



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA: ANÁLISIS DE CREDIBILIDAD MEDIO DIGITAL JUAN MOVIL,
ALFREDO BAQUERIZO MORENO DURANTE EL AÑO 2021.

AUTORA:

Analía Mariana León Bravo

TUTOR:

Master. Leticia Becilla

BABAHOYO - ECUADOR

2022



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Dedicatoria

El presente trabajo lo dedico principalmente a Dios por sobre todas las cosas, por ser el que me inspira y me da fuerzas diarias para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados en mi corazón.

A mis padres, por su amor, sacrificio diario en todos estos años de estudio, gracias a ellos por ser mi motivo y poder llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido y siempre lo será un orgullo tenerlos como padres y ser ese pilar fundamental que no me deja derrumbar.

A mi hijo, por ser esa motivación diaria que me ayuda a crecer y salir adelante diariamente, por darme el carácter y las fuerzas para continuar.

A mi hermano, por estar siempre presente, acompañándome y dándome apoyo moral, que nos brindamos día a día en cada etapa de nuestras vidas.

A todas esas personas que me han ayudado y han hecho que este trabajo sea un éxito en especial a todos aquellos que nos abrieron sus puertas y compartieron sus conocimientos.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Agradecimiento

Agradezco a Dios por sobre todas las cosas porque sin su tiempo y su propósito en mi nada de esto sería posible, por ser mi guía, ser mi fortaleza en esos momentos de dificultad y debilidad.

Gracias a mis padres: Enrique León S. y Beatriz Bravo R. a mi hijo Dominic Paredes León; por ser los principales motores que me ayudaron alcanzar esta meta.

Agradezco a todos los docentes de la Universidad Técnica de Babahoyo, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de esta preparación como profesionales, de manera especial a mi tutora Master. Leticia Becilla quien me ha guiado de manera muy paciente, y con toda la responsabilidad del caso como docente tutor, y a los habitantes de mi querido cantón quienes me ayudaron con su aporte en las encuestas realizadas.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Resumen

La comunicación digital hoy en día está en todo su apogeo, medida que el mundo en el que vivimos se actualiza la comunicación también se acopla a él. Por lo tanto, a nivel nacional e internacional este tipo de comunicación se emplea en todas las actividades que realiza el ser humano en su diario vivir. El aprovechamiento que presta y presenta un medio digital, es elocuente, la rapidez y su inmediatez, es fundamental en la sociedad actual, porque dependemos de los medios digitales para estar informados.

Es por eso que hasta los medios tradicionales han optado por darle uso también a esta nueva manera de comunicación, desarrollando e implementando, redes sociales, en las cuales emiten la información y contenidos en las diferentes plataformas digitales. Las cuales son más concurridas y son utilizadas para encontrar información detallada con solo darle un click y pueden tener conocimiento de la empresa o negocio.

Por lo tanto, este trabajo se centra en conocer la credibilidad del medio digital Jujan Móvil, del cantón Alfredo Baquerizo Moreno, a través del método cuantitativo realizando encuestas con los seguidores del medio digital, recopilando diferentes criterios donde se concluye que este medio posee un alto índice de credibilidad.

Palabras claves: comunicación, medios digitales, plataformas digitales, información, influencia, credibilidad, emisión de información.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



ABSTRAC

Digital communication today is at its peak, as the world in which we live is updated, communication is also coupled to it. Therefore, at a national and international level, this type of communication is used in all the activities carried out by human beings in their daily lives. The use that a digital medium provides and presents is eloquent, its speed and immediacy is essential in today's society, because we depend on digital media to be informed.

That is why even traditional media have chosen to also use this new way of communication, developing and implementing social networks, in which they broadcast information and content on different digital platforms. Which are more popular and are used to find detailed information with just a click and can have knowledge of the company or business.

Therefore, this work focuses on knowing the credibility of the digital medium Jujan Móvil, from the Alfredo Baquerizo Moreno canton, through the quantitative method, conducting surveys with the followers of the digital medium, compiling different criteria where it is concluded that this medium has a high credibility index.

Keywords: communication, digital media, digital platforms, information, influence, credibility, information broadcast.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Índice General

CONTENIDO	
DEDICATORIA	2
RESUMEN	4
ABSTRAC	5
ÍNDICE GENERAL	6
I. INTRODUCCIÓN	7
JUSTIFICACIÓN	8
OBJETIVO GENERAL	10
SUSTENTO TÉCNICO	10
TÉCNICA APLICADA PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	13
CONCLUSIONES	18
BIBLIOGRAFÍA	19
ANEXOS	20

I. Introducción

Este trabajo de investigación, es basado en analizar la credibilidad del medio digital Jujan Móvil en el periodo 2021. Un medio de comunicación digital, es una plataforma de comunicación y entretenimiento derivados de la digitalización de los contenidos, basados en acontecimientos diarios dados por personas o empresas, por esta razón son actualmente los más utilizados y se han convertido en una herramienta fundamental para emitir información, y de esta manera influyendo en el consumidor.

