en su horario de 7:00 am a 12:00 pm, temática que permitirá analizar si el programa emplea correctamente la normativa de la Ley Orgánica Reformatoria de la Ley Orgánica de Comunicación y su incidencia en la pérdida de credibilidad del medio.

1.2. Formulación del problema

Bajo este contexto, la autora de la presente investigación científica se plantea la siguiente interrogante.

¿Cómo influye la Ley Orgánica de Comunicación en la credibilidad de los contenidos del noticiero “Ola Informativa” de Radio Salinas 103.3 FM de la provincia de Santa Elena?

1.3. Preguntas de investigación

- ¿Cómo identificar el tipo de contenido informativo que tiene Radio Salinas en relación con la Ley Orgánica de Comunicación?
- ¿Por qué es necesario analizar la aplicación de la normativa comunicacional en el noticiero “Ola Informativa” de Radio Salinas?
- ¿Por qué es importante que Radio Salinas tome en cuenta la regulación de sus contenidos informativos?

1.4. Justificación

El tema de investigación a realizarse es relevante porque permitirá evidenciar si existe o no afectación sobre la opinión de la audiencia, es importante destacar que los contenidos informativos deben transmitirse de una forma correcta, porque de lo que diga o calle el medio de comunicación va a incidir en la opinión pública, entonces la audiencia podría malinterpretar la información y esto depende de que los comunicadores desarrollen un manejo de contenidos responsable.

La información que se obtenga en la presente investigación servirá para que el medio de comunicación Radio Salinas 103.3 FM pueda analizar sus contenidos informativos y evalúen si se cumple o no con lo que indica la Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación y así logren realizar su propia autorregulación, es decir, que difundan información a base de fuentes verificables, que se omitan los sesgos, que no se malinterprete la información, ser imparcial en todo momento. En efecto, si el medio mantiene la línea de las normas de regulación voluntaria, puede tener una buena aceptación de confianza y credibilidad por su audiencia.

De este modo, ayudará a resolver el manejo de los contenidos informativos, identificar aquellas problemáticas como podrían ser: el uso de parrilla de información, selección de invitados al noticiero, formulación de preguntas por parte del comunicador, manejo del set para cada entrevista, entre otros. Los beneficiarios serán la audiencia de Radio Salinas, quienes sintonizan el noticiero “Ola Informativa” transmitido por la mañana de 7:00 AM a 12:00 PM, el grupo objetivo se enfoca en las personas adultos mayores, amas de casa, choferes de buses y taxis, que por lo general se mantienen pendientes de la programación de la radio.

Los medios de comunicación digital aprovechan la variabilidad que la tecnología les ofrece, pero en algunos casos, esto repercute en el tipo y forma de contenidos que difunden, incluyendo a las personas que laboran en el medio de comunicación, debido a que muchos no son profesionales o simplemente no ejercen su profesión como debería ser. Lo que se espera conocer por medio de los resultados es si el medio de comunicación realiza un procesamiento de la información adecuada desde la gerencia, adoptando los correctivos necesarios para que sus

empleados como director, comunicador, reportero, programador, editor, redactor procesen la información adecuadamente.

Este estudio va a permitir identificar la nueva forma de comunicación y los cibermedios quienes están perjudicando a los receptores y a los medios tradicionales que han tenido la experiencia y credibilidad con el pasar de las décadas.

1.5. Objetivos

1.5.1. General

Analizar los contenidos del noticiero “Ola Informativa” de Radio Salinas 103.3 FM para conocer si estos se ajustan a lo que indica la Ley Orgánica de Comunicación.

1.5.2. Específicos

- Identificar el tipo de contenido noticioso de “Ola Informativa” en Radio Salinas y su relación con la normativa vigente actual.
- Analizar la aplicación de la normativa comunicacional en el noticiero “Ola Informativa” de Radio Salinas 103.3 FM.
- Determinar la importancia de la regulación de contenidos informativos de Radio Salinas para la aceptación y credibilidad de su audiencia.

1.6. Hipótesis

Los contenidos informativos del noticiero “Ola Informativa” de Radio Salinas 103.3 FM mejorarán con la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación.

1.7. Variables

1.7.1. Independiente

La función principal de los **contenidos informativos** es informar sobre cualquier acontecimiento, sin embargo, Tramullas (2016) menciona que los contenidos informativos son combinaciones de objetos digitales, que pueden ser de diverso tipo o característica. De la misma forma, Miranda (2018) indica que están conformados por la recopilación de información que han

sido identificados por un autor, para luego obtener datos que aporten a la difusión de hallazgos necesarios. (p.4).

1.7.2. Dependiente

Como variable dependiente es importante destacar la **Ley Orgánica de Comunicación**, misma que tiene por objeto desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos, así como lo indica la Ley Orgánica Reformatoria de la Ley Orgánica de Comunicación (2022), siendo la pieza fundamental para el desarrollo y correcto manejo de un medio de comunicación

1.8. Variables (Operacionalización)

La siguiente matriz de operacionalización de variables que aborda la temática planteada se encuentra ubicada en anexos 2. La variable de operacionalización de este proyecto de investigación se detalla de la siguiente manera: como dimensión de la variable independiente están textos informativos, credibilidad de contenidos y calidad de contenidos. Para la variable dependiente están las dimensiones, regulación de contenidos, responsabilidades comunes de los medios y transparencia de un medio de comunicación.

2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

En la actualidad existe una gran cantidad de medios digitales y de información que, de alguna forma, no ejercen como debería ser un medio de comunicación tradicional, lo cual está generando desinformación y pérdida de credibilidad de estos. Por esta razón, el siguiente trabajo de investigación estudia los contenidos informativos del noticiero “Ola Informativa” que pertenece a Radio Salinas 103.3 FM para desarrollar un análisis y conocer si este medio cumple con lo que indica la Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación. A continuación, se señalan trabajos investigativos con diferentes enfoques internacionales, nacionales y local que enriquecen este proyecto de investigación:

Pauner (2018) en su investigación sobre: noticias falsas y libertad de expresión e información, el control de los contenidos informativos en la red; analiza los problemas derivados del control de los contenidos de Internet y aporta lo siguiente:

El control de los contenidos informativos que circulan por la red es una cuestión problemática que nos enfrenta, la difusión de información y opiniones a través de Internet se considera un ejercicio de las libertades de expresión e información y algunas páginas web están protegidas por estas libertades y sometidas a sus límites de la misma forma que los tradicionales (p.310).

Los contenidos informativos deberían tener un control por parte de los directores y de los mismos profesionales en comunicación de los medios, porque de esta forma ayudará a que la audiencia esté informada con noticias veraces y así evitar las noticias falsas, sobre todo en la utilización de las plataformas digitales en donde se publican cualquier tipo de contenidos justificándose el derecho a la libertad de expresión.

Así mismo, Jaenes (2016) expone en su investigación denominada: menores y contenidos audiovisuales. Regulación, consumo y sanciones a medios de comunicación, realizado en España, mediante una revisión de documentación sobre legislación en la materia, realiza un análisis de la regulación de los contenidos audiovisuales en los medios de comunicación respecto a los menores:

A pesar del aumento generalizado del acceso de los menores a las tecnologías, y, por ende, a la información en la red, la legislación actual no es capaz de abordar esta situación en profundidad. Respecto a las sanciones en los medios de comunicación, hay algunos que tienen mayor tendencia a cometer infracciones, pero en internet existe ausencia de sanciones (p. 41).

Existen medios de comunicación que no son sancionados como corresponde, algunos no cumplen con lo que indica la normativa o no aplican la autorregulación comunicacional, siendo fundamental su sanción porque los menores de edad también consumen todo tipo de información en cualquier plataforma conllevando a tener serias consecuencias.

En el contexto nacional tenemos a Miranda (2018) indica en su estudio denominado: los contenidos informativos de los medios de comunicación sociales del cantón Babahoyo y su contribución al desarrollo de los habitantes del sector “By Pass”, realizado en la provincia de Los Ríos, mediante el método exploratorio realiza un análisis para conocer los efectos que provoca la utilización de contenidos informativos en los habitantes:

Los contenidos informativos que se exponen en los medios de comunicación a nivel nacional son indispensables en la actualidad, debido a que se transmiten aclaraciones textuales, siendo estas verídicas y oportunas, en donde la confianza y la credibilidad estipulan la elección informativa de la audiencia (p.2).

Los efectos de una mala utilización de los contenidos informativos serán perjudiciales para quienes se informan de ellos, el autor recalca que deberían ser verídicas aportando confianza y credibilidad, las desventajas que puede proporcionar el dar a la sociedad una programación con contenidos no formativos es formar un criterio erróneo en el público.

En ese mismo contexto, Martínez et al., (2015) exponen en su investigación: los contenidos informativos en Zamora Chinchipe: Ley Orgánica de comunicación en Ecuador, su objetivo se enfocó en determinar la inclusión de los principios de participación y plurinacionalidad e interculturalidad en los contenidos informativos y proporciona la siguiente información:

El problema de los medios de comunicación es la falta de recursos económicos, por consiguiente, la dependencia de publicidad, que en gran medida define los contenidos o

temáticas del medio, del igual forma, la normativa no genera incentivos institucionales suficientes para promover los principios, no va más allá de establecer sanciones (p. 576).

En Ecuador, la normativa de Ley Orgánica de Comunicación del 2013 era considerada, según el autor, como una ley que no tiene funciones sancionadoras y disciplinarias, donde los medios de comunicación cuando cometían un error no se aplicaba la sanción. Sin embargo, en la actualidad existe una Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación que fue publicada en noviembre del 2022, el cual se encuentra el apartado de normas de regulación voluntaria donde los medios deben regirse por la nueva normativa.

De igual modo, Domínguez (2021) menciona en su estudio realizado en la provincia de Santa Elena: los contenidos informativos: Estudio comparativo entre Es/Tv y Noticias en la Comunidad, su objetivo fue analizar la convergencia mediática mediante la dimensión tecnológica, empresarial, comunicacional de los dos medios antes mencionados. El método utilizado fue el inductivo con un enfoque mixto, dando como resultados que los dos medios siguen en convergencias e intentan explorar más recursos pero a paso lento (p.5). Los medios digitales quieren adueñarse del mundo actual, convirtiéndose en medios de comunicación, lo que en realidad son espacios de información porque sus contenidos lo puede transmitir cualquier persona y no cumplen con lo que indica la normativa.

Para el estudio de la presente investigación se tomó en cuenta varios autores internacionales, nacionales y locales que fortalecen el tema de investigación. Según Pauner y Jaenes, coinciden que los contenidos informativos muestran la representación de la programación, que si bien en cierto, se enfocan en temas varios, en algunos casos con el fin de silenciar los contenidos. De igual forma, en Ecuador, según Miranda y Martínez, recalcan que aquellos contenidos provocan un efecto en la audiencia y como este determina los principios de participación. Por último, Domínguez realiza un análisis comparativo de sus contenidos en dos medios digitales conocidos en la provincia de Santa Elena.

2.2. Marco conceptual

2.2.1. Contenidos informativos

Los contenidos informativos fueron creados para dar a conocer a la sociedad sobre diferentes temas con el único fin de comunicar. Miranda (2018) menciona que los contenidos informativos son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. (p.15).

Los contenidos informativos han brindado espacios de interacción y comunicación en el ser humano, porque no solo son usados para informar, sino que son instrumentos para poder transmitir lo que el público necesita escuchar en cualquier contexto y esto facilita la llegada de la información para ser la voz de los que no tienen voz.

Una de las características principales de los contenidos informativos es la utilización de un lenguaje apropiado, de modo que va a facilitar a la audiencia a un mayor entendimiento, Montagud (2019) lo explica a continuación:

Las características de los contenidos informativos son: el lenguaje debe ser coherentes, directo, objetivo y se debe evitar utilizar recursos lingüísticos tales como metáforas o jerga popular. Es necesario que el contenido expuesto sea preciso y explicado de una manera impersonal.

La implementación de los contenidos informativos es de vital importancia, porque será la audiencia quien juzgue lo receptado por los medios de comunicación, por eso, los informativos deben transmitir contenidos de calidad y caracterizarse por ser objetivos y coherentes.

2.2.2. Textos informativos

Los textos que transmiten los comunicadores se convierten en una herramienta eficaz para informar sobre algo, como lo menciona Mascioli y Romero (2013):

Un texto informativo son todos los acontecimientos que se convierten en noticias, se escriben de acuerdo con la técnica elaborada por los empíricos, donde su finalidad es conseguir que el lector o receptor reciba el conocimiento de un suceso de la manera más veraz, clara, eficaz, y completa posible. (p.2).

Los textos proporcionan conocimiento sobre un suceso, asunto o tema, de interés general, que son divulgados por los medios de comunicación, con el objetivo de dar a conocer a la audiencia la información más relevante de forma clara y veraz e incrementar el conocimiento del ser humano en diversos temas.

Dentro de este mismo contexto, Mascioli y Romero (2013) recuerda que el texto informativo “se caracteriza por un uso denotativo del lenguaje, que admite un solo significado, por lo que evita las expresiones afectivas, emotivas y estéticas”. (p. 4). Este tipo de textos usan un lenguaje sencillo y conciso de forma que la audiencia capte mejor el mensaje.

2.2.3. Veracidad

La veracidad se torna importante para la audiencia y el medio de comunicación, debido a que, sin esto, no existiría credibilidad de la información que se transmite, como mencionan Castillo et al., (2016) que la veracidad es el fundamento y elemento importante del derecho de la información, la verdad en la información debe entenderse como la adecuación aceptable entre lo sucedido y lo transmitido. (p.32). La veracidad es la actitud del informador, del comunicador hacia la justa averiguación y transmisión de los hechos.

En líneas generales, Patterson (2003) menciona que “una característica de la veracidad en un reportaje, en el trabajo investigativo no debe haber duda, la información presentada debe ser cierta y con fundamento” (p.3). Los hechos transmitidos deben ser verificados, así la audiencia dará credibilidad tanto al medio como a la información.

2.2.4. Precisión

Los contenidos que son transmitidos por medio de un informativo deben tener precisión, es decir, el uso de términos correspondientes y adecuados, es cuando no se puede omitir una palabra sin cambiarle el sentido. Chaparro (2013) indica lo siguiente:

En el periodismo de precisión el periodista busca historias sobre las que escribir con base a documentales, en datos, y no en el testimonio de las fuentes que engordan su agenda, es a través del manejo y el cruce de los datos como logran encontrar temas ocultos que interesen a la sociedad. (6).

La precisión en un texto informativo es cuando se brinda contenidos en un contexto adecuado, es la utilización de técnicas y estilos de redacción de un periodista al transmitir una información, es la aplicación de una fuente de datos verídicos.

2.2.5. Credibilidad de contenidos

Es necesario que los contenidos informativos generen confianza en cada uno de sus textos, porque de esta manera se forma credibilidad. Por ello, Sangwon et al, (2020) afirman que la credibilidad de contenidos noticiosos es un elemento esencial para la comunicación pública, rescatan su importancia para una democracia más saludable y pueda funcionar en una sociedad. Además, recalcan que la transmisión de noticias de manera imparcial es la clave para generar credibilidad y confianza en la información.

De eso se desprenden las características de la credibilidad como lo explican los siguientes autores, Denegri et al., (2015) mencionan:

Como características de la credibilidad por parte de un medio de comunicación son las siguientes: Información verídica, la marca, la transparencia, la reputación, la imparcialidad, la tendencia hacia el manejo informativo del interés público, difundir mensajes de calidad, la libertad, democracia, entre otros valores significativos para lograr credibilidad.

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

2.2.6. Credibilidad y Confianza

La confianza es un pilar fundamental de la vida social, al confiar en aquellos que nos rodean. Por eso, Palau y Gómez (2014) menciona que la confianza es los medios de comunicación, obliga a plantear qué tipo de información reciben los ciudadanos y qué garantías se les ofrece para poder creer. (p.12). Para que el emisor refuerce la credibilidad es importante que se dé una calidad de información, de esta manera la audiencia creará y tendrá confianza con cada medio de comunicación.

En efecto, Mínguez (2011) indica algunas características de la confianza que son fundamentales resaltarlas a continuación: nace la autoconfianza, se basa en creencias y prejuicios, precisa de tiempo e interacción (comunicación), es muy frágil, se puede con rapidez, implica reciprocidad o confianza mutua. Es importante que los medios de comunicación creen la confianza necesaria, porque ellos se deben de la audiencia, por lo tanto, deben transparentar sus contenidos y no inclinarse ante nadie.

2.2.7. Percepción de la credibilidad

Al hablar de la percepción de la credibilidad se hace referencia a lo que piensa la audiencia de los contenidos que se transmiten en un medio. Azran y Hayat (2019) menciona que:

La percepción de la credibilidad del canal tiene factores como: si la fuente informativa es imparcial, exacta, factual, cuenta toda la historia, respeta la privacidad de las personas, defiende el interés general, está interesada en el bienestar de la comunidad, distingue entre los hechos y opiniones, resulta fiable, defiende el interés público, cuenta con expertos entre otros. (p.75).

