



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



**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA**

LA DESINFORMACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU  
AFECTACION EN LA OPINION PÚBLICA.

**AUTORA:**

CARMEN NATHALY VERDUGA MEJÍA

**TUTORA**

LCDA. ROSA NAVARRETE MSC.

**QUEVEDO- LOS RÍOS – ECUADOR**

**2022**



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



## RESUMEN

Los medios de comunicación, son consideradas poderosas herramientas eficientes de comunicación que permiten estar informados de todo lo que sucede en el mundo entero, cumpliendo con la normativa que les corresponde entregar una información, real, objetiva, honesta, precisa, funciones esenciales que resaltan el buen periodismo. La presente investigación, tiene como *objetivo Determinar como la desinformación en los medios de comunicación afectan la opinión pública*, al ser medios de libre expresión, algunos de ellos transgreden y manipulan la información obedeciendo a intereses de terceras personas, para cambiar la opinión pública, lo cual falta a su ética profesional, obteniendo el riesgo de ser sancionados, como lo demanda la ley en el artículo 362 de la Constitución de la República del Ecuador, que indica que la difusión de noticias falsas puede incurrir en sanciones legales. El proyecto que se desarrolla tiene un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo porque permite aplicar métodos, tipos de investigación y técnicas que recolectan, seleccionan y analizan los datos que se obtendrán a lo largo del estudio para posteriormente hacer las observaciones correspondientes y exponer los resultados finales que serán sustentados con base en los objetivos planteados.

**Palabras clave:** Desinformación, medios de comunicación, Opinión pública



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



### **ABSTRACT**

The media are considered powerful efficient communication tools that allow them to be informed of everything that happens in the whole world, complying with the regulations that correspond to them, to deliver information that is real, objective, honest, precise, essential functions that highlight the good journalism. The *objective of this research is to determine how misinformation in the media affects public opinion*, being free expression media, some of them transgress and manipulate information obeying the interests of third parties, to change public opinion, what which lacks their professional ethics, obtaining the risk of being sanctioned, as required by law in article 362 of the Constitution of the Republic of Ecuador, which indicates that the dissemination of false news may incur legal sanctions. The project that is developed has a mixed, qualitative and quantitative approach because it allows the application of methods, types of research and techniques that collect, select and analyze the data that will be obtained throughout the study to subsequently make the corresponding observations and present the final results. that will be supported based on the stated objectives

**Keywords:** Disinformation, mass media, public opinion

## 1. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación, son consideradas poderosas herramientas eficientes de comunicación que permiten estar informados de todo lo que sucede en el mundo entero, cumpliendo con la normativa que les corresponde entregar una información, real, objetiva, honesta, precisa, funciones esenciales que resaltan el buen periodismo, caracterizándose en dar a conocer los comunicados más importantes que han pasado a formar parte de la historia de la humanidad. El periodista tiene un compromiso con la verdad y un deber con la sociedad que le demanda la ley, transmitir la información de manera transparente, sin alterar, ni manipular la verdad cualquiera que está fuera y de donde procediera, resaltando las cualidades de su buen ejercicio por encima de los intereses personales que pudieran existir.

La primera vez que aparece el periodismo en Ecuador fue el 5 de enero de 1792, circulando el primer ejemplar bajo supervisión del reformista Eugenio Espejo en la ciudad de Quito, posteriormente aparecieron diversos periódicos matutinos y vespertinos que se enfocaban y especializaban en informar los diferentes eventos que se desarrollaban en la ciudad y a nivel nacional. De esta forma la prensa en Ecuador creció y se fortaleció, por muchos años monopolizaron la transmisión de información decidiendo lo que se debía de informar al público espectador,

La presente investigación, se centra en determinar como la desinformación en los medios de comunicación afectan la opinión pública. Para nadie es un secreto la poca credibilidad y aceptación que tienen los medios de comunicación nacional, ya sea radio, televisión, o periódico, estos resultados se deben en que de cierta manera la prensa del Ecuador ha colaborado para ganarse apelativos tales como hoy en día le vociferan tildándola de “Prensa

corrupta” sus continuas intervenciones en eventos políticos ha influido para que desinforme obedeciendo intereses personales con el objetivo de afectar la opinión pública algo que por muchos años logro hasta el surgimiento de las eficientes herramientas de comunicación alternativas que brindan la oportunidad de que el ciudadano pueda observar lo que en realidad sucede de forma directa no lo que el periodista le quiere informar.