Analizando y viendo la utilización de este tipo de plataforma digital que emite contenido diario de acontecimientos se hace énfasis en qué forma influye el medio digital Jujan móvil en la comunidad

Jujan Móvil nace como un medio de comunicación digital el 20 de diciembre de 2016, ante la carencia de medios tradicionales locales y la necesidad de mantener informado a la comunidad jujeña. Su contenido es dedicado a la difusión de información local, sea esta política, comunitaria, deportiva, crónica, el restante porcentaje es de carácter nacional e internacional. También cuenta con la sección “Sociales” donde hacen énfasis en la publicación del cumpleaños del día, felicitaciones a graduados.

Actualmente Jujan Móvil se ha consolidado, como un medio de comunicación con alto porcentaje de credibilidad y aceptación dentro del poblado, cuenta con 24 mil seguidores y forma parte de la compañía Baldía S. A.S, durante el 2021 generó diversos contenidos que impactaron a la comunidad jujeña.

Teniendo conocimiento la línea de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, comunicación lenguaje, y estilos periodísticos y la sub línea medios de comunicación y su influencia en la calidad de vida de los ciudadanos, este trabajo, identifica según lo que transmita este medio en noticias y acontecimientos, teniendo en cuenta la credibilidad a la sociedad lectora que es receptora de cada publicación que se emite por este medio digital.

Validando que esta plataforma digital, le da la respectiva importancia a los hechos que se dan a nivel local como primer plano, sin dejar a un lado los sucesos que tienen relevancia y que enganchan a nivel provincial, nacional e internacional.

Por último, se conocerá si la comunidad que sigue este medio digital, tiene un impacto en cada publicación, teniendo en cuenta el contexto que emite la información y confiando en la veracidad de las publicaciones, ya que de esta manera influye de forma positiva en la sociedad lectora de nuestro medio digital Jujan Móvil.

Desarrollo

Justificación

El presente estudio de caso analizará los medios digitales en la vida cotidiana, mostrando la importancia del avance de las nuevas tecnologías de la información y sobretodo en la inserción de los medios digitales en la vida cotidiana, ya que esta es rápida y eficaz. Es evidente que el periodismo mantiene comunicada a la sociedad, pero surgen tensiones entre lo que se debe comunicar y cómo se lo debe comunicar, por cuanto deja en tela de juicio la credibilidad del medio que lo expresa, los medios de comunicación digitales cumplen un rol importante en la sociedad, por la falta de verificación de la fuente de la información muchas veces tiende a desinformar o en algunos casos, a dejar de enunciar lo realmente importante prevaleciendo el entretenimiento.

Este estudio de caso, se realiza con el fin de demostrar el escenario actual de los medios de comunicación en Ecuador, no necesariamente tiene que ver con la crisis económica y financiera, se relaciona con el contexto político, económico, social, cultural y deportivo que se les proporciona.

Prevalece cómo se informa sobre los diferentes aspectos, muchas veces motivado por diferentes agentes, entre los cuales se evidencia la presión de los

directores de medios, anunciantes y algunas instituciones públicas e incluso gobierno. En este contexto, el tema de la credibilidad de los medios digitales sigue constituyendo un factor determinante en la actual coyuntura que está constituido principalmente por la opinión pública.

La credibilidad de los medios digitales es un tema de índole social, para la comunidad lectora los medios digitales se han creado como lugar de mediación entre la sociedad y el gobierno, provocando así que la opinión ciudadana se vea contraria a los sistemas gubernamentales. Mirar la credibilidad de los medios digitales, entonces, supone entender cómo la sociedad receptora los relaciona; es decir, que es la opinión pública quien juzga la credibilidad y confiabilidad de la información.

La investigación enfatiza el rol de los lectores o seguidores de la información de los medios digitales y los aspectos en juego, como la veracidad, contextualización, rigor informativo, además de la responsabilidad periodística que lamentablemente también es cuestionada por las publicaciones que se realizan.

El interés del presente proyecto se centra no necesariamente en los conflictos Estado-medio, sino, sobre todo, en cómo los medios de comunicación se refieren a la realidad política, económica, social, cultural y deportiva de Ecuador. Su espectro es más amplio porque implica averiguar cómo se construye el imaginario de la realidad alrededor de estos temas en el país.

Es fundamental conocer la opinión que tienen los usuarios del medio Digital Jujan Móvil, ver cómo perciben su contenido, además indagar si lo consideran un medio con credibilidad, esta información se obtiene mediante encuestas digitales. De esta manera poder concluir recomendaciones y aspectos que deben tener en cuenta.

Objetivo general

Determinar la credibilidad del medio digital “Jujan Móvil” en el cantón Alfredo Baquerizo Moreno durante el año 2021.