Para que exista una perspectiva buena de la audiencia, cabe recalcar que el medio de comunicación debe transmitir contenidos de calidad y teniendo en cuenta los factores que la caracterizan y eso no depende de las plataformas que se use para divulgar la información.

En ese mismo contexto, Alcalá et al., (2021) explican que existe una serie de elementos que están relacionados con el interés y con la credibilidad que perciben los usuarios, la percepción de la credibilidad incluye factores como la verosimilitud, la exactitud y esta variable incluye cinco factores que son; la fiabilidad, la exhaustividad y la imparcialidad, además del contenido y de su modo de redacción, la vía a través de la que llega la noticia, su vinculación con ella, la reputación del medio y el tema tratado, pueden ser diferentes elementos que aumenten o disminuyan el interés y la confianza que genere la información. (p.74).

Conocer de las características de la percepción de credibilidad es fundamental porque de esta forma, se identificará los errores que un espacio informativo realiza, la audiencia son los primeros en juzgar el trabajo periodístico como la falta de imparcialidad, cuando el medio está a favor de algo o alguien, los factores que la audiencia considera van desde la exactitud de la noticia hasta en la forma de redacción y esto influirá en el interés de la información.

2.2.8. Calidad de contenidos

La calidad de los contenidos para el medio de comunicación abarca un enfoque muy amplio, uno de ellos es que el periodista debe aclarar las dudas del público y explicar de forma real y completa. Palau y Gómez (2014) mencionan que:

La calidad periodística es la expresión de distintos procesos de obtención y gestión de la información, fruto de la aplicación de los estándares de equilibrio e imparcialidad, de contraste y pluralidad, al tiempo que exige variedad y originalidad, investigación, profundización e independencia (p.19).

La implementación de los contenidos de calidad también tiene que ver con los contenidos únicos y relevantes, brinden información objetivamente, revisando las fuentes respectivas para dar contenidos con hechos fundamentados sobre cualquier tema en particular.

2.2.9. Calidad percibida de los medios

Tratar de calidad percibida de los medios de comunicación es ofrecer contenidos tanto de información como de opinión, dando relevancia a contenidos de actualidad. Calvo et al., (2014) explican la calidad percibida:

Es como la percepción del consumidor sobre la calidad general o la superioridad de un producto o servicio en relación con la finalidad prevista, en este caso, para un medio de comunicación es la capacidad de atender contenidos relevantes y de actualidad, promover valores, generar conciencia, por ende la calidad percibida tiene un impacto positivo en su audiencia. (p.29).

Los medios de comunicación deben promover contenidos de calidad que sean de interés social y relevancia, que emitan un criterio objetivo, de forma que garanticen una buena percepción de la audiencia y se puedan ganar su confianza.

Dentro de este marco, Calvo et al., (2014) mencionan las características: diversidad del contenido ofrecido por la audiencia que incluye factores como la promoción de valores o la creación de una conciencia crítica, así como la oferta de un contenido original. Por lo general, algunas empresas de comunicación crean satisfacción del consumidor y proporcionan valor mediante la satisfacción consciente de la demanda de calidad por parte de los consumidores.

(p.29). Debido a esto, se debe tener presente las características de la calidad percibida para el empleo correcto de los contenidos informativos, brindar información con una postura crítica y original para que la audiencia se sienta identificada.

2.2.10. Ley Orgánica de Comunicación

La ley de Comunicación tiene como prioridad guiar a los comunicadores y medios de comunicación para que rijan a las leyes que esta dispone. Por lo tanto, la Ley Orgánica Reformatoria de la Ley Orgánica de Comunicación (2022) indica que tiene por objeto desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos. Esta ley es una pieza fundamental para el desarrollo y correcto manejo de un medio de comunicación.

2.2.11. Regulación de contenidos

Para que un medio de comunicación tenga buena reputación y pueda alcanzar credibilidad debe adaptarse a la regulación de contenidos como lo indica el siguiente autor Elguera (2021):

Regular es proteger o ponderar tanto el derecho del consumidor o televidente en concordancia con la libertad de expresarse y la libertad de empresa, proveyendo un contenido de calidad, implica el ejercicio de la ética en el desarrollo de actividades, más allá de una posible sanción (p.62).

Es necesario resaltar que la regulación de contenidos no aplica para la transmisión de contenidos por medio de las diferentes plataformas digitales, pero un medio de comunicación que usa las redes sociales deberá aplicar la autorregulación para que sea considerado un medio de prestigio y no sean juzgados por el público que los sintoniza.

Por otra parte, Palacios (2019) explica sobre la regulación estatal de contenidos, implica el control respecto de la calidad de contenido emitido por los medios de comunicación; el sistema regulatorio van desde una manifiesta vulneración a derechos fundamentales como la libertad de expresión, así como la politización del poder político (p. 116). Cabe recalcar que este modelo regulatorio es fundamental para que un medio de comunicación o cualquier otra

empresa, por voluntad propia sea agente de cambio en el proceso de comunicación, tengan ese compromiso de hacer lo correcto.

2.2.12. Normas de regulación voluntaria

Las normas o leyes son regulaciones que por iniciativas de gobierno las impone con el fin de organizar el funcionamiento de una sociedad, mismas son ofrecidas para que los involucrados decidan si participar, aceptar o no. Entonces, según la Ley Orgánica reformativa de Comunicación, (2022) menciona en el Art. 9.1 lo siguiente:

Las normas de regulación voluntaria de los medios de comunicación social y garantía al ejercicio del periodismo, se enfoca en que los medios regularán su propio comportamiento, relaciones internas y externas en las prácticas comunicacionales por medio de códigos de ética o de conducta. (p.7).

Lo anteriormente expuesto indica que cada medio de comunicación por obligación debe aplicar la regulación de contenidos en cada espacio, sea interno o externo, los comunicadores y todo el grupo que conforma un medio debe ejercer a conciencia el trabajo periodístico, caso contrario serán sancionados.

De manera semejante se hace énfasis en los siguientes principios de regulación según la Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación (2022) los cuales deben regirse por estándares éticos y de autorregulación y estos son: la imposición de restricciones a las libertades de prensa y de expresión solamente puede venir de normas con rango de ley orgánica; ninguna persona que difunda información de interés podrá ser obligada a revelar los secretos confiados a ella en el marco del ejercicio de dichas actividades. Los comunicadores también deben aplicar la autorregulación, pero existen excepciones que lo respaldan para poder ejercer bien su trabajo como la no revelación de las fuentes de información, porque podría ser perjudicial.

2.2.13. Prohibición y contenido violento

El incremento de cobertura mediática sobre la prohibición y contenido violento es algo que incide en la audiencia, sobre todo juvenil. Por ello, la Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación (2022) en el Art.66 y Art. 67, indica que:

Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación de contenidos discriminatorios que tenga por objeto menoscabar el reconocimiento o ejercicio de los derechos humanos, también recalca sobre el contenido violento, es el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona. (p.16).

Por lo tanto, es indispensable que el medio de comunicación y periodistas mantengan esa línea del respeto que se merece la audiencia, recordar que la propagación de este tipo de contenidos fomenta violencia y repercute a quienes están escuchando la información o algún programa.

2.2.14. Responsabilidades comunes de los medios

La responsabilidad que tiene un medio de comunicación implica comunicar con objetividad, hacer que el relato sea comprensivo y de hechos reales, los medios deben proyectar la visión de la realidad para el conocimiento de la sociedad. Por ello, la Ley Orgánica Reformatoria de Comunicación (2022) indica en el Art 71, en su apartado responsabilidades comunes que, la información y la comunicación son derechos que deberán ser ejercidos con responsabilidad, respetando lo establecido en los instrumentos internacionales de derechos humanos, la Constitución y la Ley. (p.26).

En ese mismo contexto, la Ley Orgánica Reformatoria de la Ley Orgánica de Comunicación (2022) destaca las responsabilidades comunes de los medios que son: respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad, desarrollar sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general, acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas.

En efecto, los medios de comunicación deben cumplir con todas las responsabilidades que ordena la ley vigente, sobre todo destacar el desarrollo del sentido crítico del público, que es importante porque ayudaría al crecimiento del pensamiento crítico en la sociedad, logrando así, la participación de la ciudadanía para informar sobre los problemas de su comunidad.

2.2.15. Obligación de los medios audiovisuales

Los medios de comunicación tienen diferentes obligaciones, una de ellas es con los medios audiovisuales, la Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación (2022) menciona lo siguiente:

Los medios de comunicación, radio y televisión abierta tendrán la obligación de prestar gratuitamente los siguientes servicios sociales de información de interés general, como: transmitir en cadena nacional los mensajes de interés general que disponga el Presidente de la República, estado de excepción, programas oficiales, todas las pretensiones relacionadas con las necesidades colectivas de los ciudadanos del país (p.27).

Es importante que en los dos medios cumplan con esta disposición porque brindan conocimiento en la audiencia, llegando a personas que no tienen acceso a las nuevas tecnologías, es fundamental que conozcan las disposiciones generales.

2.2.16. Transparencia de un medio de comunicación

La transparencia de un medio ayuda a la participación de la ciudadanía a opinar sobre hechos fiables y a ganar credibilidad. Herranz (2006) indica que la comunicación se ha convertido en el camino más eficaz para transmitir la transparencia de una organización, por ello es uno de los valores destacados en el trabajo diario de una empresa, porque genera legitimidad, confianza, credibilidad y reputación en la labor de un medio u organización.

La transparencia depende como los profesionales en este ámbito manejen y distribuyan la información, algunos contenidos podrían ser influenciados por personas que solo quieren beneficiarse a sí mismas, esto logra desconfianza en la audiencia y desprestigio.

Por lo tanto, Herranz (2006) menciona una de las características de la comunicación en las organizaciones para que esta pueda generar transparencia y confianza entre los diferentes tipos de públicos es su condición de ser proactiva y no reactiva, es decir, producir confianza es crear condiciones para confiar con buenas razones, en las empresas para ser creíble debe estar abierta a la revisión y crítica por parte de todos los grupos implicados, de esta forma se demostrará que el comportamiento es nítido y transparente.

2.2.17. Autorregulación comunicacional

La autorregulación nace de la libertad que tienen los medios de comunicación para aplicarlos responsablemente en sus contenidos, Palacios (2019) menciona lo siguiente:

La autorregulación, implica en su concepción, una suerte de compromiso de carácter voluntario; que se encuentra encaminada a complementar dos aspectos básicos: libertad de los medios y su uso responsable, aspectos que deben guiarse por un conjunto de valores y fines intrínsecos de la propia actividad de comunicar (p.117).

La autorregulación es el proceso de comunicación, estructura y evaluación propia de un medio de comunicación, donde los actores principales son los periodistas voluntarios en hacer el cambio sobre su comportamiento basados en códigos profesionales para brindar información a la ciudadanía de acuerdo con lo que ordena la normativa.

De manera similar, Aznar (2004) recuerda las funciones propias de la autorregulación comunicativa que son: especificar los valores éticos y exigencias deontológicas de la comunicación, promover las condiciones para la implementación y el cumplimiento habitual de las exigencias éticas, juzgar los casos conflictivos y establecer los incumplimientos de dichos estándares éticos.

2.2.18. Fundamentos de la autorregulación

La autogeneración de las acciones sobre cada medio de comunicación es la autorregulación, se basa en promover las actividades comunicativas de acorde a sus valores y normas propias. La Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación (2022) recalca en el Art 91.3 los fundamentos de la autorregulación que son: defiende el derecho universal, promueve y protege la libertad editorial, promueve la calidad de la información, establece un vínculo entre profesionales y ciudadanía sobre bases de confianza (p.33).

La autorregulación es el compromiso voluntario que tienen los periodistas y comunicadores de un medio determinado, asumiendo su responsabilidad de utilizar y usar correctamente los recursos que comprende la transmisión de contenidos informativos.

2.3. Marco legal

(Ley de Radio y Televisión en Perú, Artículo 34-47, 2004)

En el título primero y tercero de disposiciones generales e información y propaganda política con Ley N.º 28278 de Perú indica los siguientes artículos que se relacionan con el tema de investigación:

Art 34.- Código de Ética: El contenido de los códigos de ética se basa en los principios y lineamientos que promueve la presente ley, así como en los tratados en materia de Derechos Humanos. Los titulares de servicios de radio y televisión deben regir sus actividades conforme a los códigos de ética que deben establecer en forma asociada y excepcionalmente en forma individual. En el Código de Ética se incluirán disposiciones relativas al horario familiar, mecanismos concretos de autorregulación y la regulación de la cláusula de conciencia.

Art 47.- Imparcialidad de los servicios de radiodifusión estatal: en la programación de los servicios de radiodifusión del Estado se deben mantener los principios de equidad informativa y pluralismo de opiniones, bajo responsabilidad.

(Ley de Prensa de Bolivia, Capítulo VII, Radiodifusión comunitaria, 2015)

Art 36.- Norma a programación de las radiodifusoras comunitarias a través de los siguientes requisitos:

- Cumplir la regulación de contenidos para radiodifusión.
- Garantizar la transmisión de programas de contenido educativo, cultural e informativo que beneficien al desarrollo de la comunidad, y coadyuvar en la solución de los problemas de la comunidad.
- Abstenerse de transmitir mensajes partidistas o proselitistas de cualquier naturaleza.

(Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Sección tercera, comunicación e información

Art 19- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Sección séptima, Comunicación social.

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

(Ley Orgánica Reformatoria de la Ley Orgánica de Comunicación, 2022)

Art 91.- Normas de regulación voluntaria de los medios de comunicación social y garantías al ejercicio del periodismo. Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios regularán sus propios comportamiento, relaciones internas y externas en las prácticas comunicacionales por medio de códigos de ética o de conducta, políticas editoriales o informativos, los cuales deberán difundirse en sus portales web o en instrumentos que se encuentren a disposición del público en general cuando sean adaptados:

d). La imposición de restricciones a las libertades de prensa y de expresión solamente puede venir de normas con rango de ley orgánica.

f). Ninguna persona que difunda información de interés podrá ser obligada a revelar los secretos confiados a ella en el marco del ejercicio de dichas actividades.

Art 67.- Prohibición: Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación social de todo mensaje que constituye incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de persona, la explotación, el abuso sexual, violencia contra los animales, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso y de cualquier otra naturaleza.

Sección IV de Transparencia de los medios de comunicación social.

Art 91.1.- Definición de la autorregulación comunicacional: es un equilibrio entre responsabilidad y libertad informativa, que se materializa a través de la construcción de códigos de regulación voluntaria de la operación total o parcial de los medios, a través de la libre iniciativa basada en la defensa de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación.

Art 91.2.- Principios de la autorregulación:

- a) Compromiso con la veracidad de la información
- b) Apego a la transparencia.
- c) Ejercicio de libertad de expresión y pensamiento.
- d) Respeto a los derechos fundamentales.

Art 91.3.- Fundamentos de la autorregulación son los siguientes:

- a) Defiende el derecho universal a la comunicación.
- b) Promueve la calidad de la información.
- c) Establece un vínculo entre profesionales y ciudadanía sobre bases de confianza.

Art 91.4.- Mecanismos de la autorregulación: Los instrumentos por ser elaborados, aprobados y aplicados al interior de los medios o de sus organizaciones como: código deontológico, código de ética, código de autorregulación, código de editores, estatutos de redacción, manuales de estilo, entre otros.

- a) Los órganos, instancias o instrumentos de aplicación y seguimiento de las autorregulaciones.
- b) Los mecanismos para facilitar el acceso de los ciudadanos a la información y también, para optimizar las relaciones entre Estado, medios, ciudadanía.

(Código Deontológico de Radio Salinas 103.3 FM, 2013)

De acuerdo a los postulados de la radiodifusión ecuatoriana, Radio Salinas concernientes al ejercicio profesional se compromete a:

- a) Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general.
- b) Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas.
- c) Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos.
- d) Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares.

- e) Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia.
- f) Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independiente de quien pretenda realizarla.
- g) No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística.

Con respecto al marco legal a nivel internacional (Ley de Radio y Televisión de Perú y Ley de Prensa de Bolivia), nacional (Constitución de la República del Ecuador, Ley Orgánica Reformatoria de la Ley Orgánica de Comunicación) y local (Código Deontológico de Radio Salinas 103.3 FM) se puede conocer un criterio fundamentado sobre los contenidos informativos del noticiero de Radio Salinas 103.3 FM, es necesario que el medio de comunicación se regule, respete y se apegue a esta normativa para poder informar con objetividad, veracidad y transparencia. Podemos condensar lo dicho hasta aquí, que la creación de estos artículos, leyes y ordenanzas que estipulan cada uno de los libros citados amparan la importancia del trabajo de investigación en este proyecto.