Si hoy en día, se pregunta a cualquier ciudadano que opinión tienen de los medios de comunicación nacional, no dudaran de tildarlos que se especializan en desinformar y manipular lo que comunican. El amarillismo y sensacionalismo son herramientas que utilizan los medios de comunicación nacional para captar la atención del público lector, oyente y televidente, siendo muy criticada por los medios internacionales, el cual les acusa de violar la libertad de prensa, derecho al ciudadano de estar informado, sirviendo a intereses personales sobre todo de revanchismo políticos, usando de esta forma los medios de comunicación para generar un clima de hostigamiento injusto y querer cambiar la percepción del público que observa

El proyecto que se desarrolla tiene un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo porque permite aplicar métodos, tipos de investigación y técnicas que recolectan, seleccionan y analizan los datos que se obtendrán a lo largo del estudio para posteriormente hacer las observaciones correspondientes y exponer los resultados finales que serán sustentados con base en los objetivos planteados.

## **2. DESARROLLO**

### **2.1 DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO**

La desinformación en los medios de comunicación y sus efectos en la opinión pública.

### **2.2 JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación tiene el propósito, de determinar la desinformación en los medios de comunicación y su afectación en la opinión pública. Actualmente, la prensa en Ecuador no goza de una excelente reputación ni aceptación, donde muchos de los ciudadanos no creen en su veracidad, ni honestidad en los reportes y noticias que publican, a tal extremo de tildarla con apelativos como “Prensa corrupta” por verse inmiscuida en revanchismo político, a favor de ciertas concentraciones gubernamentales, algunos de los medios de comunicación social recurren a estrategias del sensacionalismo para captar la atención, con titulares de tamaños y colores exagerados utilizando la “jerga popular” con tal de influir en la opinión de las personas, porque buscan cambiar la tendencia y preferencia de la sociedad en general.

El desarrollo de la investigación es trascendental, por la importancia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, debido a que son importantes herramientas de información, por lo cual se exige que prediquen y apliquen los códigos deontológicos del periodismo que regulan el comportamiento y tratamiento a la información teniendo en claridad, precisión entre información y opinión, además que cada una de las publicaciones procedan de fuentes confiables, ejerciendo un periodismo imparcial, comprometidos con la

verdad sin importar de donde está proceda, evitando la manipulación y desinformación la cual muchos medios de comunicación comparten características que en consecuencias son identificados.

A través de la investigación se busca beneficiar, a la sociedad en general en no dejarse manipular a través de la desinformación que algunos medios de comunicación suelen manejar, utilizando otras formas de informarse como la comunicación alternativa para conocer la verdad de lo que se notifica, también se beneficiará los estudiantes de la carrera de comunicación social quienes podrán observar, analizar y realizar su propia crítica constructiva de cómo no hacer periodismo sensacionalista evitando de esta forma la omisión, manipulación o el falseamiento de la información que es una falla grave que transgrede contra la esencia de la actividad periodística.

## **2.2 OBJETIVO**

### **General**

- ✓ Analizar la desinformación en los medios de comunicación y su afectación en la opinión pública.

### **2.2.1 Específicos**

- ✓ Establecer que impacto tiene en la opinión pública en los medios de comunicación.
- ✓ Determinar de qué manera se presenta la desinformación causada por los medios de comunicación y como afecta en la opinión pública.