Sustento teórico

A continuación, se expone el sustento teórico del presente estudio de caso donde se recopilan teorías y criterios fundamentales sobre la credibilidad de los medios digitales como plataformas de comunicación, los cuales sirven de forma muy significativa para el análisis y comprensión del presente estudio de caso.

Los medios digitales son espacios en los que se genera la comunicación y el intercambio de información entre usuarios y productores de contenidos digitales, ya sean empresas, *bloggers* o sitios de noticias. (Da Silva, 2019)

Los medios digitales son aquellos formatos a través de los cuales se puede crear, observar, transformar y conservar la información en una gran variedad de dispositivos electrónicos digitales. Por ejemplo: las imágenes digitales, videos digitales; videojuegos, páginas web y sitios web. Los medios de comunicación social, las bases de datos, los audios digitales y libros electrónicos son medios digitales. (Acosta Aguilar, 2018).

Según (Tramullas, 2021) la evaluación de la credibilidad se encuadra en un proceso continuo de cambio, obteniendo así resultados generales que nos ayudan a mejorar el desempeño y técnicas empleadas en las diferentes publicaciones que observan nuestros lectores. “Estudios sobre la credibilidad de Wikipedia: una revisión”

Facebook, es actualmente la red social gratuita más popular a nivel mundial perteneciente a la plataforma Meta, esta empresa cuenta con una amplísima interfaz

publicitaria, en la que los anunciantes disponen de todo tipo de opciones para promocionar sus contenidos o presentar sus productos y servicios, puesto que todo el mundo puede acceder a nuestros contenidos y a lo que se publica.

Según (Salvat, 2021) el resultado de los informes falsos de la población, y la mala desinformación que no faltaba, la confianza y la credibilidad tenía desniveles es por esto que el periodismo ciudadano, ese que se lo hace en la calle producía un acercamiento y una inmediatez a los hechos que ocurrían. “El lugar del periodismo ciudadano desde la credibilidad y la confianza”

(Sepulveda, 2015), explica que Facebook es una red social que se puede utilizar como punta de lanza para las ventas, ya que puede ser la carta de presentación para los clientes, si no se tiene un sitio web propio. Con una página de Facebook puedes darte a conocer y utilizarlo como referencia para que los clientes vean tu producto o servicio.

Según (Soler-Adillon, 2017) la comunicación es importante en todo momento ya que damos y planteamos diferentes puntos de vistas según la perspectiva de cada persona “la comunicación interactiva ha tomado un papel cada vez más importante en la mayoría de procesos comunicativos”.

(Cazar Dávila, 2017) la nueva tecnología trajo consigo nuevos espacios periodísticos que brindan información y receptan sinfín de contenidos, y su vez son retos nuevos a los cuales se enfrentan las diferentes páginas que emiten diferentes tipos de informaciones al lectorado. “Análisis sobre el derecho a la comunicación, ética y retos del periodismo en los medios nativos digitales ecuatorianas”.

Según (Morales-Vargas A, 2022) la falta de confianza en los contenidos que nos presenta el internet, la falta desinformación, noticias falsas afecta mucho a la prensa a nivel mundial y es por eso que las personas siempre buscan paginas confiables que tengan autor y bibliografías para verificar y tener confianza en lo que muestran “Calidad

web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza”.

(Rodríguez-Fernández, Martínez-Fernández, & Juanatey-Boga, 2020) la transformación ha propiciado que todos los medios tradicionales emigren de una manera brutal y se adapten a la nueva modalidad digital, para así compartir toda su información que a lo largo de los años llevaron con empatía a la ciudadanía y que siempre ha tendido una aceptación por su buena información y credibilidad que ofrecían “Credibilidad en la prensa online: estrategia para la diferenciación y generación de audiencias”.

Según (Mayoral, Parratt, & Morata, 2019) el periodismo ha vivido a lo largo del tiempo con desinformación y mal manejo de noticias falsa, esto tiene como consecuencia la pérdida de credibilidad periodística. Por eso en la actualidad los medios digitales siempre buscan fuentes claras y sobre todo reales antes de publicar alguna noticia que acontezca “Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica”

(ANCHUNDIA MANTUANO, 2019) la credibilidad de los medios lo verificamos realizando encuesta al lectorado, porque ellos son la pieza clave de una página digital y sus contestaciones nos facilitan la respuesta para comprobar en que estamos fallando o tenemos que mejorar en algún aspecto “la credibilidad de los medios digitales ecuatorianos: estudio aplicado a los estudiantes de la ULEAM”

Según ([1] & [1], 2019) la mayor parte de noticias se comparten por redes sociales Facebook, actualmente por la nueva era de la comunicación, teniendo en cuenta que ahora la comunidad que sigue estas páginas ya no solo se queda con una fuente de averiguación, si no que ahora siempre busca la verdad, verificando si todas dan la información parecida y ellos analizan la autenticidad que leen “La credibilidad de las noticias digitales”.