3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

Para el análisis de la investigación titulada Contenidos informativos del noticiero según La Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 FM es necesario la aplicación de la metodología, porque de esta forma se recolectarán los datos necesarios para la fundamentación y verificación de la información requerida. Bajo este contexto es necesario destacar lo siguiente:

Mata (2019) indica que el marco metodológico “es una investigación compleja que agrupa las decisiones teórico-metodológica del proceso investigativo y está integrado por elementos a una serie de criterios que abarcan el enfoque de estudio o diseño de investigación”. En otras palabras, se basa en las técnicas y procedimientos que se usan para resolver los problemas y que la investigación obtenga resultados.

3.1. Tipo de investigación

El presente proyecto de investigación responde a una investigación aplicada. Lozada (2014) menciona que la investigación aplicada “es un proceso que permite transformar el conocimiento teórico que proviene de la investigación básica en conceptos, prototipos y productos, sucesivamente. Busca la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad” (p.38). Con este tipo de investigación se podrá identificar los problemas sobre los contenidos informativos del noticiero y se pueden formular actividades e hipótesis para dar solución al problema identificado que, tiene por objetivo final la generación de conocimientos.

3.2. Enfoque de la investigación

El trabajo será diseñado bajo el planteamiento metodológico del enfoque cualitativo, puesto que este es el mejor que se adapta a las características y necesidades de la investigación y permitirá realizar y conocer por medio de la información recolectada un análisis profundo de la situación actual de los contenidos informativos de Radio Salinas 103.3 FM.

Según Hernández y Mendoza (2018) infieren que con el enfoque cualitativo también se estudian fenómenos de manera sistemática, es decir, el investigador comienza el proceso examinando los hechos en sí y revisando los estudios previos, con el fin de generar una teoría que sea consciente con lo que está observando que ocurre (p.7). Por medio de este enfoque se logrará tener gran amplitud de ideas e interpretaciones que enriquecen el fin de la investigación

de los contenidos informativos y la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación en el noticiero “Ola Informativa” de Radio Salinas.

3.3. Diseño de la investigación

Dado que el objetivo del estudio será analizar los contenidos informativos del noticiero de Radio Salinas 103.3 FM según la Ley Orgánica de Comunicación para conocer la regulación y credibilidad de sus contenidos, se describe como diseño de investigación el no experimental, considerando que el tema de investigación tiene sustento teórico suficiente y permitirá el análisis de este.

Por ello, Hernández y Mendoza (2018) indica que la investigación no experimental se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no haces variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables, la investigación no experimental se trata de observar o medir fenómenos y variables tal como se dan en su contexto natural para analizarlas (p.174). La variable independiente denominada contenidos informativos será analizada en el contexto laboral, analizar tal y como se dieron los resultados, al igual que la variable dependiente Ley Orgánica de Comunicación.

3.4. Métodos de investigación

El primer método utilizado en este trabajo es el método deductivo. Según Barchini (2006) menciona que el método deductivo consiste en extraer razonamientos lógicos de aquellos enunciados ya dados, en síntesis, este método va de la causa al efecto, de lo general a lo particular, es prospectivo y teórico; comprueba su validez basándose en datos numéricos precisos (p.20). Con la utilización de este método se podrá obtener información precisa y certera del tema ya antes mencionado, se organizará los datos generales para extraer conclusiones lógicas en cuanto a los contenidos informativos, si es eficaz la aplicación de la normativa en las noticias que brinda Radio Salinas.

En segunda instancia, está el método inductivo en donde Abreu (2014) indica que mediante este método se puede observar, estudiar y conocer las diferentes peculiaridades comunes o genéricas que logran reflejarse en un grupo de realidades para poder obtener una propuesta sobre un tema a investigar (p.200). El método ayudará a analizar los resultados que se

obtengan a partir de los datos recolectados, identificar el comportamiento de la audiencia del noticiero del medio de comunicación antes mencionado.

3.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

La técnica que se utilizará en la presente investigación será la encuesta porque ayudará a tener una idea más clara, rápida y eficaz de los datos que se obtendrá por medio de un cuestionario que es el instrumento que se va a emplear y el cuestionario será interpretado con la escala de Likert.

Hernández y Duana (2020) se refieren a técnica “un conjunto de instrumentos en el cual se efectúa el método, mientras que el instrumento incorpora el recurso o medio que ayuda a realizar la investigación” En otras palabras, el uso de técnicas de recolección de información es una etapa donde se inspecciona y se transforman los datos con el objetivo de resaltar la información útil, lo que sugiere conclusiones y apoyo a la toma de decisiones.

En efecto, Tamayo (2007) indica que el instrumento se define como una ayuda o una serie de elementos que el investigador construye con la finalidad de obtener información, facilitando así la medición de estos. Es así como, López y Fachelli (2015) manifiestan que la encuesta es considerada como una técnica de recogida de datos que se caracteriza como una técnica concreta para la producción-recogida de información, como método de investigación en la que se involucran de forma coordinada múltiples técnicas y etapas para la generación de información de calidad (p.8). Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso que pueda acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información, se va a evaluar los resultados obtenidos recopilados de la audiencia por medio de la encuesta.

El cuestionario que se va a emplear está diseñado con preguntas cerradas y abiertas bajo escala Likert. Hernández y Mendoza (2018) mencionan que un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, se utilizan en encuestas de todo tipo y los cuestionarios se utilizan en diagnósticos de toda clase, básicamente se consideran dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas (p.254). Enseguida, Hernández (2014) menciona que el escalamiento tipo Likert es un método que se trata de un enfoque vigente y bastante popularizado, consiste en un conjunto de ítems presentados de forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes (p.238). Con este método se establecen las

siguientes mediciones: Totalmente en desacuerdo, De acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo y Totalmente de acuerdo, donde se identificarán los criterios de acuerdo a lo que opina el objetivo de estudio.

La segunda técnica por considerar en la investigación pertenece al enfoque cualitativo y será la entrevista que, por medio de una conversación, se conocerán datos suficientes para su respectivo análisis, en donde el instrumento será una guía de preguntas estructuradas.

La entrevista, según Hernández (2014) es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa, se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre el entrevistador y el entrevistado, a través de preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (p.403). La entrevista es un conversatorio en donde se pueden obtener resultados que pueden ser analizados y ayudará a conocer los aportes u opiniones de profesionales en comunicación en torno al tema antes mencionado para poder constatarlos con los resultados finales obtenidos.

Para la obtención de datos el instrumento que se usará será la entrevista estructurada. Según Arias (2020) la entrevista estructurada se prepara con preguntas cerradas, las cuales se centran en que el entrevistado conteste de forma precisa a la pregunta, se utiliza normalmente para medir comportamientos, experiencias, opiniones y percepciones con respecto a la función que cumplen los trabajadores de una organización. (p.27). Preguntas que serán realizadas a tres especialistas en el área de Comunicación, que ayudará a obtener información más amplia de la aplicación de la normativa vigente en los medios de comunicación.

3.6. Universo, población y muestra

Carrasco (2009) señala que universo es el conjunto de elementos, personas, objetos, sistemas, sucesos, finitos e infinitos, a los que pertenece la población y la muestra de estudio en estrecha relación con las variables y el fragmento problemático de la realidad, que es materia de investigación. Por lo tanto, el universo de estudio para la presente investigación será la audiencia que sintoniza Radio Salinas 103.3 FM, habitantes pertenecientes a la provincia de Santa Elena.

Con respecto a la población, Arias et al., (2016) destacan que la población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados, es importante especificar la

población de estudio porque a partir de una muestra será posible generalizar los resultados obtenidos (p.3). Este trabajo de investigación consta con una población estimada de 401.178 personas que corresponden a los tres cantones que conforman la provincia de Santa Elena, de acuerdo con las proyecciones 2020 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) para sacar la muestra respectiva de quienes podrían ser audiencia de Radio Salinas.

La muestra, según López y Fachelli (2015) indica que es una parte o subconjunto de unidades representativas de un conjunto llamado población, seleccionadas de forma aleatoria, y que se somete a observación científica con el objetivo de obtener resultados válidos, tiene el objetivo general de todo muestreo es llegar a conocer determinadas características de una población, a partir de una selección de unidades de esta, con el menor coste posible en dinero, tiempo y trabajo (p.6). Por esta razón la muestra se obtuvo a partir de la fórmula para obtener la respectiva muestra, siendo un total de 384 personas que tienen que ser encuestadas.

En este trabajo se utilizará el método de muestreo probabilístico, en el cual, de acuerdo con López y Fachelli (2015) “todas las unidades de la población tienen una probabilidad conocida de ser incluida en la muestra, por lo tanto, también se conoce la probabilidad de obtener cada una de las muestras mediante un procedimiento de aleatorización.” (p.18). Bajo este concepto es importante destacar de tipo de muestreo que se utilizará para conocer la precisión de las estimaciones, se usará el muestreo estratificado proporcional.

De acuerdo con Porras (2017) el muestreo estratificado implica dividir a la población en clases o grupos, denominados estratos. Las unidades incluidas en cada estrato deben ser relativamente homogéneas con respecto a las características a estudiar (p.5). La aplicación del muestreo estratificado se dividirá los tres cantones que son: Santa Elena, La Libertad y Salinas, en donde se podrá tener un estrato al cual debería realizarse la encuesta con la información necesaria.

La fórmula para obtener la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{1. k^2 * p * Q * N}{e^2 * (N-1) + K^2 * p * Q}$$

Donde:

n = El tamaño de la muestra.

K = Nivel de confianza (95%=1.96)

N = Población

P= Variable negativa (0.50)

Q= Variabilidad positiva (0.50)

e = Error muestral deseado (0.05)

$$\frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 401.178}{(0.05)^2 * (401.178 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$\frac{385.291}{0.0025 * 401.177 + 0.9604}$$

$$\frac{385.291}{1,003}$$

$$n = 384$$

Población = 401.178

Muestra =384

$$P = \frac{n}{N} = \frac{384}{401.178} = 0.000957$$

Tabla de proyección 2020 de personas de la provincia de Santa Elena

Cantones	Proyección 2020	Porcentaje %	Total
Salinas	94.590	24%	91
La libertad	117.767	29%	113
Santa Elena	188.821	47%	181
Total	401.178	100%	384

Fuente: INEC

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023.

4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Procesamiento de la información

Los datos obtenidos en la encuesta se realizaron por medio del formulario de Google Forms de forma virtual, realizada a 384 personas que pertenecen al cantón Santa Elena, la encuesta fue aplicada desde el 20 al 29 de enero, los resultados fueron procesados en Microsoft Excel, donde se empleó cuadros de doble entrada y se examinarán los porcentajes recolectados en cada una de las interrogantes; serán tabulados y graficados para una mejor comprensión.

Respecto a la obtención de resultados de la entrevista, se realizó de forma presencial a tres especialistas en comunicación social, respondiendo a seis ítems que aportarán con su criterio profesional a la investigación. Para el respectivo análisis de la guía de preguntas, se tabuló en un cuadro de doble entrada, en la parte superior se detalla nombres completos, cargo y especialidad; en la parte central se colocó las seis preguntas donde se detalla el análisis general de las tres entrevistas para establecer las posturas profesionales de la temática estudiada.

4.2. Análisis e interpretación de resultados

4.2.1. Análisis cuantitativo: encuesta

A continuación, se muestran los resultados de la encuesta realizada a la audiencia de Radio Salinas, para conocer la percepción que tienen acerca de los contenidos informativos que ofrece el medio de comunicación antes mencionado, por medio del cuestionario de la escala de Likert, que serán cuantificados y analizados por el investigador.

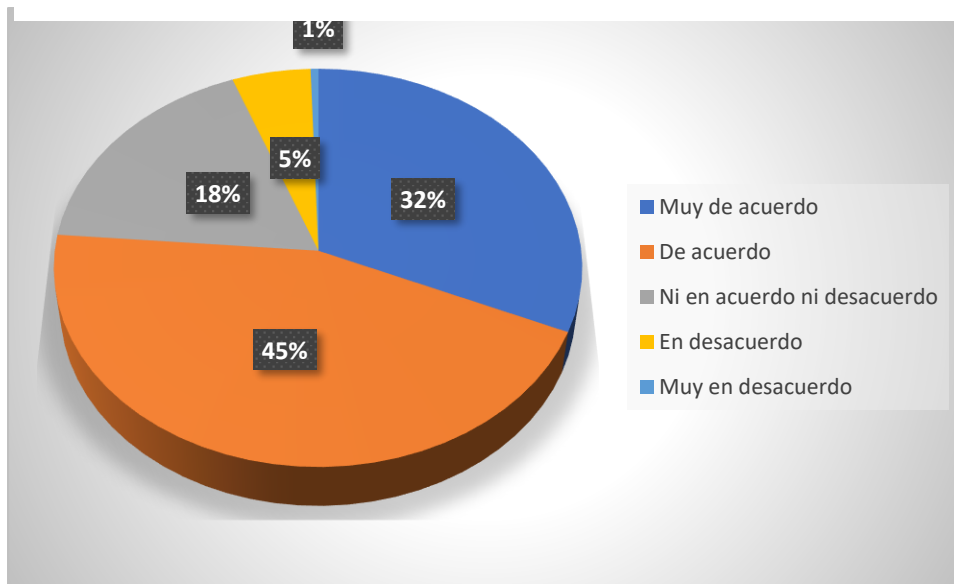
Tabla 1. ¿Los contenidos informativos que transmite el noticiero de Radio Salinas se emplea la veracidad?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	121	32%
De acuerdo	172	45%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	69	18%
En desacuerdo	20	5%
Muy en desacuerdo	2	1%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a audiencia de Radio Salinas.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023.

Figura 1. ¿Los contenidos informativos que transmite el noticiero de Radio Salinas se emplea la veracidad?



Fuente: tabla de frecuencia.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023.

ANÁLISIS: Los encuestados respondieron la siguiente manera: Muy en desacuerdo (2) correspondiente al 1%; En desacuerdo (20) con un porcentaje del 5%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (69) equivalente al 18%; De acuerdo (172) correspondiente al 45% y Muy de acuerdo (121) perteneciente al 32%. Los datos obtenidos y tomando como referencia el porcentaje mayor, correspondiente a la escala: De acuerdo (45%), se determina que el noticiero de Radio Salinas si emplea correctamente la veracidad, respondiendo al adecuado manejo de los textos y contenidos informativos.

Tabla 2. ¿El noticiero “Ola Informativa” emplea correctamente la precisión dentro de sus notas informativas?

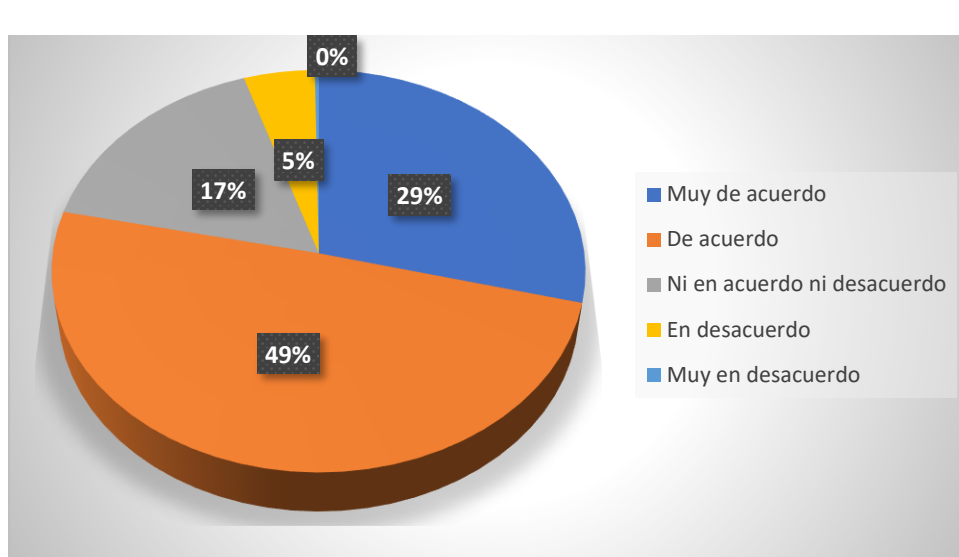
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	111	29%
De acuerdo	190	49%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	64	17%
En desacuerdo	18	5%
Muy en desacuerdo	1	0%
Total	384	100%

Fuente:

encuesta a audiencia en Radio Salinas.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023

Figura 2. ¿El noticiero “Ola Informativa”, emplea correctamente la precisión dentro de sus notas informativas?