- ✓ Indicar como la desinformación que ejercen algunos de los medios de comunicación afecta la opinión pública.

## **2.3 SUSTENTO TEÓRICO**

### **2.3.1 Marco contextual**

### **2.3.2 Medios de comunicación**

El medio de comunicación consiste en distribuir, transmitir, hacer llegar el contenido de la comunicación a un público deseado. Para lograrlo, debe ser capaz de generar una audiencia, captar y mantener su atención para que el mensaje efectivamente le llegue.

La función de los medios de comunicación masiva puede analizarse con relación al papel que juegan para la sociedad o se puede discutir sobre la influencia que juegan, o deben jugar sobre ella y cuestionar la relevancia de su contenido, sea éste formativo, educativo, informativo, noticioso, de entretenimiento o diversión, (Dominguez, 2019, pág. 19).

### **2.3.2 Importancia de los medios de comunicación**

La importancia de los medios de comunicación ha aumentado en la postmodernidad, donde la interconectividad y la interacción son permanentes. Algunas de las razones de su valor e interés son su capacidad para crear movimientos sociales, transmitir información, promoción de organizaciones, definición de la cultura, entre otras.

Hoy en día, los medios siempre están a nuestro alrededor y nos acompañan activamente en todos nuestros procesos de comunicación. Dentro de la variedad de medios de

comunicación que existen, están los tradicionales y los nuevos medios sociales, (Cajal, 2019, pág. 23).

#### **2.3.4 Medios de comunicación y sociedad**

Sin lugar a dudas que los medios de comunicación social han jugado y juegan un rol protagónico en la historia de la sociedad. Ellos, los medios, orientan y modelan la opinión pública, influyendo de manera determinante en los momentos más importantes de las diferentes localidades. la interacción entre las estructuras comunicativas y las económico–políticas en la definición de las agendas que configuran la opinión pública. En otras palabras, la comunicación moderna se ha desarrollado mediante la construcción de la sociedad nacional a través de los sistemas comunicacionales nacionales, (Tapia, 2020, pág. 22).

#### **2.3.5 La desinformación de los medios de comunicación**

El término desinformación se ha convertido en habitual en el lenguaje político y periodístico, habiéndose incorporado también al acervo popular, en el que aparece vinculado a la manipulación de los medios, al control de la información en beneficio de intereses políticos o económicos y a las estrategias de gobiernos, partidos o grandes empresas para engañar a la opinión pública.

Nos encontramos, por tanto, ante un fenómeno de muy reciente conceptualización pero que, sin embargo, ha alcanzado un prolífico uso en muy poco tiempo. Con el paso de los años se ha convertido en un término cliché, al que se recurre para definir múltiples situaciones,

todas ellas caracterizadas por el empleo de la mentira, y muy especialmente en el campo de la comunicación, (Rodríguez, 2020, págs. 23-24).

### **2.3.6 El sensacionalismo periodístico**

Esta tendencia de origen comercial, porque parte de la creencia de que así se venden más ejemplares o se obtiene una mayor sintonía, limita el objetivo de la información periodística e impide que el receptor conozca los aspectos más profundos y sólidos de los hechos.

El sensacionalismo no se detiene en la presentación sencilla de los sucesos, generalmente escandalosos, sino que ahonda morbosamente en ellos para captar la atención de los lectores de bajo nivel cultural, siempre ávidos de incentivos. Bien se comprende de una vez el grave perjuicio que a la sociedad le causa este género de publicaciones escandalosas que postran la mentalidad de un público, necesitado de educación y de estímulos para su mejoramiento, (Lopera, 2021, pág. 33).

### **2.3.6 Ética periodística**

Ética periodística es la definición teórica y aplicación práctica permanente y obligatoria de normas conductuales y de procedimiento establecidas en el presente Código, que deben observar los miembros de la Orden para que su actuación profesional sea correcta y socialmente útil.