(Castillo-Yépez & Quezada, 2019) los manejos de los medios de comunicación en el entorno digital siempre buscan la credibilidad de la investigación para as ser aceptados en las diferentes plataformas digitales de información “Entornos digitales y credibilidad en los medios en época de la posverdad”.

Jujan Móvil es un medio de comunicación digital creado el 20 de diciembre de 2016, con el fin de mantener informado a la comunidad del cantón, contiene información de carácter local, crónica, político, deportivo, social y actividades culturales. Su fundador el Lcdo. Marlon Goya, periodista reconocido dentro del cantón, manifestó que Jujan Móvil se ha consolidado como un medio de comunicación con alto porcentaje de credibilidad y aceptación dentro del poblado, cuenta con **24 mil** seguidores, siendo su principal plataforma informativa la red social Facebook, en donde se puede crear, visualizar y distribuir contenido.

La credibilidad es aquello que damos por cierto o real, es eso que consigue que no tengamos que imponernos ni ser autoritarios, porque simplemente con nuestros argumentos conseguimos ser convincentes y la gente nos cree.

Técnica aplicada para la recolección de la información

Para la ejecución del presente proyecto de estudio de caso, fue indispensable darles un enfoque mixto, es decir cuantitativo y cualitativo, utilizando el método descriptivo para la recolección de datos se empleará una encuesta.

El enfoque cuantitativo recoge y analiza datos. Es un proceso riguroso cuidadoso y sistematizado, ayuda a resolver problemas buscando soluciones. Es el proceso de consolidación Con la finalidad de analizar los conflictos sociales y el hecho económico como Universo complejo. (JL., 2018). Permite hallar los resultados del problema de investigación, con la precisión de los resultados de la encuesta se recogerán datos necesarios para medir la credibilidad del medio digital Jujan Móvil, a la vez se puede

obtener datos sobre la apreciación masiva del periodismo digital por parte de los usuarios.

El enfoque cualitativo se realizó a través de una ficha de observación en la cual se seleccionaron varias publicaciones del medio digital. Dentro de las observaciones que se hicieron, fue la identificación de que tipos de publicaciones son las que tienen mayor aceptación de sus usuarios/seguidores.

Se realizó un cuestionario con diez preguntas para aplicar la encuesta, la misma que se realizó de manera digital a los usuarios seguidores del medio Jujan Móvil, se utilizó el formulario de google y se divulgó a través de la red social Facebook.

La encuesta fue aplicada en el mes de marzo, el tipo de muestreo fue por conveniencia y el tamaño de la muestra constó de 379 usuarios/seguidores de la página Jujan Móvil considerando que la población de este cantón es de 28500 habitantes, para de esta manera tener un 95% de confianza en los datos obtenidos.

Muestreo por Conveniencia:

(Latinoamérica", 2021) El muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilístico y no aleatorio utilizada para crear muestras de acuerdo a la facilidad de acceso, la disponibilidad de las personas de formar parte de la muestra, en un intervalo de tiempo dado o cualquier otra especificación práctica de un elemento particular.

Ficha de observación:

(Fernández, 2005) La observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable del comportamiento o de la conducta manifiesta, la cual puede utilizarse en muy diversas circunstancias (Hernández et al, 2003). Con los métodos o técnicas de observación el investigador participa mirando, registrando y analizando los hechos de interés (Blaxter et al, 2000).

Resultados Obtenidos

Después de realizar la encuesta a los usuarios/seguidores de la página del medio digital Jujan Móvil se pudo obtener como resultado que este medio, si tiene credibilidad por parte de sus usuarios.

Los resultados obtenidos mostraron que los usuarios manifiestan su aceptación en las publicaciones realizadas no solo visualizándolas de manera recurrente sino también reaccionando a estas, ven el medio digital Jujan Móvil del cantón Jujan como un medio de comunicación confiable, con periodismo comprometido, además de que se ha mantenido vigente en las redes sociales a través de los años con un alto índice de popularidad. Cabe mencionar que entre las publicaciones que las personas más les interesa en dicho medio son las de carácter sociales y culturales.

Analizando las encuestas realizadas y verificando los datos de acuerdo a las respuestas de nuestra comunidad digital se conoce en la primera pregunta que se efectuó que el 87,3 % los que consumen el medio digital Jujan móvil recalando que no todos son habitantes del cantón, y el 12,7% no lo consumen.

La segunda pregunta refleja que la aceptación del medio es excelente no solo por lo que publica, sino también por el tiempo que tiene en el medio digital por redes sociales es por aquello que el 90,5% mencionò que Jujan móvil si es una página donde transmiten información, los porcentajes restantes dijeron tal vez y otros dijeron que no.