Fuente: tabla de frecuencia.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023

ANÁLISIS: Los encuestados respondieron la siguiente manera: Muy en desacuerdo (1) correspondiente al 0%; En desacuerdo (18) con un porcentaje del 5%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (64) equivalente al 17%; De acuerdo (190) correspondiente al 49 % y Muy de acuerdo (111) perteneciente al 29%. Los datos obtenidos tomando como referencia el porcentaje mayor, correspondiente a la escala: De acuerdo (44%), se determina que Radio Salinas emplea la precisión en el espacio informativo, dando como respuesta al manejo adecuado de los contenidos informativos.

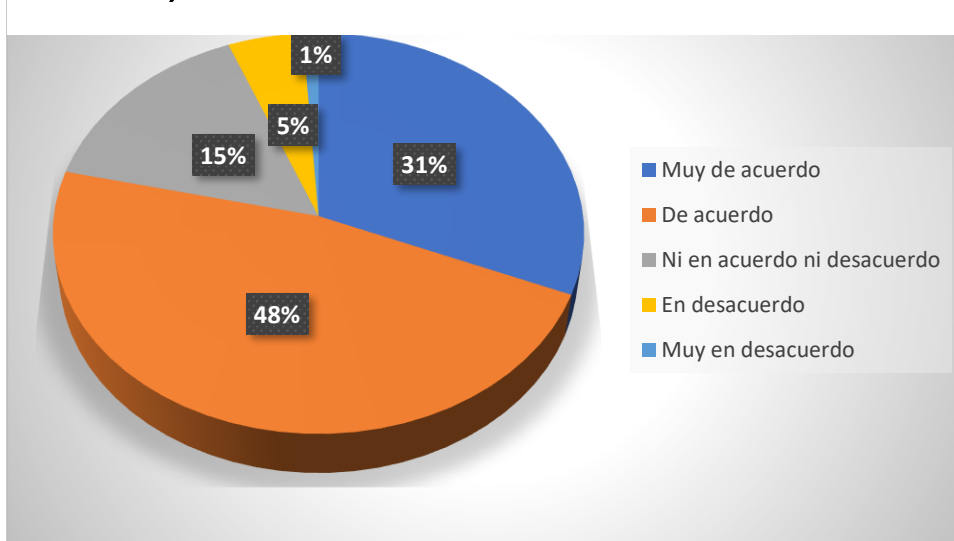
Tabla 3. ¿Los contenidos despiertan el interés del público para generar credibilidad y confianza?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	120	31%
De acuerdo	182	47%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	59	15%
En desacuerdo	19	5%
Muy en desacuerdo	4	1%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a audiencia en Radio Salinas.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023.

Figura 3. ¿Los contenidos despiertan el interés del público para generar credibilidad y confianza?



Fuente: tabla de frecuencia.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023

ANÁLISIS: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (4) equivalente al 1%; En desacuerdo (19) que corresponde al 5%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (59) con un porcentaje del 15%; De acuerdo (182) correspondiente al 47% y Muy de acuerdo (120) perteneciente al 31%. Los datos obtenidos y tomando como referencia el porcentaje mayor, correspondiente a la escala: De acuerdo (47%), se determina que Radio Salinas por medio de sus contenidos si despierta el interés en su audiencia para generar credibilidad y confianza que debería transmitir un medio de comunicación.

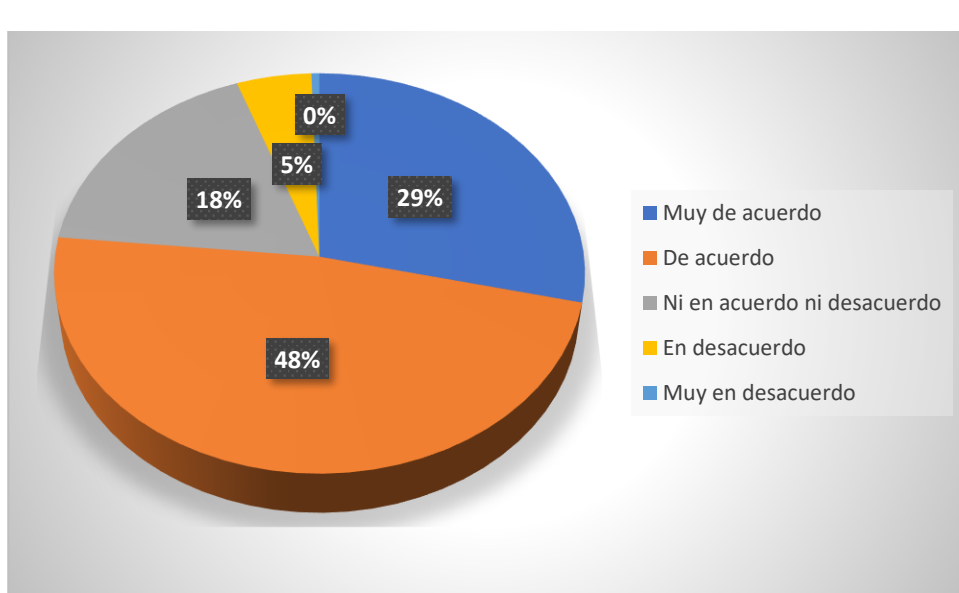
Tabla 4. ¿El noticiero crea una percepción para generar credibilidad dentro de sus contenidos?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	110	29%
De acuerdo	184	48%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	69	18%
En desacuerdo	19	5%
Muy en desacuerdo	2	1%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a audiencia en Radio Salinas.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023.

Figura 4. ¿El noticiero crea una percepción para generar credibilidad dentro de sus contenidos?



Fuente: tabla de frecuencia.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023.

ANÁLISIS: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (2) equivalente al 1%; En desacuerdo (19) que corresponde al 5%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (69) con un porcentaje del 18%; De acuerdo (184) correspondiente al 48% y Muy de acuerdo (110) perteneciente al 29%. Según los datos obtenidos, porcentaje mayor, correspondiente a la escala: De acuerdo (48%), se puede determinar que el noticiero de Radio Salinas crea una buena percepción dentro de sus contenidos informativos para ganarse esa credibilidad y aceptación de la audiencia.

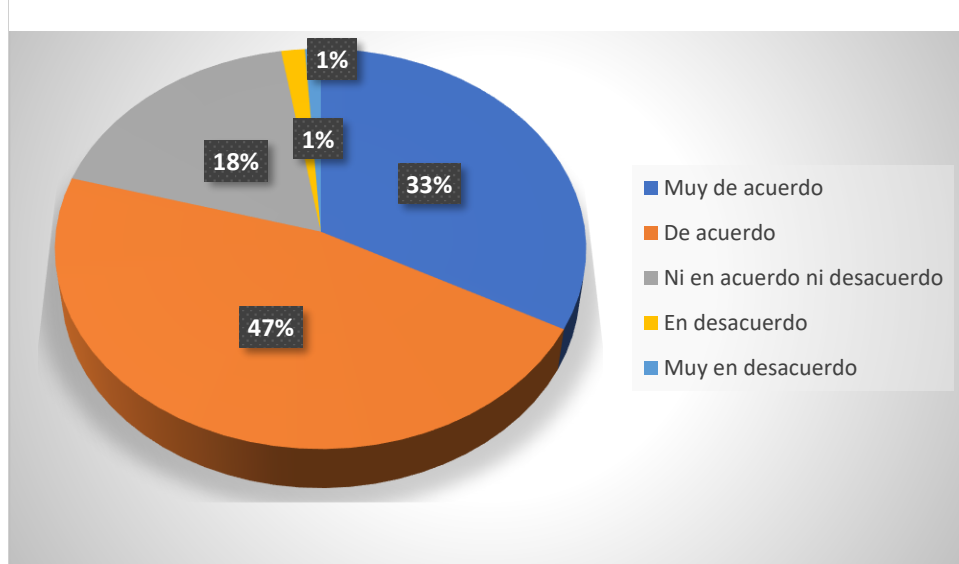
Tabla 5. ¿Transmiten contenidos de calidad para una buena aceptación del público?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	126	33%
De acuerdo	179	47%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	69	18%
En desacuerdo	6	2%
Muy en desacuerdo	4	1%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a audiencia en Radio Salinas.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023.

Figura 5. ¿Transmiten contenidos de calidad para una buena aceptación del público?



Fuente: tabla de frecuencia.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023.

ANÁLISIS: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (4) equivalente al 1%; En desacuerdo (6) que corresponde al 2%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (69) con un porcentaje del 18%; De acuerdo (179) correspondiente al 47% y Muy de acuerdo (126) perteneciente al 33%. Según los datos obtenidos, porcentaje mayor, correspondiente a la escala: De acuerdo (47%), se puede determinar que el noticiero “Ola Informativa” de Radio Salinas según la audiencia si transmiten contenidos de calidad, lo que conlleva a tener una buena aceptación del público y a tener una audiencia más grande.

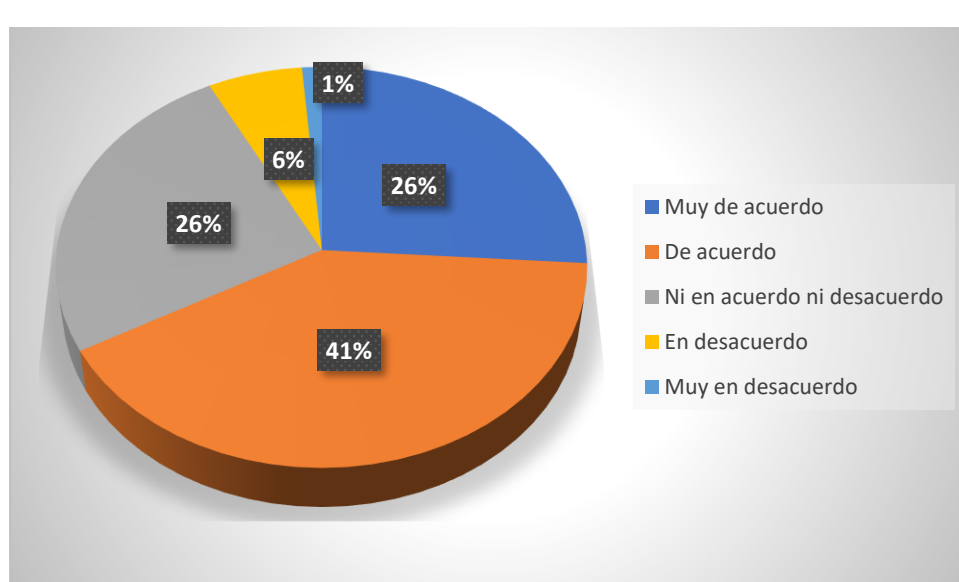
Tabla 6. ¿Radio Salinas aplica las normas de regulación voluntaria para sus contenidos para garantizar el ejercicio periodístico?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	100	26%
De acuerdo	157	41%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	98	26%
En desacuerdo	24	6%
Muy en desacuerdo	5	1%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a audiencia en Radio Salinas.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023.

Figura 6. ¿Radio Salinas aplica las normas de regulación voluntaria para sus contenidos para garantizar el ejercicio periodístico?



Fuente: tabla de frecuencia.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023.

ANÁLISIS: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (5) equivalente al 1%; En desacuerdo (24) que corresponde al 6%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (98) con un porcentaje del 26%; De acuerdo (157) correspondiente al 41% y Muy de acuerdo (100) perteneciente al 26%. Según los datos obtenidos, el 26% Muy de acuerdo y 41% De acuerdo, muestran un rango positivo, donde se considera que Radio Salinas tiene presente las normas de regulación voluntaria como lo ordena la Ley Orgánica de Reformatoria de la Ley Orgánica de Comunicación garantizando el ejercicio periodístico. Mientras que, el 26% se encuentran en una postura neutra, por otra parte, el 6% están en desacuerdo y el 1% en total desacuerdo.

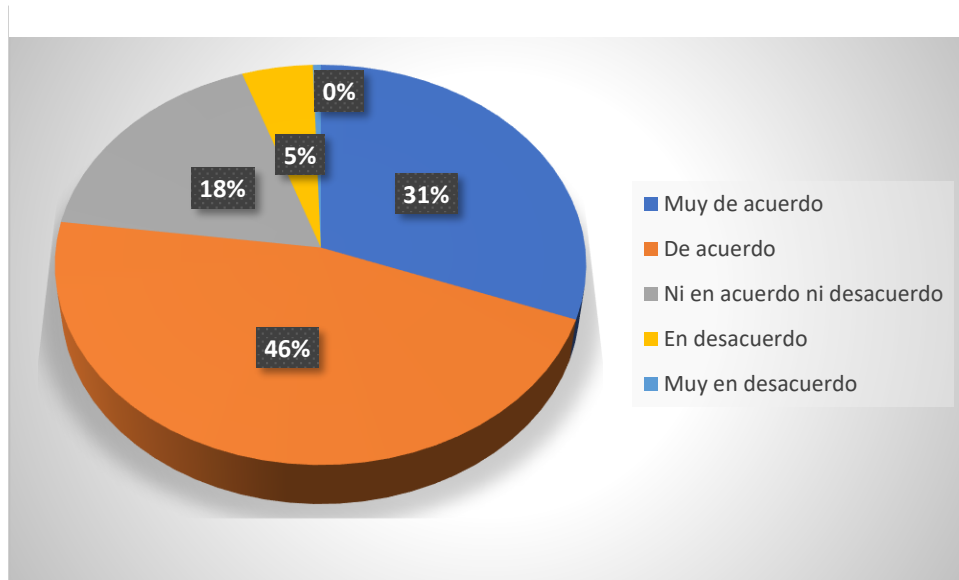
Tabla 7. ¿El noticiero toma en cuenta la prohibición y contenido violento durante su transmisión?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	118	31%
De acuerdo	178	46%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	68	18%
En desacuerdo	18	5%
Muy en desacuerdo	2	1%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a audiencia en Radio Salinas.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023.

Figura 7. ¿El noticiero toma en cuenta la prohibición y contenido violento durante su transmisión?



Fuente: tabla de frecuencia.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023

ANÁLISIS: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (2) equivalente al 1%; En desacuerdo (18) que corresponde al 5%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (68) con un porcentaje del 18%; De acuerdo (178) correspondiente al 46% y Muy de acuerdo (118) perteneciente al 31%. Según los datos obtenidos, porcentaje mayor, correspondiente a la escala: De acuerdo (48%), se puede determinar que en el noticiero de Radio Salinas durante su transmisión si mantienen presente el abstenerse en transmitir contenidos prohibidos y violentos, como lo establece la Ley Orgánica de Comunicación.

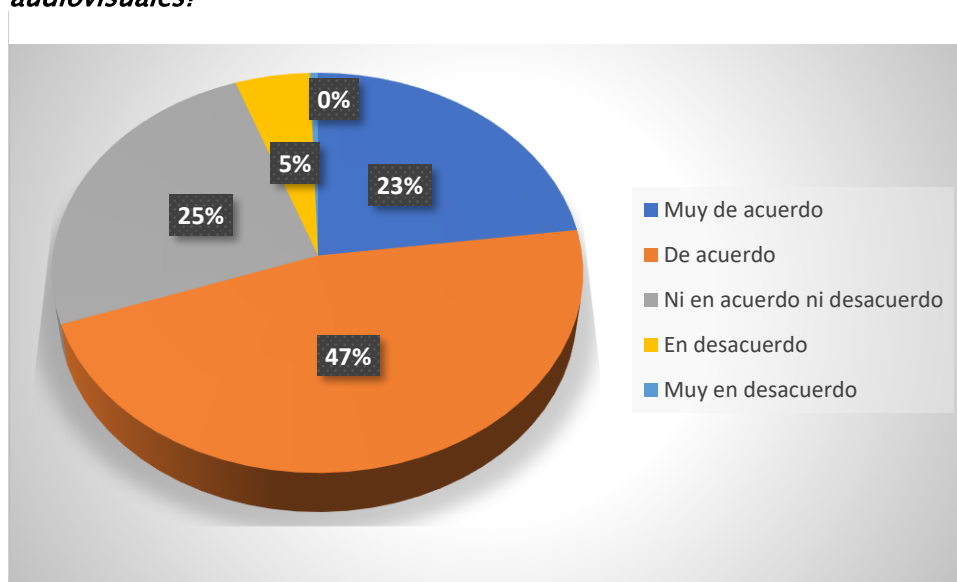
Tabla 8. ¿Radio Salinas cumple las obligaciones con los medios audiovisuales?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	88	23%
De acuerdo	179	47%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	96	25%
En desacuerdo	19	5%
Muy en desacuerdo	2	1%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a audiencia en Radio Salinas.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023.

Figura 8. ¿Radio Salinas cumple las obligaciones con los medios audiovisuales?



Fuente: tabla de frecuencia.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023

ANÁLISIS: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (2) equivalente al 1%; En desacuerdo (19) que corresponde al 5%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (96) con un porcentaje del 25%; De acuerdo (179) correspondiente al 47% y Muy de acuerdo (88) perteneciente al 23%. Según los datos obtenidos, el 23% Muy de acuerdo y 47% De acuerdo, los encuestados mencionan que Radio Salinas si cumple con las obligaciones con los medios audiovisuales como lo dispone la Ley Orgánica de Comunicación y se puede determinar que el medio de comunicación se autorregula para no perder la confianza de la audiencia.