Quienes ejercen el periodismo y los medios de comunicación social son importantes agentes socializadores. Tienen influencia en la formación de valores, creencias, hábitos, opinión y conductas de los distintos estamentos de la sociedad, (Sites, 2021, pág. 25)

### **2.3.7 Opinión pública**

La opinión pública se define como las diversas formas de expresión que una sociedad tiene con respecto a temas de carácter público. Los ámbitos de discusión son de naturaleza política, económica, social y cultural.

Manifestar el sentir sobre un tópico en concreto es una acción que disponen todos los humanos por derecho, sobre todo, cuando los temas a tratar son de naturaleza pública. En este caso, la opinión pública es una expresión que se contempla y se realiza en muchos ámbitos que incumben a la sociedad en general, (Ceupe, 2022, pág. 25).

## **2.4 Técnicas aplicadas para la recolección de la información métodos de investigación.**

### **2.4.1 Métodos**

#### **2.4.2 Método deductivo**

Permitió analizar como los medios de comunicación, influyen en la opinión pública al presentar información con un tinte sensacionalista, deduciendo las premisas que utilizan y fuentes donde toma la información, con el propósito de procesar los datos.

### **2.4.3 Método inductivo**

Se utilizó para generar las conclusiones, una vez se hayan realizado el debido proceso de análisis, interpretación y selección de datos, sobre la desinformación de los medios de comunicación y su afectación en la opinión pública de las personas.

### **2.4.4 Método analítico**

Permitió realizar un exhaustivo análisis, de cómo los medios de comunicación utilizan la información y desinforman a la comunidad para cambiar la percepción que tienen las personas, sobre todo en el ámbito político, lo cual es muy poco ético dada la responsabilidad que significa el ser un corresponsal de la información.

### **2.4.5 Tipos de investigación**

#### **2.4.6 Investigación descriptiva**

Describió, las estrategias que los medios de comunicación recurren para influir en la opinión pública de las personas cuando presentan una información que no es real, contrarrestando su ética como comunicadores y falseando la verdad, lo cual es multado por la ley.

#### **2.4.7 Investigación explicativa**

Se empleó para explicar los efectos que causa la desinformación de los medios de comunicación en la opinión pública, causando malestar, y tildado a todos los medios como prensa sensacionalista y poco confiable a la hora de informar.

#### **2.4.8 Investigación De campo**

Recopiló datos desde el lugar de los hechos, en el presente estudio, tomando en consideración la opinión del público que es quien percibe la desinformación que son emitidas por algunos medios de comunicación que obedeciendo a intereses personales no informan con claridad, honestidad y precisión.

#### **2.4.9 Técnica de investigación**

##### **2.4.10 Encuesta**

Se utilizó la encuesta con el propósito de seleccionar datos, para lo cual se desarrolló un cuestionario de preguntas para que el público tenga la libertad y opciones de responder sobre la desinformación de los medios de comunicación y cómo influye en su opinión pública, cada una de las preguntas elaborada son efectuadas de forma sencilla y precisas para que sean respuestas de forma inmediata.

#### **Herramientas**

- ✓ Aplicación de encuestas

### 3 Ficha técnica de las preguntas

No	Encueta de desarrollo	Si	No
	¿Mediante que medios de comunicación usted se informa?		
	¿Considera que los medios de comunicación son fuentes confiables de información?		
	¿Considera usted que los medios de comunicación desinforman lo que publican?		
	¿Crees usted que se deberían aplicar leyes más estrictas a la desinformación de los medios de comunicación?		
	¿Porque cree que los medios de comunicación utilizan la desinformación?		
	¿Considera que la desinformación influye en la opinión pública?		
	¿Considera que deberían existir otra alternativa de comunicación para estar informados?		

#### 3.3.1 Población y muestra

La población a considerar para el desarrollo investigativo son los 173.575 habitantes, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) es el total de la población en quienes se procederá a realizar una encuesta, para conocer su opinión sobre el tema del caso desde su propia perspectiva.