En la tercera pregunta se conoció que si visualizan de manera recurrente el medio digital obteniendo como respuesta un buen porcentaje de aceptación como fue el 69,8%, en otra opción obtuvimos el 20,6% que no son tan recurrentes visualizando por la falta de tiempo y el porcentaje restantes fue que no son consumidores.

La cuarta pregunta fue que, si las fuentes de información del medio son confiables obteniendo como resultado un porcentaje muy favorable el cual fue el 60,3%, el 36,5% optaron por un tal vez, el porcentaje restante dijeron que no.

La quinta pregunta menciona que consideran importante que sean reveladas las fuentes de información que utiliza el medio para poder comprar los acontecimientos que suceden teniendo como resultado el 55,6% los cuales dijeron que sí, el 22,2 dijeron que tal vez, el porcentaje restante dijeron que no es necesario publicar las fuentes.

La sexta pregunta muestra que, si los consumidores son de las personas que comparten la publicación que se realizan teniendo como resultado 52,4% de una a veces, el 19% de casi siempre comparten la información que visualizan, 17,5% de casi nunca comparten y el porcentaje restante que fue 11,1% de las personas que siempre comparten todo lo que publica el medio.

La séptima pregunta considera relevante los comentarios en las publicaciones obteniendo como resultado el 50,8% que si es importante cada comentario y así pueden saber lo que piensa el consumidor de la página, el 31,7% dijeron que tal vez les parece relevante, el 17,5% seleccionaron la respuesta de no.

La octava pregunta demuestra que las publicaciones del medio digital influyen en los consumidores teniendo como resultado positivo el 57,1% que dijeron que sí, el 31,7% dijeron que tal vez influye y el 11,1% dijeron que no influye.

La novena pregunta destaca si los medios digitales tienen mayor impacto que los medios tradicionales obteniendo como resultado el 82,5% que si porque en la actualidad la

mayor parte de las personas consumen información por redes sociales o páginas web, el 15,9% eligieron la opción de tal vez, y el porcentaje restante fueron los que dijeron que no.

Como última pregunta el resultado es si les gustaría consumir en el medio digital Jujan móvil los cuales los porcentajes fueron divididos de las siguientes maneras el 39,7% eligieron las publicaciones sociales, el 23,8% les gustaría más lo cultural, el 20,6% les interesa más lo político y como última opción quedó la crónica con el 15,9%.

Se llevó a cabo una ficha de observación en donde se obtuvo evidencia que consta y garantiza la interacción de los usuarios en el medio digital Jujan Móvil. Se verificó de forma detallada las secciones que brinda este espacio informativo, cuenta con varios segmentos, entre ellos son: sección de noticias locales, noticias sociales, política y deportes.

Dentro de las observaciones que se identificó que en esta plataforma digital las interacciones aumentan cuando la información es sobre noticias locales o noticias sociales existe un interés aceptable dentro de las publicaciones, evidenciando los likes, comentarios y compartidas. La sección de deportes y política no se evidencia mayor interacción de parte de los usuarios.

Conclusiones

El presente estudio de caso buscaba determinar la credibilidad del medio digital “Jujan Móvil” en el cantón Alfredo Baquerizo Moreno durante el año 2021, para lo cual se puede concluir que este medio posee un alto índice de credibilidad entre sus usuarios, lo cual se ve reflejado en la aceptación de sus publicaciones, para sus usuarios/seguidores este ha sido un lugar de mediación entre las noticias y la comunidad, provocando así que la opinión ciudadana sea considerada en cada una de sus publicaciones, lo cual genera diferentes posiciones, algunas veces contraria a los sistemas gubernamentales, pero siempre respetando el criterio de cada uno de ellos.

Como conclusión final, se apreció que las redes sociales no son una intimidación si no una gran oportunidad para muchos ciudadanos, para llegar a cada rincón con una publicación hablando de cualquier tema (político, cultural, crónica, deporte, etc.) logrando así respeto y credibilidad en todo momento, sin vulnerar el derecho de los comunicadores que hacen su trabajo en la calle, en estudio o por medios tradicionales.