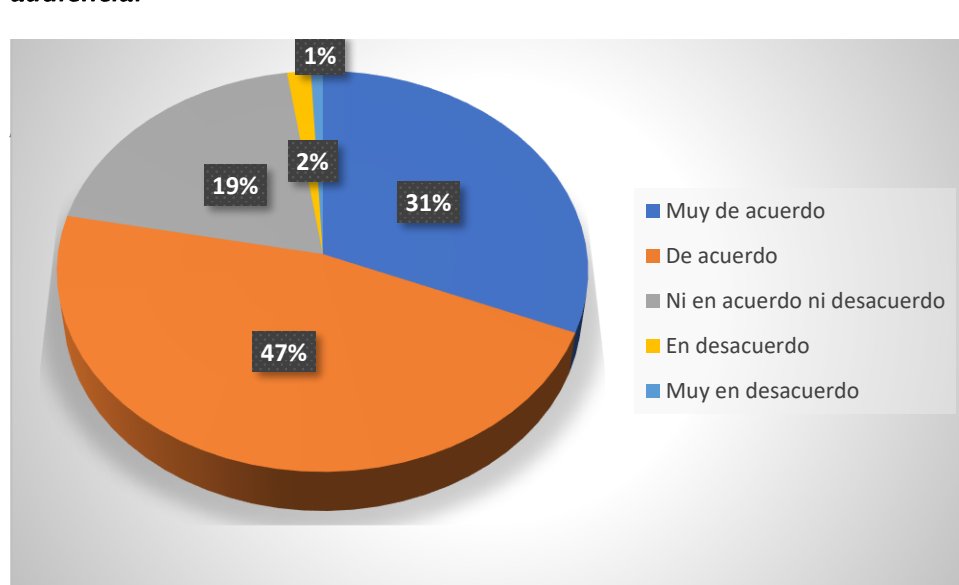
Tabla 9. ¿Los contenidos desarrollan un pensamiento crítico para la audiencia?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	120	31%
De acuerdo	180	47%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	75	20%
En desacuerdo	6	2%
Muy en desacuerdo	3	1%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a audiencia en Radio Salinas.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023.

Figura 9. ¿Los contenidos desarrollan un pensamiento crítico para la audiencia?



Fuente: tabla de frecuencia.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023

ANÁLISIS: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (3) equivalente al 1%; En desacuerdo (6) que corresponde al 2%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (75) con un porcentaje del 20%; De acuerdo (180) correspondiente al 47% y Muy de acuerdo (120) perteneciente al 31%. Según los datos obtenidos, porcentaje mayor, correspondiente a la escala: De acuerdo (47%), la audiencia considera que en los contenidos del noticiero “Ola Informativa” de Radio Salinas contribuye en el desarrollo de un pensamiento crítico responsable.

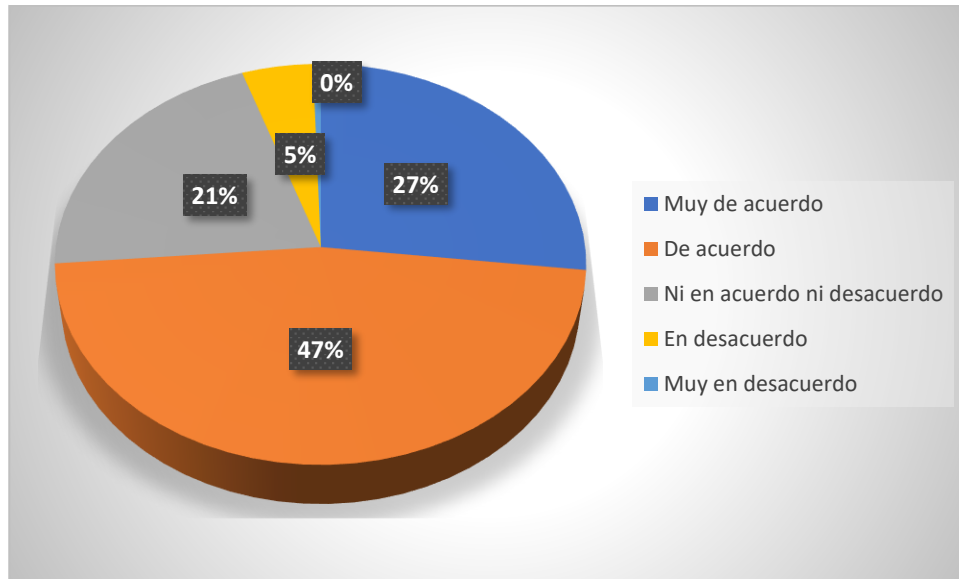
Tabla 10. ¿El noticiero maneja los fundamentos de la autorregulación para fomentar la transparencia?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	103	27%
De acuerdo	180	47%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	81	21%
En desacuerdo	18	5%
Muy en desacuerdo	2	1%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a audiencia en Radio Salinas.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023.

Figura 10. ¿El noticiero maneja los fundamentos de la autorregulación para fomentar la transparencia?



Fuente: tabla de frecuencia.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González, enero 2023

ANÁLISIS: Los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy en desacuerdo (2) equivalente al 1%; En desacuerdo (18) que corresponde al 5%; Ni de acuerdo, ni desacuerdo (81) con un porcentaje del 21%; De acuerdo (180) correspondiente al 47% y Muy de acuerdo (103) perteneciente al 27%. Según los datos obtenidos, el 27% Muy de acuerdo y 47% De acuerdo, se encuentran en un rango positivo, donde el medio de comunicación aplica los fundamentos de la autorregulación, permitiendo promover la calidad de la información en sus contenidos y logrando la transparencia adecuada.

4.2.2. Análisis Cualitativo: Entrevista

Como segundo instrumento a aplicar en esta investigación, se utilizó la guía de preguntas estructuradas, y fueron aplicadas a tres especialistas sobre la temática planteada, estas interrogantes fueron estructuradas de acuerdo con las variables, dimensiones e indicadores y sus resultados serán analizados cualitativamente. Los datos obtenidos permiten contrastar la información y se muestran a continuación:

Tabla 11. Análisis individual de resultados de preguntas estructuradas.

Entrevistador: Julexy Karina Perero González			
Entrevistado: Allan Suárez, Licenciado en Comunicación Social con especialidad en comunicación.			
Preguntas	Respuesta	Análisis	Observación
¿De qué forma debería manejar un noticiero sus textos informativos para tener precisión y veracidad?	Antes de realizar una noticia se debe investigar el tema, una vez exista una investigación documentada luego se puede brindar la información. Si la información carece de veracidad no tendría que difundirse.	El manejo de los contenidos informativos debe ser los más concretos posibles, pero siempre investigando el tema y los textos deben ser verídicos.	Mascioli y Romero (2013) afirman que un texto informativo son todos los acontecimientos que se convierten en noticias, donde su finalidad es conseguir que el lector o receptor reciba el conocimiento de un suceso de la manera más veraz, clara, eficaz, y completa posible.
¿Cómo influyen los contenidos que transmite un medio de comunicación para generar credibilidad y confianza a la audiencia?	Los contenidos deben ser difundidos con mucha precisión, por eso la credibilidad forma parte de los medios de comunicación que tienen su trayectoria y mucho tiempo constituido. Es un trabajo que no se puede realizar de la noche a la mañana, sino que tener credibilidad es un proceso que puede demorar.	Los contenidos que transmite un noticiero deben ser precisos, porque eso influye en la credibilidad de un medio de comunicación por parte de la audiencia con el pasar del tiempo.	Denegri, et al., (2015) mencionan como características de la credibilidad: Información verídica, la marca, la transparencia, la reputación, la imparcialidad, la tendencia hacia el manejo informativo del interés público y difundir mensajes de calidad.
¿Qué tan importante debería ser la transmisión de contenidos de calidad en un noticiero?	Por un lado, la tecnología ha permitido tener contenidos de alta calidad; en cuanto a la calidad de la información, quien la hace, quien proyecta, quien ejecuta los programas, la calidad importa mucho, porque mientras más calidad tenga un noticiero tanto en información o visual, podría generar una expectativa mayor en la audiencia.	La calidad de contenidos en un noticiero es muy importante porque eso ayuda a generar un público más grande y el medio pueda ser reconocido.	Palau y Gómez (2014) menciona que la calidad periodística es la expresión de distintos procesos de obtención y gestión de la información, fruto de la aplicación de los estándares de equilibrio e imparcialidad.

<p>¿Es importante que en un noticiero o medio de comunicación aplique las normas de regulación voluntaria en sus contenidos?</p>	<p>Claro que sí, todos los medios de comunicación están sujetos a la Ley de Comunicación, aunque ésta es reformada constantemente de acuerdo con las administraciones gubernamentales, pero todo estaría bien mientras no se coarte la libertad de expresión de los periodistas.</p>	<p>Adaptarse a las normas de regulación voluntaria que propone la Ley Orgánica Reformatoria de Comunicación es indispensable para un medio de comunicación, autorregularse solo por el hecho de informar a la audiencia como se debe.</p>	<p>Ley Orgánica reformatoria de Comunicación, (2022) menciona en el Art. 9.1, las normas de regulación voluntaria, se enfoca en que los medios regularán su propio comportamiento, relaciones internas y externas en las prácticas comunicacionales por medio de códigos de ética o de conducta.</p>
<p>¿Debería un medio de comunicación cumplir las obligaciones con los medios audiovisuales según como dispone la Ley Orgánica de Comunicación?</p>	<p>Por supuesto, gracias a las redes sociales, hoy en día, la radio ya no solo es radio, sino que proyecta imagen, aunque dentro de las redes sociales no hay algo que nos regule directamente, la credibilidad hace que la gente nos crea, regulando la información de acuerdo con la Ley de Comunicación son contenidos reales los que publicamos y se deberían seguir promocionando.</p>	<p>Todo medio de comunicación debería tener responsabilidades y obligación que cumplir con los medios audiovisuales, sobre todo porque el mundo está actualizado y debe adaptarse ese nuevo formato manteniendo la línea de la veracidad.</p>	<p>Estos conceptos tienen relación con lo que dispone la LOC (2022) en el Art. 74, donde menciona las obligaciones de los medios audiovisuales, el cual indica que tienen que prestar gratuitamente los servicios sociales de información de interés general.</p>
<p>¿Los contenidos informativos deberían desarrollar un sentido crítico en la audiencia? ¿Por qué?</p>	<p>Sí, es depende de quien escuche el medio de comunicación, depende del criterio o educación de cada persona. Hoy en día, lo que genera más noticia o impacto en redes es el morbo lamentablemente.</p>	<p>El sentido crítico que adopte la audiencia depende de lo que quiere escuchar y depende de sus valores propios.</p>	<p>Los resultados concuerdan con los criterios de Betancourth, (2015) el pensamiento crítico es una necesidad imperiosa en donde el ser humano aprender a tener criterio de decisión para pensar y actuar teniendo en cuenta parámetros claros.</p>

Fuente: entrevista a experto en el área de Comunicación.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González

Fecha: enero 2023.

Tabla 12. Análisis individual de resultados de preguntas estructuradas.

Entrevistador: Julexy Karina Perero González			
Entrevistado: Javier Reyes Tipán, subdirector y locutor de radio. Lcdo. en Comunicación Social con especialidad en comunicación.			
Preguntas	Respuesta	Análisis	Observación
¿De qué forma debería manejar un noticiero sus textos informativos para tener precisión y veracidad?	Considero que para manejar correctamente los contenidos sería ideal tener un prompter como lo usan a nivel nacional y la herramienta tecnológica como el celular para que toda la información se dé detallada.	Para manejar correctamente los textos informativos se debe tener en cuenta las herramientas que dan apertura a la creación de una redacción más amplia.	Miranda (2018) menciona que los contenidos informativos “son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual.
¿Cómo influyen los contenidos que transmite un medio de comunicación para generar credibilidad y confianza a la audiencia?	Si se va a dar una noticia hay que ir a la fuente, muchos comunicadores se dejan llevar por el qué dirán en las redes sociales. Pero para que haya credibilidad hay que ir a la fuente y tomarse el tiempo necesario.	Para lograr credibilidad en los contenidos, un medio de comunicación debe tomarse el tiempo para averiguar la fuente y que sea verídica.	La conclusión dada guarda relación con lo que indica Patterson (2003) menciona que “una característica de la veracidad en un reportaje, en el trabajo investigativo no debe caber la duda, la información presentada debe ser cierta y con fundamento”.
¿Qué tan importante debería ser la transmisión de contenidos de calidad en un noticiero?	La calidad de contenidos es prioritaria, si un periodista da un buen contenido matizado, es decir, que vaya acorde a lo que sucede.	Transmitir contenidos de calidad depende de que el periodista matece la información y es importante que resalte información real para lograr una aceptación de la audiencia.	Palau y Gómez (2014) menciona que la confianza es los medios de comunicación, obliga a plantear qué tipo de información reciben los ciudadanos y qué garantías se les ofrece para poder creer. Para que el emisor refuerce la credibilidad es importante que se dé una calidad de información.

<p>¿Es importante que en un noticiero o medio de comunicación aplique las normas de regulación voluntaria en sus contenidos?</p>	<p>Claro, es muy importante, porque existe una Ley de Comunicación que hay que respetarla, se debe respetar no solamente el contenido sino para quienes escuchan la radio, para que luego el periodista no se vea involucrado, porque existen sanciones, es importante que ellos contenidos sean basados en la realidad.</p>	<p>La autorregulación de un medio de comunicación es fundamental para su propia audiencia como para los comunicadores, porque mientras unos se malinforman otros son sancionados.</p>	<p>La Ley Orgánica de Comunicación (2022) recalca en el Art 91.1 la definición de autorregulación comunicacional es un equilibrio entre responsabilidad y libertad informativa, que se materializa a través de la construcción de códigos de regulación voluntaria de la operación parcial o total de los medios.</p>
<p>¿Debería un medio de comunicación cumplir las obligaciones con los medios audiovisuales según como dispone la Ley Orgánica de Comunicación?</p>	<p>Claro, eso más antaño a los que hacen TV, hoy en día, los medios usan la plataforma de Facebook, por eso se deben cumplir con dichas obligaciones porque debe tener presencia, no solo es la señal que llega a los hogares, sino que tenemos una televisión en cada celular.</p>	<p>Es importante que los medios de comunicación cumplan con algunos requisitos importantes, sobre todo tener presentes las plataformas digitales que emiten información con audio y video; y deben regular dichos contenidos.</p>	<p>Ley Orgánica de Comunicación (2022) indica en el Art 71, en su apartado responsabilidades comunes, que la información y la comunicación son derechos que deberán ser ejercidos con responsabilidad, ejerciendo cualquier tipo de medios audiovisuales.</p>
<p>¿Los contenidos informativos deberían desarrollar un sentido crítico en la audiencia? ¿Por qué?</p>	<p>Sí, porque se debe dejar que la audiencia interactúe, que ambas partes se expresen, deben dar la crítica, tienen el derecho de decir las cosas como son.</p>	<p>Es importante que en un medio de comunicación se incentive a la opinión pública, porque de esta forma se está generando un pensamiento crítico en el público.</p>	<p>La respuesta se vincula a lo que indica la Ley Orgánica Reformatoria de Comunicación (2022) destaca las responsabilidades comunes de los medios que son: Desarrollar sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general.</p>

Fuente: entrevista a experto en el área de Comunicación.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González

Fecha: enero 2023.

Tabla 13. Análisis individual de resultados de preguntas estructuradas.

Entrevistador: Julexy Karina Perero González			
Entrevistado: María José Solís, presentadora de noticias. Licenciada en Comunicación Social con especialidad en comunicación.			
Preguntas	Respuesta	Análisis	Observación
¿De qué forma debería manejar un noticiero sus textos informativos para tener precisión y veracidad?	La noticia tiene que ser veraz, concreta y sobre todo ir a la fuente, informar a la comunidad diferentes acontecimientos que se dan a nivel local, nacional e internacional.	Tratar los contenidos informativos con la información lo más veraz posible, el medio de comunicación debe acudir en todo momento a la fuente de información.	Las respuestas guardan relación con lo que indica Rubio (2019) menciona que las características de los contenidos informativos son: el lenguaje debe ser coherentes, directo y objetivo.
¿Cómo influyen los contenidos que transmite un medio de comunicación para generar credibilidad y confianza a la audiencia?	Influyen muchísimo, como medio de comunicación lo más importante es ser real, ser uno mismo, informar a la comunidad diciendo la verdad, influye mucho lo que se opina porque llega a la audiencia y a los fieles seguidores.	Todo contenido que se transmita por medio del noticiero debe ser verídico, contrastado, de esta forma genera credibilidad y el medio de comunicación llega a muchas más personas.	Castillo, et al. (2016) que la veracidad es el fundamento y elemento importante del derecho de la información, la verdad en la información debe entenderse como la adecuación aceptable entre lo sucedido y lo transmitido.
¿Qué tan importante debería ser la transmisión de contenidos de calidad en un noticiero?	Tiene que ser muy bueno, es muy importante porque de eso depende la sintonía de cada medio, ya sea del dial o por medio de las redes sociales.	La calidad de contenidos es muy importante porque de eso depende la reputación de un medio de comunicación, puede ser un medio tradicional o un digital, siempre se deben emitir información de calidad.	Las respuestas concuerdan con lo que mencionan Calvo, et al, (2014) sobre la calidad percibida es como la percepción del consumidor sobre la calidad general, para un medio de comunicación es la capacidad de atender contenidos relevantes y de actualidad, promover valores, generar conciencia.