## Formula

**Total, de Encuestas a realizar:**

n= Tamaño de la muestra

N= Población O Universo

E= Error de muestreo

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{173.575}{0,05^2(173.575 - 1) + 1} = \frac{173.575}{0,0025(173.574)}.$$

$$n = \frac{173.575}{433.93} = 398.$$

### 2.3 Resultados de la investigación

Para el desarrollo del estudio se procedió aplicar los métodos y diferentes tipos de investigación de campo, análisis, descriptivo y explicativo, junto con la técnica de la encuesta que formulo el desarrollo de un cuestionario de preguntas abordando la problemática del estudio, conociendo la perspectiva de la población en general.

Encuesta elaborada a la población quevedeña sobre la desinformación de los medios de comunicación, y su afectación en la opinión pública, 15/07/2022.

Dentro del contexto investigativo se aplicó la encuesta con el propósito de conocer la opinión de la ciudadanía en general sobre la desinformación que emplean ciertos medios de comunicación y que afecta el criterio del público, para su efecto se procedió a elaborar un

cuestionario de preguntas de formas claras y precisas para que sean respondidas de forma inmediata.

Al preguntar cuáles son los medios preferidos de comunicación para estar informados, el 40% indicó que la televisión, mientras que el 51% cree que los medios de comunicación no son confiables en la información que presentan, considerando el 74% que desinforman e influyen en la opinión pública sobre todo en temas de ámbito político los medios de comunicación tienen ciertas preferencias.

El 80% de los encuestados consideran que si se deberían sancionar a los medios de información que alternen la verdad con la finalidad de influir en la opinión pública, pues como herramienta de información es su deber y responsabilidad informar con la verdad y ética profesional que caracteriza a la profesión que ejercen.

## Análisis de los Resultados

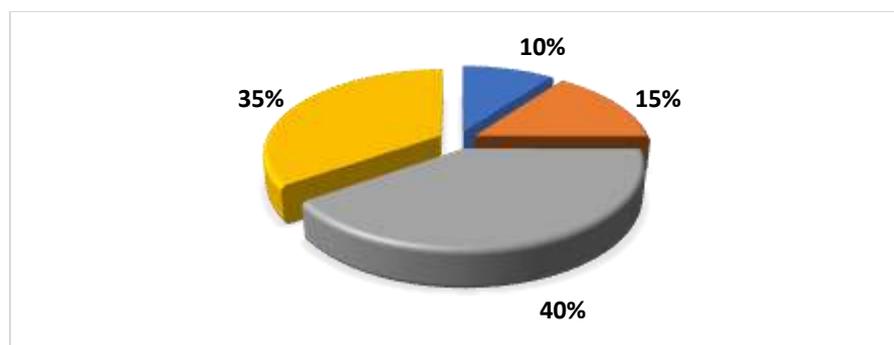
### ¿Mediante que medios de comunicación usted se informa?

Tabla 1.- Medios de comunicación

Elección	Serie	Porcentaje
Radio	40	10%
Prensa escrita	60	15%
Televisión	160	40%
Paginas virtuales	138	35%
Total	398	100%

Fuente: Población quevedeña  
Elaborado por: Carmen Verduga

Figura 1.-Medios de comunicación



Fuente: Población quevedeña  
Elaborado por: Carmen Verduga

## Análisis

De acuerdo a la investigación efectuada en la población quevedeña se logró determinar que las personas se informan por los distintos medios de comunicación, así lo revela la encuesta realizada, el 10% sintoniza la radio, mientras que el 15% prefiere informarse mediante prensa escrita, un 40% señala que la televisión son los mejores medio, porque pueden visualizar y saber lo que pasa, sin embargo, el 35% señala que prefiere las páginas virtuales como medio independiente donde pueden ver todos los acontecimientos.