Bibliografía

- [1], T. S.-A., & [1], T. H. (2019). La credibilidad de las noticias digitales. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 71-80.
- Acosta Aguilar, C. P. (2018). Medios digitales: herramientas útiles para el crecimiento de las empresas. *Entreperiodistas*, <http://www.entreperiodistas.com/medios-digitales-herramientas-utiles/>.
- ANCHUNDIA MANTUANO, S. G. (2019). LA CREDIBILIDAD DE LOS MEDIOS DIGITALES ECUATORIANOS: ESTUDIO APLICADO A LOS ESTUDIANTES DE LA ULEAM. *ULEAM*, 59.
- Castillo-Yépez, C. [., & Quezada, L. [(2019). Entornos digitales y credibilidad en los medios en época de la posverdad. *Dialnet*, 90-101.
- Cazar Dávila, A. G. (2017). Análisis sobre los derechos a la comunicación, ética y retos del periodismo en los medios nativos digitales ecuatorianos. *Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana*, 9.
- Da Silva, F. G. (17 de Mayo de 2019). Los medios digitales.
- Fernández, L. (2005). ¿Cuáles son las técnicas de recogida de información? *Butlletí LaRecerca*, 2-3.
- JL., C. (2018). Investigación cualitativa y cuantitativa. *Problemas no resueltos en los debates actuales*, 1-6.
- Latinoamérica", ". d. (2021). ¿Qué es el muestreo por conveniencia? *QuestionPro*, 1-3.
- Mayoral, J., Parratt, S., & Morata, M. (2019). Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica. *Historia y comunicación social*, 395-409.
- Morales-Vargas A, P.-J. R. (2022). Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza. *Revista latina de comunicacion* , 39-63.
- Rodríguez-Fernández, M.-M., Martínez-Fernández, V.-A., & Juanatey-Boga, Ó. (2020). Credibilidad en la prensa online: estrategia para la diferenciación y generación de audiencias. *Profesional de la Información EPI*, 6.
- Salvat, G. (2021). El lugar del periodismo ciudadano desde la credibilidad y la confianza. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 639-648.
- Sepulveda, M. (26 de julio de 2015). *Questionpro.com*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/facebook-para-pymes/>
- Soler-Adillon, J. (2017). «Tres conceptos clave en medios digitales». *HTXT15*, 1-9.
- Sordo, A. I. (s.f.). Obtenido de hubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/recoleccion-de-datos>
- Tramullas, F. C. (2021). Estudios sobre la credibilidad de Wikipedia: una revisión. *Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria*, 187-204.

Anexos

Anexo 1. Pruebas de instrumento aplicado mediante la técnica de encuesta.



Anexo 2. Ficha de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN				
BABAHOYO - PERIODO 2021-2022				
TIPO DE PUBLICACIONES	ASPECTOS A EVALUAR			OBSERVACIONES
	COMENTARIOS POSITIVOS	REACCIONES: LIKES	USUARIOS COMPARTEN INFORMACION	
NOTICIAS LOCALES	X	X	X	EN VARIAS DE SUS PUBLICACIONES LOS USUARIOS INTERACTUARON ENTRE ELLOS
CRONICA		X		MUY POCAS REACCIONES Y COMENTARIOS
SOCIALES	X	X	X	SON LAS PUBLICACIONES MAS COMENTADAS Y COMPARTIDAS
DEPORTES		X		SE REALIZAN TRANSMISIONES DE PARTIDOS DE FUTBOL, PERO LOS OSUARIOS POCO INTERACTUAN
POLITICA		X	X	EN ALGUNAS DE ESTAS PUBLICACIONES LOS USUARIOS INTERACTUABAN ENTRE ELLOS Y CADA UNO EMITÍA SU CRITERIO



Anexo 3. Modelo del cuestionario de encuesta

MODELO DE CUESTIONARIO

Título: Encuesta dirigida a usuarios/seguidores del Medio Digital Jujan Móvil para determinar su credibilidad en el cantón Alfredo Baquerizo Moreno durante el año 2021.

1. ¿Es usted consumidor de contenidos de la página Jujan móvil?

Si

No

2. ¿Considera usted la página de Jujan Móvil como medio digital de información?

Si

No

3. ¿Usted visualiza de manera recurrente las publicaciones del medio digital Jujan Móvil?

Si

No

4. ¿Cree usted que las fuentes de información del medio Jujan Móvil son confiables?

Si

No

5. ¿Usted considera importante que los medios digitales revelen sus fuentes al momento de postear sus publicaciones?

Si

No

6. ¿Con qué frecuencia usted comparte información publicada en los medios digitales?

Nunca

Poco

Frecuentemente

7. ¿Usted considera relevante los comentarios que los usuarios realizan en las publicaciones de los medios digitales?

Si

No

8. ¿Cree usted que las publicaciones del medio digital Jujan Móvil influyen de alguna manera en sus usuarios/seguidores?

Si

No

9. ¿Considera usted que los medios digitales tienen mayor impacto en la comunidad que los medios tradicionales?

Si

No

10. ¿Qué tipo de contenido le interesaría visualizar en el medio digital Jujan Móvil?