<p>¿Es importante que en un noticiero o medio de comunicación aplique las normas de regulación voluntaria en sus contenidos?</p>	<p>Claro, siempre es importante, porque nos debemos a la comunidad, a los oyentes y siempre hay que dar un buen trabajo como periodistas y como medio.</p>	<p>Aplicar la autorregulación en un medio de comunicación es importante porque la audiencia se nutre de los contenidos que se transmite, debe ser un trabajo impecable.</p>	<p>Belando y Montiel (2009) recalca entre las características de la regulación para los distintos contenidos y diferentes medios son: regulación pública, co-regulación y autorregulación. Cabe recalcar que estas son fundamentales para que un medio de comunicación por voluntad propia sea agente de cambio en el proceso de comunicación.</p>
<p>¿Debería un medio de comunicación cumplir las obligaciones con los medios audiovisuales según como dispone la Ley Orgánica de Comunicación?</p>	<p>Sí, en el tema de comunicación, se debe ser veraz e ir a la fuente, captar a la audiencia, ya sea en un medio radial o medio digital.</p>	<p>Si existe una ley que obliga a los medios de comunicación a cumplir con dichas obligaciones, deben adaptarse, pero siempre teniendo en cuenta la veracidad de información que se debe brindar.</p>	<p>Según La Ley Orgánica Reformativa (2022) en el Art 74, indica que los espacios se utilizarán para informar de las competencias de interés general.</p>
<p>¿Los contenidos informativos deberían desarrollar un sentido crítico en la audiencia? ¿Por qué?</p>	<p>Depende, no soy muy crítica, pero se debe de informar con la verdad, no inventada, como comunicador se debe ir a la fuente, depende del caso, si se puede dar una crítica constructiva se puede dar.</p>	<p>Los comunicadores deben poner de su parte y en todo momento dar una postura crítica de la información para que la audiencia genere una opinión pública, el cual va a mejorar la sociedad.</p>	<p>Según Zambrano (2015) permite tener profesionales de capaces de evaluar la credibilidad de las fuentes, reconocer las conclusiones, valorar la calidad de un argumento, formular proposiciones claras, manifestar y estar bien informado.</p>

Fuente: entrevista a experto en el área de Comunicación.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González

Fecha: enero 2023.

Tabla 14. Guía de preguntas: Análisis cualitativo

Entrevistador: Julexy Karina Perero González Entrevistados: Allan Suárez, presentador de noticias, Lcdo. Comunicación. Javier Reyes Tipán, subdirector de radio, Lcdo. Comunicación Social. María José Solís, presentadora de noticias, Lic. Comunicación.		
Pregunta	Análisis Cualitativo	Observación
1.- ¿De qué forma debería manejar un noticiero sus textos informativos para tener precisión y veracidad?	Los textos informativos de un noticiero deberían ser adecuados con un manejo de la información, los más concretos y veraz posibles, se debe tener en cuenta las herramientas que dan apertura a la creación de una redacción amplia con una investigación a profundidad, siempre acudiendo a las fuentes de información para los contenidos mantengan precisión y veracidad.	Con relación a las respuestas obtenidas en la primera interrogante, se menciona que el criterio de los especialistas coincide con el aporte de los siguientes autores: Mascioli y Romero (2013) afirman que un texto informativo son todos los acontecimientos que se convierten en noticias, donde su finalidad es conseguir que el lector o receptor reciba el conocimiento de un suceso de la manera más veraz, clara, eficaz, y completa posible.
2.- ¿Cómo influyen los contenidos que transmite un medio de comunicación para generar credibilidad y confianza a la audiencia?	El noticiero de un medio de comunicación debe tomarse el tiempo para transmitir contenidos informativos verídicos, contrastados y averiguar la fuente, porque con el pasar del tiempo esto influye en la credibilidad del mismo medio y genera la aceptación y confianza de la audiencia.	Con respecto a las respuestas obtenidas en la segunda interrogante, el criterio coincide con la postura de: Patterson (2003) menciona que “una característica de la veracidad en un reportaje, en el trabajo investigativo no debe haber la duda, la información presentada debe ser cierta y con fundamento”.
3.- ¿Qué tan importante debería ser la transmisión de contenidos de calidad en un noticiero?	Es importante transmitir contenidos de calidad en un noticiero, porque de eso depende la reputación del medio de comunicación, así sea tradicional o digital, la información tiene que ser real y matizada, es decir, resaltar detalles que no fueron mencionados antes para	Con relación a la tercera interrogante, los entrevistados coinciden con el criterio de: Palau y Gómez (2014) mencionan que la confianza es los medios de comunicación, obliga a plantear qué tipo de información reciben los ciudadanos y qué garantías se les ofrece para poder creer.

un mejor entendimiento, dando como resultado un mayor alcance de la audiencia.

4.- ¿Es importante que en un noticiero o medio de comunicación aplique las normas de regulación voluntaria en sus contenidos?

Es fundamental que un medio de comunicación aplique las normas de regulación voluntaria, porque aparte de ser una orden de la Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación, es autorregularse solo por el hecho de brindar a la ciudadanía información de calidad, porque ellos se nutren de diferentes conocimientos transmitidos, de forma que debe ser un trabajo impecable y a final para el medio no sea sancionado.

5.- ¿Debería un medio de comunicación cumplir las obligaciones con los medios audiovisuales según como dispone la Ley Orgánica de Comunicación?

Todos los medios de comunicación deben cumplir con las obligaciones con los medios audiovisuales porque es un requisito importante tener la responsabilidad de difundir información de interés general, las plataformas digitales que emiten audio y video deben estar regulados para seguir manteniendo la línea de la veracidad de información.

6.- ¿Los contenidos informativos deberían desarrollar un sentido crítico en la audiencia? ¿Por qué?

Es importante que un medio de comunicación por medio de sus contenidos informativos transmita un sentido crítico en la audiencia, porque de alguna forma está incentivando a la participación de la ciudadanía a aportar con una opinión pública, desarrollando un pensamiento crítico que va a cambiar la perspectiva de la audiencia sobre algún tema en específico. En algunas ocasiones depende de los valores innatos de cada persona.

Para que el emisor refuerce la credibilidad es importante que se dé una calidad de información.

Ley Orgánica reformativa de Comunicación, (2022) menciona en el Art. 9.1, las normas de regulación voluntaria, se enfoca en que los medios regularán su propio comportamiento, relaciones internas y externas en las prácticas comunicacionales por medio de códigos de ética o de conducta.

La Orgánica Reformativa de Comunicación, (2022) en el Art. 74, donde menciona las obligaciones de los medios audiovisuales, el cual indica que tienen que prestar gratuitamente los servicios sociales de información de interés general.

La Ley Orgánica Reformativa de Comunicación (2022) destaca las responsabilidades comunes de los medios que son: Desarrollar sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general.

Fuente: entrevista a expertos en el área de Comunicación.

Elaborado por: Julexy Karina Perero González

Fecha: enero 2023.

4.3. Discusión de resultados

Luego de los resultados obtenidos por medio de la encuesta, se ha podido determinar la importancia de la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación en los contenidos informativos sobre el noticiero denominado “Ola Informativa” de Radio Salinas 103.3 FM. Los hallazgos realizados permiten contrastar los datos a través de la siguiente discusión.

Con relación a la pregunta 1. Dentro de los contenidos informativos que transmite el noticiero de Radio Salinas se emplea correctamente la veracidad. Se obtuvieron los siguientes resultados: 45% De acuerdo y 5% En desacuerdo, esto responde a los criterios de Castillo, et al. (2016) quienes indican que la veracidad es el fundamento y elemento importante del derecho de la información, la verdad en la información debe entenderse como la adecuación aceptable entre lo sucedido y lo transmitido.

Respecto a la pregunta 2. El noticiero “Ola Informativa” que transmite Radio Salinas por las mañanas, emplea correctamente la precisión dentro de sus notas informativas, arrojó los siguientes datos: 49% De acuerdo y 5% En desacuerdo, esto se relaciona con el aporte de Chaparro (2013) que indica que en el periodismo de precisión el periodista busca historias sobre las que escribir con base en documentales, en datos, y no en el testimonio de las fuentes que engordan su agenda, es a través del manejo y el cruce de los datos como logran encontrar temas ocultos que interesen a la sociedad.

Pregunta 3. Los contenidos que transmite el noticiero despiertan el interés del público para generar credibilidad y confianza, reveló los siguientes datos, 47% De acuerdo y 5% En desacuerdo, hallazgos que se relaciona con los criterios de Palau y Gómez (2014) mencionan que la confianza en los medios de comunicación obliga a plantear qué tipo de información reciben los ciudadanos y qué garantías se les ofrece para poder creer. Para que el emisor refuerce la credibilidad es importante que se dé una calidad de información.

La interrogante 4. El noticiero de Radio Salinas crea una percepción para generar credibilidad dentro de sus contenidos informativos hacia la audiencia. Se obtuvieron los siguientes datos, 48% De acuerdo y 5% En desacuerdo, información que responde al criterio de Azran y Hayat (2019) menciona que la importancia de la percepción de la credibilidad de los medios, es decir, debe interesar en el bienestar de la comunidad, distingue entre los hechos y opiniones.

Con relación a la pregunta 5. El noticiero “Ola Informativa” transmite contenidos de calidad para una buena aceptación del público, brinda los siguientes resultados: 47% De acuerdo y 2% En desacuerdo, información que se relaciona con el aporte de Palau y Gómez (2014) menciona que la calidad periodística es la expresión de distintos procesos de obtención y gestión de la información, fruto de la aplicación de los estándares de equilibrio e imparcialidad.

Por consiguiente, la interrogante 6. En el espacio informativo de Radio Salinas aplican las normas de regulación voluntaria para sus contenidos para garantizar el ejercicio periodístico, reveló los siguientes datos: 41% De acuerdo y 6% En desacuerdo, los resultados se vinculan con lo que indica la Ley Orgánica Reformatoria de Comunicación, (2022) menciona en su Art. 9, numeral 1, las normas de regulación voluntaria, se enfoca en que los medios regularán su propio comportamiento, relaciones internas y externas en las prácticas comunicacionales por medio de códigos de ética o de conducta.

La pregunta 7. Según la Ley Orgánica de Comunicación, el noticiero toma en cuenta la prohibición y contenido violento durante su transmisión. Se encontraron los siguientes datos: 46% De acuerdo y 5% En desacuerdo, los resultados se asocian a los criterios de la Ley Orgánica Reformatoria de Comunicación, (2022) en su Art.62 indica que está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación de contenidos discriminatorios que tenga por objeto menoscabar el reconocimiento o ejercicio de los derechos humanos.

Con respecto a la interrogante 8. Radio Salinas cumple las obligaciones con los medios audiovisuales según como lo dispone la Ley Orgánica de Comunicación, reveló los siguientes datos: 47% De acuerdo y 5% En desacuerdo, información que se relaciona con el aporte de La Orgánica Reformatoria de Comunicación (2022) en el Art. 74, donde menciona las obligaciones de los medios audiovisuales, el cual indica que tienen que prestar gratuitamente los servicios sociales de información de interés general.

Con relación a la interrogante 9. Dentro de los contenidos de “Ola Informativa” se desarrolla un pensamiento crítico para la audiencia. Se obtuvieron los siguientes datos: 47% De acuerdo y 2% En desacuerdo, la información se vincula con el aporte de Herranz (2006) indica que la comunicación se ha convertido en el camino más eficaz para transmitir la transparencia de una organización, por ello es uno de los valores destacados en el trabajo diario de una empresa,

porque genera legitimidad, confianza, credibilidad y reputación en la labor de un medio u organización.

Finalmente, la pregunta 10. Dentro del noticiero “Ola Informativa” se manejan los fundamentos de la autorregulación en sus contenidos para fomentar la transparencia y promover la calidad de la información, arrojó los siguientes datos: 47% De acuerdo y 5% En desacuerdo, esto hace referencia a los criterios de Aznar (2004) que recuerda las funciones propias de la autorregulación comunicativa como especificar los valores éticos, exigencias deontológicas de la comunicación y establecer los incumplimientos de dichos estándares éticos.

Asimismo, se planteó seis preguntas estructuradas dirigidas a tres especialistas en comunicación, se analizará los criterios encontrados dentro de la entrevista, las cuales se relacionan con los conceptos establecidos en el marco conceptual del proyecto de investigación.

Pregunta 1. Un noticiero debería tener un manejo de la información, lo más concreto y veraz posible. Se menciona que el criterio de los especialistas coincide con el aporte del autor Mascioli y Romero (2013) afirman que un texto informativo son todos los acontecimientos que se convierten en noticias, donde su finalidad es conseguir que el lector o receptor reciba el conocimiento de un suceso de la manera más veraz, clara, eficaz, y completa posible.

Pregunta 2. Los contenidos que transmite un medio de comunicación influyen para generar credibilidad y confianza a la audiencia. El criterio coincide con la postura de Patterson (2003) menciona que una característica de la veracidad en un reportaje, en el trabajo investigativo no debe haber la duda, la información presentada debe ser cierta y con fundamento.

Pregunta 3. Transmisión de contenidos de calidad en un noticiero depende de la reputación del medio. Los entrevistados coinciden con el criterio de Palau y Gómez (2014) mencionan que la confianza es los medios de comunicación, obliga a plantear qué tipo de información reciben los ciudadanos y qué garantías se les ofrece para poder creer; para que el emisor refuerce la credibilidad es importante que se dé una calidad de información.

Pregunta 4. Es importante que un medio de comunicación aplique las normas de regulación voluntaria en sus contenidos. Con respecto a las respuestas de los entrevistados se asocia el aporte de la Ley Orgánica reformativa de Comunicación, (2022) menciona en el Art. 9.1, las normas de regulación voluntaria, se enfoca en que los medios regularán su propio

comportamiento, relaciones internas y externas en las prácticas comunicacionales por medio de códigos de ética o de conducta.

Pregunta 5. Los medios de comunicación deben cumplir las obligaciones con los medios audiovisuales. Los entrevistados coinciden con el criterio de La Orgánica Reformativa de Comunicación (2022) en el Art. 74, donde menciona las obligaciones de los medios audiovisuales, el cual indica que tienen que prestar gratuitamente los servicios sociales de información de interés general.

Pregunta 6. Los contenidos informativos deben desarrollar un sentido crítico en la audiencia. Las respuestas de los especialistas comparten criterio con Zambrano (2015) que indica que los medios permiten tener profesionales capaces de evaluar la credibilidad de las fuentes, reconocer las conclusiones, valorar la calidad de un argumento, formular proposiciones claras, manifestar y estar bien informado.