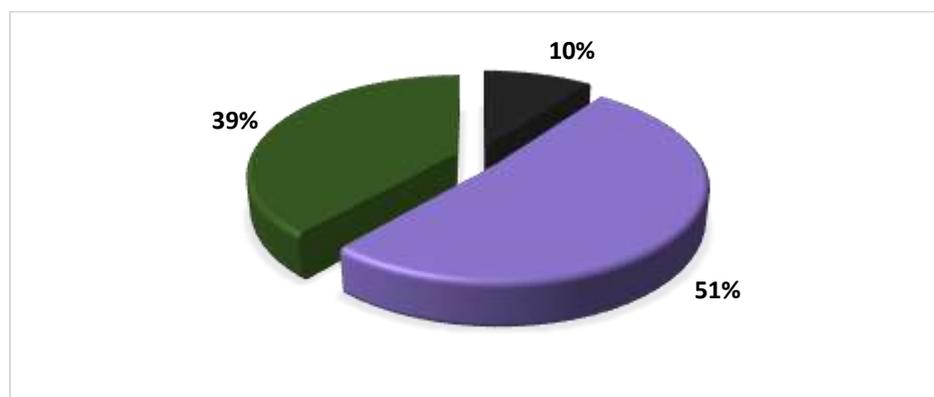
## ¿Considera que los medios de comunicación son fuentes confiables de información?

Tabla 2.- Fuentes de información

Elección	Serie	Porcentaje
Si	39	10%
No	205	51%
Poco	154	39%
Total	398	100%

Fuente: Población quevedeña  
Elaborado por: Carmen Verduga

Figura 2.-Fuentes de información



Fuente: Población quevedeña  
Elaborado por: Carmen Verduga

### Análisis

El 51% de la población encuestada considera que los medios de comunicación la información que transmiten no es confiable, debido a que intervienen intereses de terceras personas, sobre todo en el ámbito político, el 10% cree que, si son confiables, y un 39% señala que se puede confiar, pero poco.

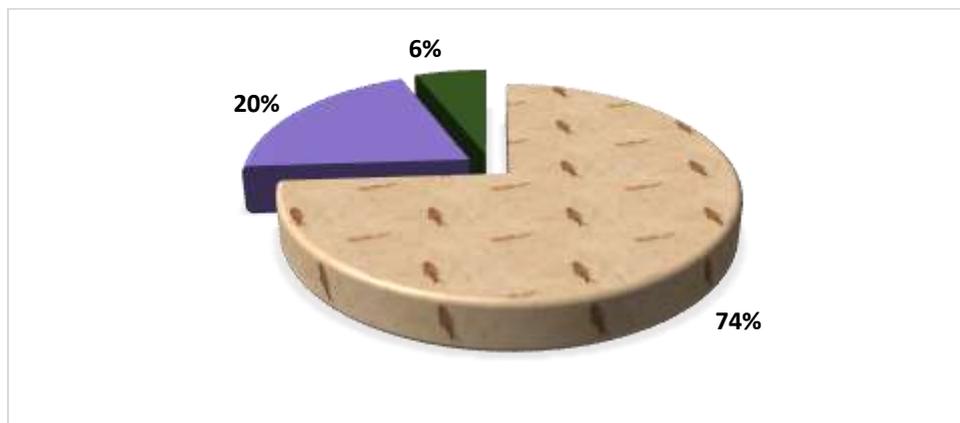
## ¿Considera usted que los medios de comunicación desinforman lo que publican?

Tabla 3.-Desinformación

Elección	Serie	Porcentaje
Si	294	74%
No	80	20%
Tal vez	24	6%
Total	398	100%

Fuente: Población quevedeña  
Elaborado por: Carmen Verduga

Figura 3.-Desinformación



Fuente: Población quevedeña  
Elaborado por: Carmen Verduga

### Análisis

Los medios de comunicación tienen una alta demanda por ser consideradas herramientas de información, sin embargo, en los últimos tiempos tiene una baja credibilidad frente al público, así lo confirma el 74% que considera que, si desinforman a la ciudadanía a su conveniencia, mientras que el 20% señala que no y un 6% que tal vez.