Crónica

Político

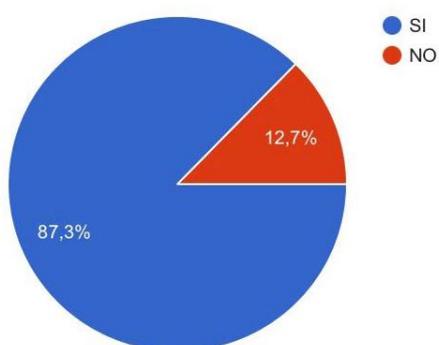
Cultural

Sociales

Anexo 4. Resultados obtenidos en la encuesta con sus respectivos porcentajes

Pregunta 1:

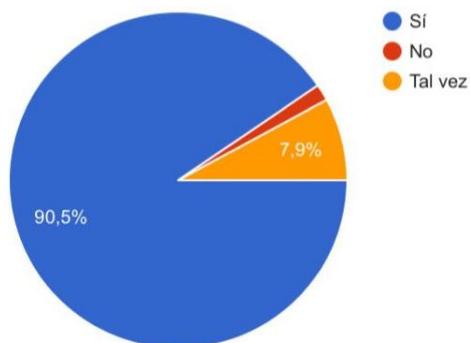
¿Es usted consumidor de contenidos de la página Jujan móvil?



En esta pregunta el 87,3% son consumidores de este medio de comunicación Jujan móvil, y el 12,7 % no consumen este medio digital.

Pregunta 2:

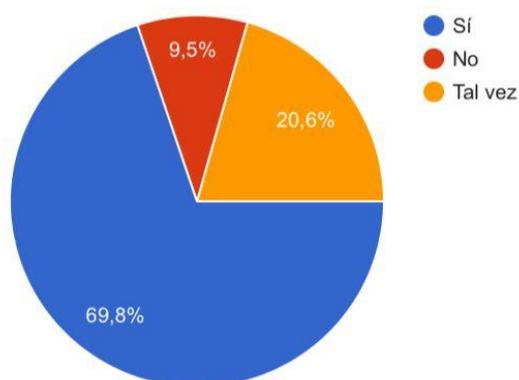
¿Considera usted la página de Jujan Móvil como medio digital de información?



En esta pregunta el 90,5% los consumidores consideran que Jujan móvil es un medio de información, el 7,9% de los consumidores este medio digital seleccionar la opción talvez, y el 1,6% dijeron que no es un medio de información.

Pregunta 3:

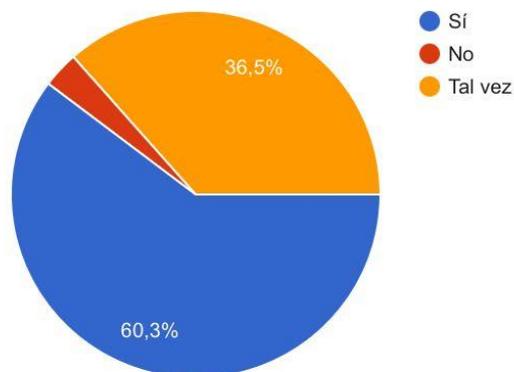
¿Usted visualiza de manera recurrente las publicaciones del medio digital Jujan Móvil?



En esta pregunta el 69,8% de consumidores visualizan de manera recurrente las publicaciones de Jujan móvil, el 20,6% seleccionar la opción talvez, y el 9,5% dijeron que no son muy recurrentes en visualizar las publicaciones.

Pregunta 4:

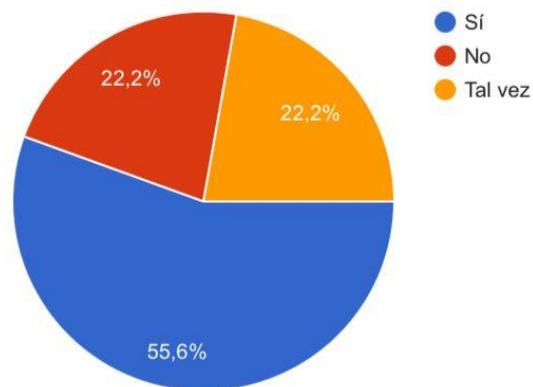
¿Cree usted que las fuentes de información del medio Jujan Móvil son confiables?



En esta pregunta el 60,3% de consumidores eligieron que las fuentes del medio de información son confiables, el 36,5% seleccionar la opción tal vez, y el 3,2% dijeron que no son fuentes confiables las que utiliza medio.

Pregunta 5:

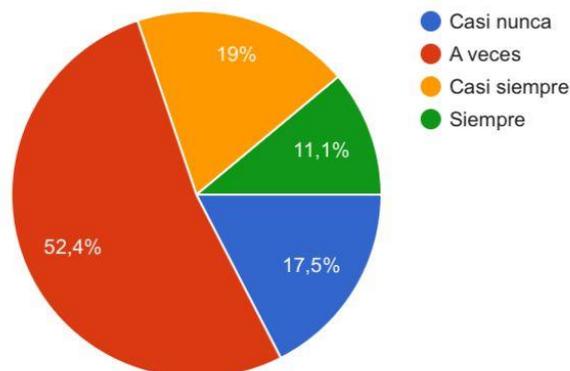
¿Usted considera importante que los medios digitales revelen sus fuentes al momento de postear sus publicaciones?