CONCLUSIONES

- El presente proyecto de investigación permitió determinar que Radio Salinas cumple con lo señalado en la Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación, al emitir durante el noticiero “Ola Informativa” contenidos veraces, concretos, contrastados y precisos.
- Radio Salinas mantiene la aplicación de la normativa comunicacional y se ve reflejado en la fiel audiencia, donde cumplen correctamente con todas las responsabilidades y obligaciones de un medio para evitar sanciones.
- Se determinó la importancia de la regulación de contenidos informativos de Radio Salinas y se puede concluir que el medio regula sus contenidos manteniendo la credibilidad de su audiencia.
- Los contenidos informativos influyen de forma trascendental en la audiencia, según los datos obtenidos, lo que difunden, opinan o transmiten, los medios de comunicación llegan al público, por lo tanto, Radio Salinas maneja sus contenidos de forma adecuada a través de la verificación de sus fuentes y constatación de la información.
- Los resultados obtenidos en la encuesta y entrevista realizada a la audiencia de Radio Salinas y los especialistas muestran una postura favorable sobre las normas de regulación en sus contenidos, sustentan la aplicación de la normativa actual en los contenidos informativos, genera e influye una gran aceptación del público, lo cual trae resultados favorables para el medio de comunicación.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere a la comunidad académica de la Universidad Estatal Península de Santa Elena hagan uso de este recurso para nuevos estudios de investigación, de forma que puedan generar nuevos conceptos, propuestas, proyectos con el objetivo de mejorar la calidad comprensiva de la audiencia por medio de los contenidos informativos.
- A Radio Salinas, se sugiere que establezcan más interacción con el público con el fin de desarrollar un sentido crítico por medio de los contenidos que brindan, es importante que el medio siga aplicando la regulación de contenidos en sus espacios informativos para llegar a una audiencia más alta en aceptación y siga generando credibilidad, algo que se logra en años de trayectoria.
- A la comunidad científica, tener conocimiento un poco más sobre la autorregulación y las leyes que forman a un medio de comunicación; y a futuras investigaciones sobre cómo deberían ser los contenidos informativos.
- A los futuros profesionales de la carrera de Comunicación a tener presente los datos estudiados para que puedan ejercer con empeño y dedicación de una forma real los contenidos informativos, tomando en cuenta que no solo se debe informar sino educar y transmitir contenidos de calidad.
- Finalmente, los resultados obtenidos en la encuesta y entrevista se evidencian que es efectiva la aplicación de la normativa en contenidos de información de los noticieros en cada medio de comunicación, se sugiere aplicar lo mencionado por los expertos para generar interés social, además de difundir el código deontológico a su audiencia garantizando el ejercicio periodístico, crecimiento del medio y el desarrollo crítico de la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J. (2014). El método de la Investigación. *International Journal of Good Conscience*, 200-201.
- Alcalá, M., Alcolea, G., & Navarro, N. (2021). Factores de credibilidad e interés de las noticias en el paisaje (des)informativo. *Ediciones Complutense*, 27(3), 2-3. <https://doi.org/https://doi.org/10.5209/esmp.71280>
- Alvarez Risco, A. (2020). Clasificación de las Investigaciones. *Universidad de Lima*, 3. <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%C3%A9mica%2020202818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%C3%B3n%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Angulo Ricón, L. (2013). Análisis de contenidos del noticiero de RCN de Colombia desde la perspectiva de la comunicación, el conflicto y el desarrollo. *Oikema. Revista de la Facultad de Ciencias Humanas y Artes*, 1.
- Arias Gómez, J., Villasís Keever, M., & Miranda Novales, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 3. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Arias González, J. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica. *ENFOQUES CONSULTING EIRL*, 27.
- Aznar, H. (2004). Nuevos códigos de ética y nuevas formas de entender el periodismo. *Revista latina de comunicación social*. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20042158aznar.htm>
- Azran, S., & Hayat, T. (2019). La credibilidad de las noticias digitales: El vinculo es más impactante que la fuente. *Revista Comunicar*, 27(60), 75. <https://doi.org/https://doi.org/10.3916/C60-2019-07>
- Barchini, G. (2006). Métodos "I + D" de la Informática. *Elsa Cientific*, 20.
- Belando Garín, B., & Montiel Roig, G. (2009). La regulación de contenidos audiovisuales: presente y futuro. *Universidad de Valencia*, 15. https://www.uv.es/genero/_docs/public_com/reg_contenidos_aud.pdf

- Betancourth Zambrano, S. (2015). Desarrollo del pensamiento crítico en docentes universitarios. Una mirada cualitativa. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte.*, 241. <https://www.redalyc.org/pdf/1942/194238608017.pdf>
- Calvo Porral, C., Martínez Fernández, V., & Juanatey Boga, O. (2014). La credibilidad de los medios de Comunicación de masas: una aproximación desde el Modelode Marca Creíble. *Revista Bras. Cienc. Comun.*, 29. <https://doi.org/https://doi.org/10.1590/1809-584420141>
- Carrasco , S. (2009). Metodología de investigación científica. *Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación.*, 236.
- Castillo, M., Cruces, L., & Guerra, M. (2016). La veracidad de la Información Expuesta en las Redes Sociales. *Revista Educación y Tecnología*, 2(08), 32. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6148884>
- Chaparro, M. (2013). La evolución del periodismo de precisión: el blog de The Guardian sobre periodismo de datos. *Universidad Internacional de La Rioja*, 42(8), 6. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4247831>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Comunicación e Información. 15. https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Delgado, I. (2 de Mayo de 2022). *Texto informativo*. Significado.com: <https://www.significados.com/texto-informativo/>
- Denegri, M., Chávez, D., Del Valle, C., Sepúlveda, J., & Silva, F. (2015). Creencias y actitudes hacia los medios de comunicación en estudiantes universitarios del sur de Chile. *Signo y Pensamiento*, 34(67), 112. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86043044006>
- Domínguez, C. (Septiembre de 2021). *Contenidos informativos: Estudio comparativo entre ES/TV y noticias en la comunidad*. Repositorio de la Universidad Estatal Península de Santa Elena: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6213>
- Elguera, D. (2021). Análisis de la regulación de contenidos televisivos, a la luz del derecho constitucional peruano. Perú 2019. *Universidad Católica de Santa María*, 62. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/11291>

- FM, C. D. (2013). <https://flowpaper.com/flipbook/?pdf=https://margroupfirm.net/margroup/radiosalinasfm.com/DEONTOLOGICO.pdf&title=&header=&theme=&singlepage=auto&thumbs=1&modified=220926535#page=2>
- García, N., Plana, G., & Ferrer, I. (2014). Géneros y formas de inserción publicitaria en la Televisión española: Regulación vs. Práctica. *Cuadernos.info*, 61. <https://doi.org/10.7764/cdi.34.579>
- Hernandez Mendoza, S., & Duana Avila, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 51. <https://doi.org/https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>
- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación. *McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.*, 403.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2018). Metodología de la invesstigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta. *Repositorio Digital UASB*, 174. <http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1292>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta. *Repositorio Digital UASB*, 254. <http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1292>
- Herranz De la Casa, J. (2006). La comunicación y la transparencia en las organizaciones no lucrativas. *Tesis doctoral*, 107.
- Jaenes, A. (junio de 2016). *Menores y contenidos audiovisuales. Regulación consumo y sanciones a medios de comunicación*. Universidad de Sevilla: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/43982/tfg-andres%20jaenes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ley de Prensa de Bolivia. (2015). Radiodifusión comunitaria. <https://www.sipiapa.org/notas/1200113-ley-prensa-bolivia-base-legal>
- Ley de Radio y Televisión. (2004). Información y propaganda política. <https://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28278.htm#:~:text=L>

os%20servicios%20de%20radiodifusi%C3%B3n%20sonora,establecidos%20en%20la%20presente%20Ley.

Ley Orgánica de Comunicación. (2019). Objeto y ámbito. *LOC Reformada*, 1-2. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>

Ley Orgánica de Comunicación reformada. (2019). Transparencia de los medios de comunicación. 33. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>

Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación. (2022). Obligaciones de los medios audiovisuales. 27. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>

Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación. (2022). Fundamentos de la autorregulación. 33.

Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación. (2022). Normas de regulación voluntaria de los medios de comunicación. 7. http://www.edicioneslegales-informacionadicional.com/webmaster/directorio/2SU188_2022.pdf

Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación. (2022). Normas de regulación voluntaria de los medios de comunicación social. 7. http://www.edicioneslegales-informacionadicional.com/webmaster/directorio/2SU188_2022.pdf

Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación. (2022). Prohibición y contenido violento. 16.

Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación. (2022). Responsabilidades comunes. 26.

López Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la Investigación social cuantitativa. *Dipòsit Digital de Documents*, 8. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf

- López Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la Investigación social cuantitativa. *Dipòsit Digital de Documents*, 6. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, propiedad intelectual e industria. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>
- Magallón, R. (2019). La (no) regulación de la desinformación en la Unión Europea. Una perspectiva comparada. *Revista De Derecho Político*, 346. <https://doi.org/https://doi.org/10.5944/rdp.106.2019.26159>
- Martínez, H., Yaguana, H., & Torres, X. (2015). Contenidos informativos en Zamora Chinchipe: Ley Orgánica de comunicación en Ecuador. *Redalyc Sistema de Información Científica*, 31(5), 560-579.
- Mascioli, J., & Romero, W. (2013). *Como se construye un texto informativo*. DSpace: <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3713>
- Mata Solis, L. (2019). *Marco metodológico de investigación*. <https://investigaliacr.com/investigacion/marco-metodologico-de-investigacion/>
- Mínguez, A. (Mayo de 2011). *La confianza como pegamento emocional en el proceso negociador*. Reunir repositorio digital: https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/4175/LA_CONFIANZA_negociacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Miranda Conde, G. (2018). Contenidos informativos de los medios de comunicación social del cantón Babahoyo y su contribución al desarrollo de los habitantes del sector By Pass en la ciudad capital de la provincia de Los Ríos. *Universidad Técnica de Babahoyo*, 10.
- Miranda Conde, G. J. (2018). Contenidos informativos de los medios de comunicación social del cantón Babahoyo y su contribución al desarrollo de los habitantes del sector By Pass en la ciudad capital de la provincia de Los Ríos. *Universidad Técnica de Babahoyo*, 2-4.
- Miranda, G. (julio de 2018). *Contenidos informativos de los medios de comunicación social del cantón Babahoyo y su contribución al desarrollo de los habitantes del sector By Pass en*

la ciudad capital de la provincia de Los Ríos.
<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/5128/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Montagud, N. (agosto de 2019). *Texto informativo: definición, tipos y características*. Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/texto-informativo>

Palacios, P. (2019). *La regulación de contenidos y libre competencia en el mercado de los medios de comunicación en el Perú*. <https://hdl.handle.net/20.500.12848/863>

Palau, D., & Gómez, J. (2014). Calidad y credibilidad, un binomio inexorable para el futuro de los medios. *Periodística Societat Catalana de Comunicació*(16), 19. <https://doi.org/10.2436/20.3008.02.35>

Patterson, C. M. (2003). El buen reportaje, su estructura y características. *Revista Latina de Comunicación Social*, 6(56), 3. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20035633patterson.htm>

Pauner, C. (2018). Noticias falsas y libertad de expresión e información. El control de los contenidos informativos en la red. *Teoría y realidad constitucional*(41), 310. <https://doi.org/https://doi.org/10.5944/trc.41.2018.22123>

Porras Velázquez, A. (2017). Diplomado en Análisis de Información Geoespacial. *Centro de Investigación en Geografía y Geomática*, 5. <https://centrogeo.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1012/163/1/19-Tipos%20de%20Muestreo%20-%20Diplomado%20en%20An%C3%A1lisis%20de%20Informaci%C3%B3n%20Geoespacial.pdf>

Sangwon, L., Seungahn, N., Deborah, S., & Junghwan, K. (2020). Predicción de la credibilidad de las noticias de IA: ¿capital comunicativo o social o ambos? *Communication Studies*, 71(3), 428. <https://doi.org/10.1080/10510974.2020.1779769>

Soengas, X. (2005). Los contenidos informativos en las televisiones generalistas. *Ámbitos*, 59.

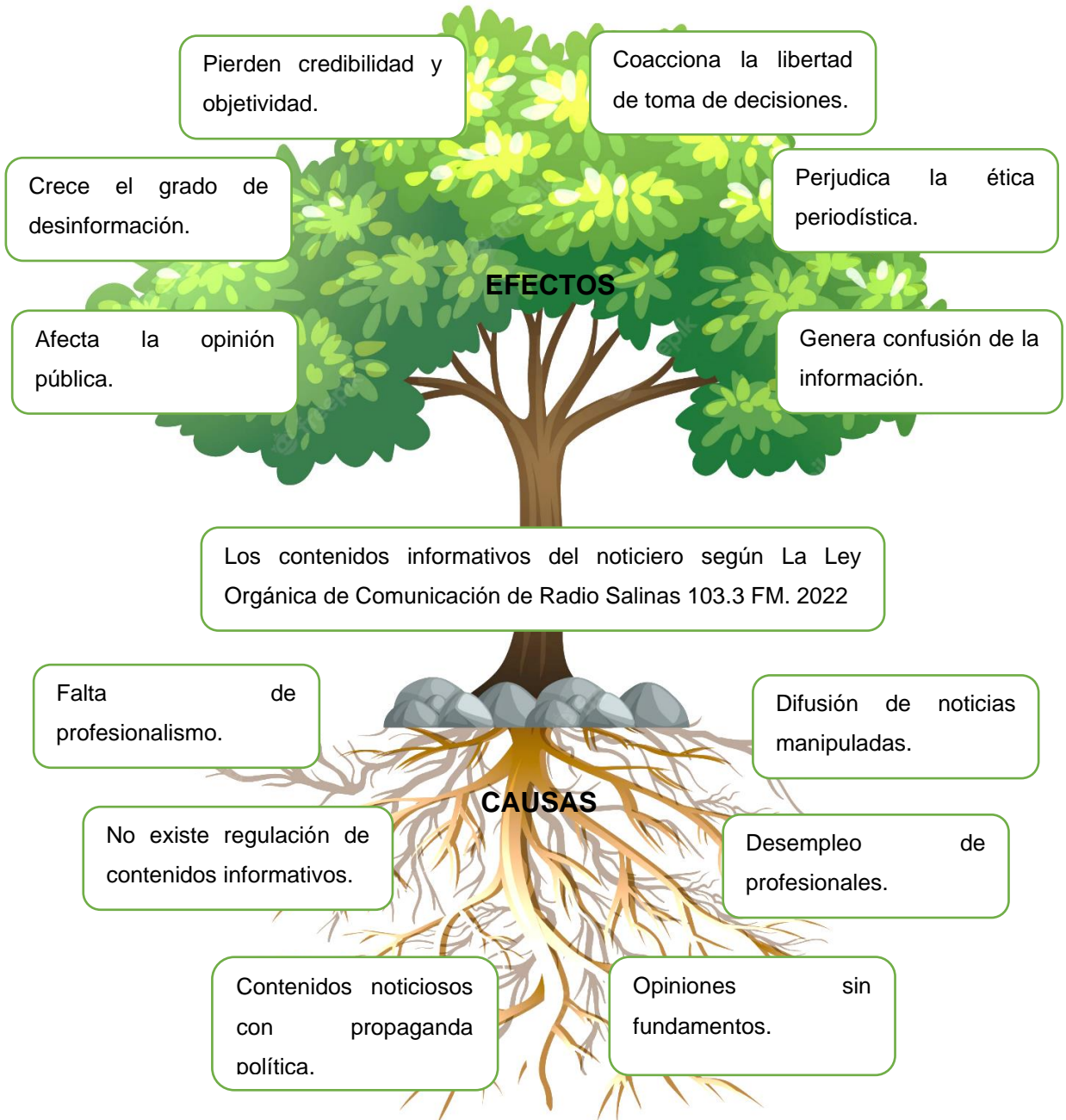
Tamayo y Tamayo, M. (2007). El proceso de la investigación científica; incluye glosario y manual de evaluación de proyectos. .

Tramullas, J. (25 de Septiembre de 2016). *SliderShare*.
<https://es.slideshare.net/tramullas/introduccion-a-la-gestion-de-contenidos>

ANEXOS

Anexo 1. Árbol de problemas

Figura 11. Árbol del problema



Elaborado por: Julexy Karina Perero González

Anexo 2. Variable operacionalización

Tabla 15. Matriz de operacionalización de variables.

TEMA/TÍTULO	VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	PREGUNTAS
Contenidos informativos del noticiero según la Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 Fm. 2022.	CONTENIDOS INFORMATIVOS	El contenido informativo es aquel que proporciona conocimiento sobre un acontecimiento, asunto o tema, por lo general se lo encuentra en los medios de comunicación, en donde su función principal es informar. (Delgado, 2022)	El contenido informativo es aquel que proporciona conocimiento sobre un acontecimiento, asunto o tema, por lo general se lo encuentra en los medios de comunicación, en donde su función principal es informar.	Textos informativos	1. Veracidad 2. Precisión	1. ¿En los contenidos informativos del noticiero de Radio Salinas se aplica correctamente la veracidad? 2. ¿El noticiero de Radio Salinas maneja adecuadamente en sus textos informativos la precisión?
				Credibilidad de contenidos	1. Credibilidad y confianza. 2. Percepción de la credibilidad.	1. ¿Los contenidos que transmite Ola Informativa son de interés para que genere suficiente credibilidad y confianza a la audiencia? 2. ¿Para que el noticiero de Radio Salinas pueda generar credibilidad en sus contenidos informativos se toma en cuenta uno de los factores de credibilidad como en especial la percepción?
				Calidad de contenidos	1. Transmisión de contenidos verídicos. 2. Calidad percibida de los medios.	1 ¿Los contenidos informativos de Ola Informativa transmiten contenidos verídicos para una buena aceptación de la audiencia? 2 ¿Transmite Radio Salinas la suficiente calidad en sus contenidos informativos para percibir la aceptación de la audiencia?