## 2.6 SITUACIONES DETECTADAS

Al desarrollar el tema de estudio se pudieron conocer diversas situaciones en cuanto a la desinformación en los medios de comunicación y su afectación en la opinión pública, durante el proceso de estudio se determinó que los medios de comunicación son herramientas de información muy eficaces que mantienen informado de todo lo que sucede en el entorno, convirtiéndose de esta forma en importantes canales para transmitir mensajes no importa el lugar donde se encuentren.

Algunos de los medios comunicación a nivel nacional tienen una amplia trayectoria en el mercado comunicacional, informado de los eventos que han pasado formando parte de la historia del país, gozando de la aceptación del público que los observa y sintoniza para estar enterados de todo lo que sucede, sin embargo, algunos medios de comunicación con el lapso del tiempo han faltado a su ética periodística como medios independientes transgrediendo y desinformar, ciertos acontecimientos emitiendo criterio personal para desinformar a la ciudadanía y que estos tengan otra percepción de lo que realmente sucede.

La desinformación periodística influye para que las personas no conozcan la verdad, alterando la información a su propia conveniencia, muchos de estos ejemplos de desinformación se lo pueden observar en el ámbito político donde algunos medios de comunicación son afines a ciertos políticos tapando actos de corrupción y manipulando lo que se comunican a las personas con el objetivo de que sus imágenes no se vean afectadas y el público mantenga una buena opinión de ellos.

Se conoció también que la desinformación es penada por la ley, según lo estipula el artículo 362 de la Constitución de la República del Ecuador, que indica que la difusión de noticias falsas puede incurrir en sanciones legales, o como ya se ha visto en algunas situaciones de demandas a algunos medios de comunicación, donde tienen que pagar multas por incurrir a la manipulación afectando la opinión pública de las personas.

## **2.2 SOLUCIONES PLANTEADAS**

De acuerdo al desarrollo investigativo se plantearon las siguientes soluciones

- ✓ Brindar apoyo a los medios de comunicación que mantenga que ética profesional en el campo de la comunicación.
  
- ✓ Desarrollo de campañas contra los medios de comunicación que desinforman y manipulan la información a intereses de terceras personas para que sean sancionados por la ley.
  
- ✓ Exigir leyes que sean más estrictas con los medios de comunicación que desinforman influyendo en la opinión pública de las personas.
  
- ✓ Concientizar en los medios que desinforman, para no brindarles el apoyo y exigir sanciones de ley.
  
- ✓ Utilizar otras alternativas para estar informados, como la comunicación alternativa a través de las redes sociales o páginas virtuales.

✓ Exigir a los medios de comunicación, honestidad, responsabilidad, veracidad y precisión con lo que informan aplicando la ética profesional como corresponsales de la comunicación.

✓ Demandar que la información que presentan los medios de comunicación sea sustentada en fuentes confiables para ser presentadas.

✓ Exigir la ratificación y disculpas públicas cuando se utilicen la desinformación para manipular la verdad y querer alterar la opinión de las personas.

✓ Brindar mayor espacio de participación ciudadana, para que las personas puedan expresar libremente de todos los temas sociales.

## **2.8 CONCLUSIONES**

✓ Se concluyó, que los medios de comunicación son considerados eficaces herramientas de información, las cuales tienen una gran demanda y aceptación para informar de todo lo que sucede. Al ser medios de libre expresión, algunos de ellos transgreden y manipulan la información obedeciendo a intereses de terceras personas, para cambiar la opinión pública, lo cual falta a su ética profesional, obteniendo el riesgo de ser sancionados, como lo demanda la ley en el artículo 362 de la Constitución de la República del Ecuador, que indica que la difusión de noticias falsas puede incurrir en sanciones legales de las que ya se han visto casos por demandas que son ganadas en casos desinformación.