En esta pregunta el 55,6% de consumidores eligieron que deberán revelar las fuentes al momento de hacer las publicaciones, el 22,2% seleccionar la opción tal vez, y el 22,2% dijeron que no se puede revelar fuentes por resguardo más que todo.

Pregunta 6:

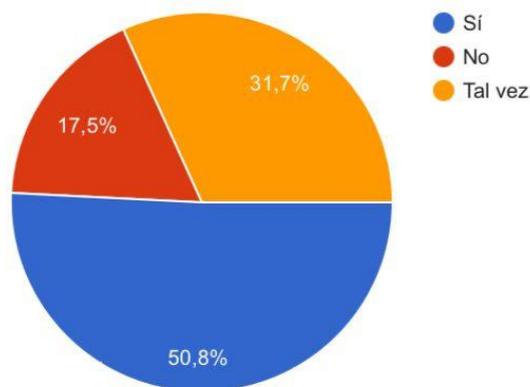
¿Con qué frecuencia usted comparte información publicada en los medios digitales?



En esta pregunta el 52,4% de consumidores son los que a veces comparte la información publicada, el 19% seleccionan la opción casi siempre, el 17,5% dijeron que no comparten la información publicada, y el 11,1% son los que siempre comparten y tienen mayor interactividad con la página.

Pregunta 7:

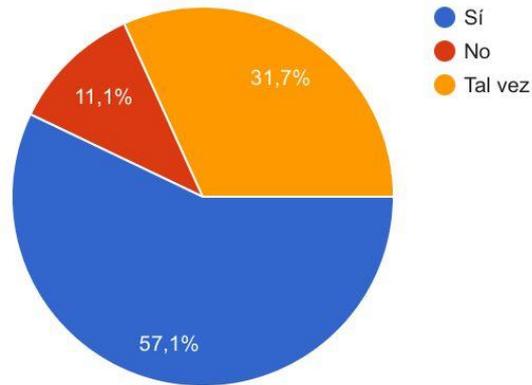
¿Usted considera relevante los comentarios que los usuarios realizan en las publicaciones de los medios digitales?



En esta pregunta el 50,8% consideran relevantes los comentarios en las publicaciones, el 31,7% seleccionan la opción tal vez, y el 17,5% dijeron que no para evitar confrontaciones y malos entendidos.

Pregunta 8:

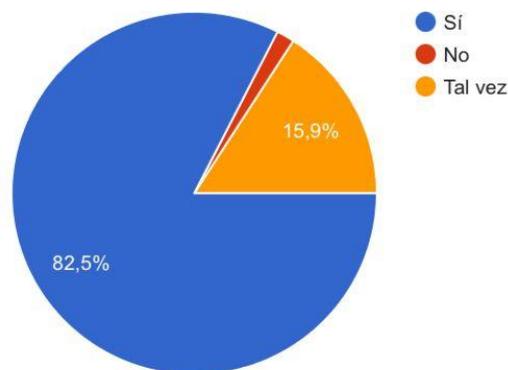
¿Cree usted que las publicaciones del medio digital Jujan Móvil influyen de alguna manera en sus usuarios/seguidores?



En esta pregunta el 57,1% consideran que las publicaciones influyen de alguna manera en los lectores, el 31,7% seleccionaron la opción tal vez, y el 11,1% dijeron que no influye en el lectorado.

Pregunta 9:

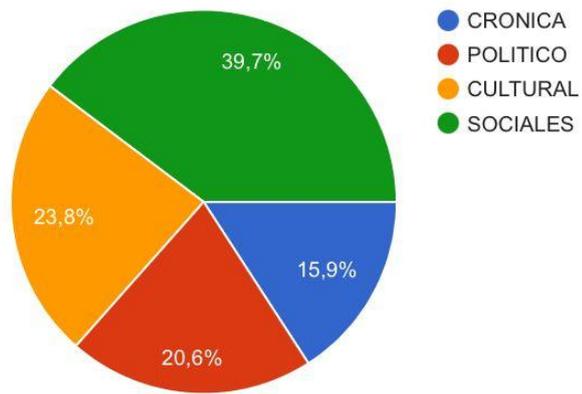
¿Considera usted que los medios digitales tienen mayor impacto en la comunidad que los medios tradicionales?



En esta pregunta el 82,5% consideran que tiene mayor impacto un medio digital, el 15,9% seleccionaron la opción tal vez, y el 1,6% dijeron que no tiene impacto incluso que para ellos es mejor el tradicional.

Pregunta 10:

¿Qué tipo de contenido le interesaría visualizar en el medio digital Jujan Móvil?



En esta pregunta el 39,7% les interesa visualizar contenido social, el 23,8% selecciono contenido cultural, el 20,6% le gustaría visualizar más político, y el 15,9% le gustaría ver más crónica.