TEMA/TÍTULO	VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	PREGUNTAS
Contenidos informativos del noticiero según la Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 Fm. 2022.	LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN	Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos. (Ley Orgánica de Comunicación, 2019)	Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos.	Regulación de contenidos	1. Normas de regulación voluntaria 2. Prohibición y contenido violento.	1. ¿El noticiero Ola Informativa aplica las normas de regulación voluntaria para sus contenidos? 2. ¿Según La Ley Orgánica de Comunicación, el noticiero toma en cuenta la prohibición y contenido violento?
				Responsabilidades comunes de los medios	1. Obligaciones de los medios audiovisuales. 2. Desarrollar el sentido crítico de la audiencia.	1. ¿Radio Salinas cumple sus responsabilidades y obligaciones que tiene con los medios audiovisuales? 2. ¿En los contenidos de Ola Informativa se desarrolla el respectivo sentido crítico para la audiencia?
				Transparencia de un medio comunicación	1. Autorregulación comunicacional 2. Fundamentos de la autorregulación	1. ¿Radio Salinas, en sus contenidos informativos se aplican correctamente la autorregulación comunicacional según lo que indica la Ley Orgánica de Comunicación para lograr la transparencia de este? 2. ¿Radio Salinas guarda relación con los fundamentos de autorregulación para sus contenidos informativos tal como dispone la Ley Orgánica de Comunicación?

Elaborado por: Julexy Karina Perero González

Anexo 3. Instrumentos de recopilación de datos.

Técnica: encuesta con escala de Likert

Instrumento: Cuestionario

Tema: Contenidos informativos del noticiero según la Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 FM. 2022.

Objetivo: Recoger el criterio de la audiencia que sintoniza Radio Salinas 103.3 FM para obtener los datos verídicos sobre los contenidos informativos del noticiero “Ola Informativa” para su posterior análisis.

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

Tabla 16. Instrumento de Validación: encuesta.

Variable Independiente: Contenidos informativos						
		1	2	3	4	5
1	Dentro de los contenidos informativos que transmite el noticiero de Radio Salinas se emplea correctamente la veracidad.					
2	El noticiero “Ola Informativa” que transmite Radio Salinas por las mañanas, emplea correctamente la precisión dentro de sus notas informativas.					
3	Los contenidos que transmite el noticiero despiertan el interés del público para generar credibilidad y confianza.					
4	El noticiero de Radio Salinas crea una percepción para generar credibilidad dentro de sus contenidos informativos hacia la audiencia.					
5	El noticiero “Ola Informativa” transmite contenidos de calidad para una buena aceptación del público.					
Variable dependiente: Ley Orgánica de Comunicación						
1	En el espacio informativo de Radio Salinas aplican las normas de regulación voluntaria para sus contenidos para garantizar el ejercicio periodístico.					
2	Según la Ley Orgánica de Comunicación, el noticiero toma en cuenta la prohibición y contenido violento durante su transmisión.					
3	Radio Salinas cumple las obligaciones con los medios audiovisuales según como lo dispone la Ley Orgánica de Comunicación.					
4	Dentro de los contenidos de “Ola Informativa” se desarrolla un pensamiento crítico para la audiencia.					
5	Dentro del noticiero “Ola Informativa” se manejan los fundamentos de la autorregulación en sus contenidos para fomentar la transparencia y promover la calidad de la información.					

Elaborado por: Julexy Karina Perero González

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I: 0913729257

Tema: Contenidos informativos del noticiero según la Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 FM. 2022.

Objetivo: Recopilar información de profesionales en comunicación sobre Contenidos informativos del noticiero “Ola Informativa” según la Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 FM, para obtener el respectivo aporte de la credibilidad de estos para beneficio de la audiencia.

Entrevistado: Sr. Allan Suárez.

Cargo: Presentador de Radio Récord.

Especialidad: Licenciado de Comunicación.

Entrevistador: Julexy Perero.

Entrevistado: Sr. Javier Reyes Tipán.

Cargo: Locutor de Radio Antena 3.

Especialidad: Lic. en comunicación social.

Entrevistador: Julexy Perero González

Entrevistado: Sra. María José Solís.

Cargo: Lcda. comunicación social.

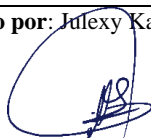
Especialidad: Comunicación

Entrevistador: Julexy Perero González

Tabla 17. Instrumento de Validación: entrevista

Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente		
1. ¿De qué forma debería manejar un noticiero sus textos informativos para tener precisión y veracidad?		
2. ¿Cómo influyen los contenidos que transmite un medio de comunicación para generar credibilidad y confianza a la audiencia?		
3. ¿Qué tan importante debería ser la transmisión de contenidos de calidad en un noticiero?		
Variable Dependiente		
1. ¿Es importante que en un noticiero o medio de comunicación aplique las normas de regulación voluntaria en sus contenidos?		
2. ¿Debería un medio de comunicación cumplir las obligaciones con los medios audiovisuales según como dispone la Ley Orgánica de Comunicación?		
3. ¿Los contenidos informativos deberían desarrollar un sentido crítico en la audiencia? ¿Por qué?		

Elaborado por: Julexy Karina Perero González



Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I: 0913729257

Tabla 18. Matriz de validación de contenido por juicio de expertos.

TÍTULO:		Contenidos informativos del noticiero según la Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 FM. 2022.															
AUTOR:		Julexy Karina Perero González															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	Relación entre:								
									VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO								
Variable Independiente: Contenidos Informativos	Textos Informativos	Veracidad	En los contenidos informativos que transmite el noticiero de Radio Salinas se emplea correctamente la veracidad.						x		x		x			Mejorar la redacción las preguntas que tienen observación.	
		Presición	El noticiero "Ola Informativa" de Radio Salinas maneja adecuadamente en sus textos informativos la precisión.						x		x		x				
	Credibilidad	Cedibilidad de contenidos informativos	Los contenidos que transmite el noticiero son de interés para generar credibilidad y confianza a la audiencia.							x		x		x			
		Percepción de credibilidad	El noticiero de Radio Salinas genera credibilidad en sus contenidos informativos mediante uno de sus factores como en especial la percepción.							x		x		x			
	Calidad de contenidos	Transmisión de contenidos verídicos	Los contenidos informativos de "Ola Informativa" transmiten contenidos verídicos para una buena aceptación de la audiencia.							x		x		x			
Variable Dependiente: Ley Orgánica de Comunicación	Regulación de contenidos	Normas de regulación voluntaria	El noticiero "Ola Informativa" aplica las normas de regulación voluntaria para sus contenidos.							x		x		x			
		Prohibición de contenidos violentos	Según la Ley Orgánica de Comunicación, el noticiero toma en cuenta la prohibición y contenido violento.							x		x		x			
	Responsabilidades communes de los medios	Obligaciones de los medios audiovisuales	Radio Salinas cumple sus responsabilidades y obligaciones que tiene con los medios audiovisuales.								x		x		x		
		Desarrollar el sentido crítico de la audiencia	En los contenidos de "Ola Informativa" se desarrolla el respectivo sentido crítico para la audiencia.								x		x		x		
	Transparencia de los medios de comunicación	Autorregulación comunicacional	Radio Salinas en sus contenidos informativos para lograr transparencia aplica correctamente la autorregulación comunicacional.								x		x		x		

Fecha: 14 de enero del 2023

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Juez Experto
C.I:0913729257

Nombre del instrumento: cuestionario – Contenidos informativos

Tabla 19. Ficha de evaluación del instrumento.

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

Tabla 20. Validez de contenidos del instrumento

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Perero González Julexy Karina	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Contenidos informativos del noticiero según la Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 FM. 2022.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Guía de preguntas	
Objetivo:	Recopilar información sobre Contenidos informativos del noticiero “Ola Informativa” según la Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 FM, para obtener el respectivo aporte de la credibilidad de estos para beneficio de la audiencia.	
Dirigido a:	Profesionales y especialistas en comunicación.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	<u>ANGEL MATAMOROS</u>	
Documento de Identidad:	<u>0913729257</u>	
Grado Académico:	<u>DOCTOR. PHD</u>	
Especialidad:	<u>EDUCACION</u>	
Experiencia Profesional (años):	<u>22 AÑOS</u>	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
	<u>X</u>	*
Sugerencia: <u>DEBE REDACTAR LAS PREGUNTAS CON COHERENCIA</u>		



Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I: 0913729257

Anexo 4: Aplicación de encuestas y entrevistas



Figura 12. Entrevista a Allan Suárez



Figura 13. Entrevista a Javier Reyes Tipán



Figura 14. Entrevista a María José Solís.

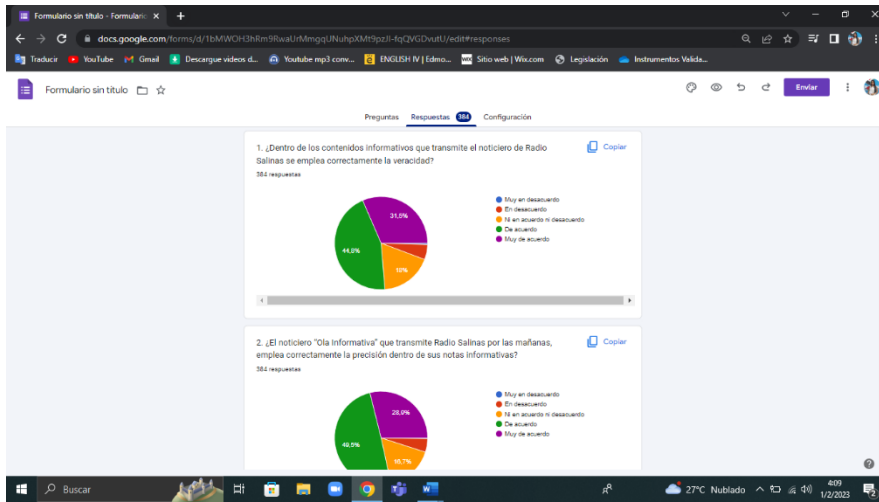


Figura 15. Encuesta

Figura 16. Evidencia de entrevista a Allan Suárez



Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Comunicación

Entrevista

UPSE

Tema: Contenidos informativos del noticiero según la Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 FM. 2022.

Objetivo: Recopilar información de profesionales en comunicación sobre Contenidos informativos del noticiero "Ola Informativa" según la Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 FM, para obtener el respectivo aporte de la credibilidad de estos para beneficio de la audiencia.

Entrevistado: Sr. Allan Suárez.
Cargo: Presentador de Radio Récord.
Especialidad: Licenciado de Comunicación.
Entrevistador: Julexy Perero.

Entrevistado: Sra. María José Solís.
Cargo: Lcda. comunicación social.
Especialidad: Comunicación
Entrevistador: Julexy Perero González

Reyes Tipán.
Cargo: Locutor de Radio Antena 3.
Especialidad: Lic. en comunicación social.
Entrevistador: Julexy Perero González

Entrevistado: Sr. Javier

Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente		
1. ¿De qué forma debería manejar un noticiero sus textos informativos para tener precisión y veracidad?	Antes de realizar una entrevista se debe investigar el tema, luego se puede brindar la información. Si la información carece de veracidad no tendría que difundirse.	
2. ¿Cómo influyen los contenidos que transmite un medio de comunicación para generar credibilidad y confianza a la audiencia?	Deben tener mucha precisión por eso la credibilidad forma parte de los medios que tienen trayectoria.	
3. ¿Qué tan importante debería ser la transmisión de contenidos de calidad en un noticiero?	Mientras más calidad pueda generar una expectativa mayor en la audiencia.	
Variable Dependiente		
1. ¿Es importante que en un noticiero o medio de comunicación aplique las normas de regulación voluntaria en sus contenidos?	Si todos los medios están sujetos a la ley no deberían afectar la libertad de expresión.	
2. ¿Debería un medio de comunicación cumplir las obligaciones con los medios audiovisuales según como dispone la Ley Orgánica de Comunicación?	Por supuesto, gracias a las redes sociales la radio ya no solo es radio, sino que proyecta imagen.	
3. ¿Los contenidos informativos deberían desarrollar un sentido crítico en la audiencia? ¿Por qué?	Es depende del contexto de cada persona, el medio genera más impacto.	

Elaborado por: Julexy Karina Perero González

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Juez Experto
C.I: 0913729257

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



Figura 17. Evidencia de entrevista a Javier Reyes Tipán



Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Comunicación

Entrevista

UPSE

Tema: Contenidos informativos del noticiero según la Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 FM. 2022.

Objetivo: Recopilar información de profesionales en comunicación sobre Contenidos informativos del noticiero "Ola Informativa" según la Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 FM, para obtener el respectivo aporte de la credibilidad de estos para beneficio de la audiencia.

Entrevistado: Sr. Allan Suárez.
Cargo: Presentador de Radio Récord.
Especialidad: Licenciado de Comunicación.
Entrevistador: Julexy Perero.

Entrevistado: Sra. María José Solís.
Cargo: Lcda. comunicación social.
Especialidad: Comunicación
Entrevistador: Julexy Perero González

Entrevistado: Sr. Javier Reyes Tipán.
Cargo: Locutor de Radio Antena 3.
Especialidad: Lic. en comunicación social.
Entrevistador: Julexy Perero González

Entrevistado: Sr. Javier

Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente		
1. ¿De qué forma debería manejar un noticiero sus textos informativos para tener precisión y veracidad?	sería ideal tener todas las herramientas tecnológicas para la transmisión de la información.	
2. ¿Cómo influyen los contenidos que transmite un medio de comunicación para generar credibilidad y confianza a la audiencia?	se debe ir a la fuente para que haya credibilidad e ir a la fuente.	
3. ¿Qué tan importante debería ser la transmisión de contenidos de calidad en un noticiero?	El periodista debe dar un contenido notificado.	
Variable Dependiente		
1. ¿Es importante que en un noticiero o medio de comunicación aplique las normas de regulación voluntaria en sus contenidos?	Se debe respetar la ley, no solo el contenido sino para quienes escuchan lo radio para evitar sanciones.	
2. ¿Debería un medio de comunicación cumplir las obligaciones con los medios audiovisuales según como dispone la Ley Orgánica de Comunicación?	Tienen que cumplir con las obligaciones porque se debe tener presencia la señal no solo llega a los hogares sino ya llega por el celular.	
3. ¿Los contenidos informativos deberían desarrollar un sentido crítico en la audiencia? ¿Por qué?	la audiencia debe interactuar deben dar la crítica sobre algún tema.	

Elaborado por: Julexy Karina Perero González

Lcdo. Ángel Alberto Matamoras Dávalos, PhD.
Juez Experto
C.I: 0913729257

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



Figura 18. Evidencia de entrevista a María José Solís.



Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Comunicación

Entrevista

UPSE

Tema: Contenidos informativos del noticiero según la Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 FM, 2022.

Objetivo: Recopilar información de profesionales en comunicación sobre Contenidos informativos del noticiero "Ola Informativa" según la Ley Orgánica de Comunicación en Radio Salinas 103.3 FM, para obtener el respectivo aporte de la credibilidad de estos para beneficio de la audiencia.

Entrevistado: Sr. Allan Suárez.

Cargo: Presentador de Radio Récord.

Especialidad: Licenciado de Comunicación.

Entrevistador: Julexy Perero.

Entrevistado: Sra. María José Solís.

Cargo: Lcda. comunicación social.

Especialidad: Comunicación

Entrevistador: Julexy Perero González

Reyes Tipán.

Cargo: Locutor de Radio Antena 3.

Especialidad: Lic. en comunicación social.

Entrevistador: Julexy Perero González

Entrevistado: Sr. Javier

Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente		
1. ¿De qué forma debería manejar un noticiero sus textos informativos para tener precisión y veracidad?	La noticia tiene que ser veraz, concreta e ir a la fuente para informar a la comunidad.	
2. ¿Cómo influyen los contenidos que transmite un medio de comunicación para generar credibilidad y confianza a la audiencia?	Lo importante es ser real, influye mucho lo que se opina porque llega a la audiencia.	
3. ¿Qué tan importante debería ser la transmisión de contenidos de calidad en un noticiero?	Es muy importante porque de eso depende la sintonía de cada medio.	
Variable Dependiente		
1. ¿Es importante que en un noticiero o medio de comunicación aplique las normas de regulación voluntaria en sus contenidos?	Sí, porque debemos dar un trabajo más debemos a la comunidad.	
2. ¿Debería un medio de comunicación cumplir las obligaciones con los medios audiovisuales según como dispone la Ley Orgánica de Comunicación?	Sí, en el tema de comunicación se debe ser capaz de dar información veraz, captar la audiencia.	
3. ¿Los contenidos informativos deberían desarrollar un sentido crítico en la audiencia? ¿Por qué?	Depende del caso si se puede dar una crítica constructiva.	

Elaborado por: Julexy Karina Perero González

Lcdo. Ángel Alberto Matamoras Dávalos, PhD.

Juez Experto
C.I: 0913729257

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador

Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131

www.upse.edu.ec