✓ Se determinó que algunos medios de comunicación, publican información con la intención de manipular, engañar, alterando las emociones para cambiar la opinión pública de las personas, la difusión de noticias engañosas es variada y la suelen utilizar de forma frecuente muchos de estos medios de comunicación son tildados de amarillistas por la información que presentan para favorecer a terceros, vender más, o captar la atención perdiendo la credibilidad y confiabilidad de las personas.

✓ Se concluyo que existen pocas campañas de concientización, contra la desinformación que ejercen algunos de los medios de comunicación y su afectación en la opinión pública, que denota temores, incertidumbres e incógnitas, por lo cual se exige ratificación y sanciones para los medios de comunicación que alteren el orden público debido a los efectos que se generan por falsear las noticias que se presenten en cualquier horario que sean transmitidos. Ante el avance de la desinformación de algunos medios, ya se han desarrollado organizaciones en defensa de la colectividad con el objetivo de combatir este fenómeno que daña la imagen del buen periodismo.

## **Bibliografía**

- Cajal, A. (2019). Importancia de los Medios de Comunicación: 10 Razones. Lima : <https://www.lifeder.com/importancia-medios-comunicacion/>.
- Ceupe. (2022). ¿Qué es la Opinión pública? Significado, tipos y características. Mexico: [https:// www.ceupe.com/blog/opinion-publica.html?](https://www.ceupe.com/blog/opinion-publica.html?)
- Dominguez, J. (2019). Papel de los medios de comunicación. Machala : [https:// www.gestiopolis .com/papel-medios-comunicacion/](https://www.gestiopolis.com/papel-medios-comunicacion/).

Lopera, A. (2021). ¿Cuál es la diferencia entre sensacionalismo, amarillismo, crónica roja y prensa popular? Mexico : <https://fundaciongabo.org/es/consultorio-etico/consulta/1707>.

Rodriguez, R. (2020). Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. España: Ediciones complutenses.

Sites M. (2021). ética en el periodismo. Colobia : <https://sites.google.com/site/etica-en-el-periodismo/etica-periodistica-codigo-de-etica>.

Tapia, M. (2020). Medios de comunicacion y sociedad . Ecuador : Universidad nacional de loja

# ANEXOS

## Encuesta a desarrollar en la población quevedeña

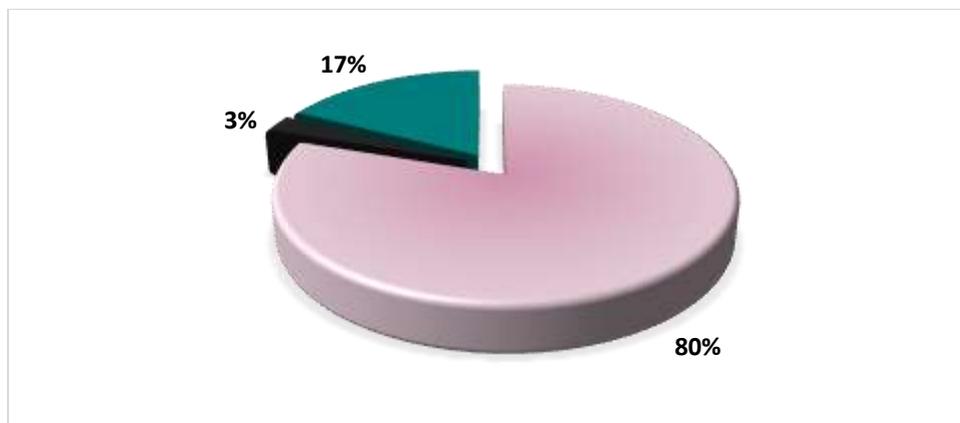
### ¿Crees usted que se deberían aplicar leyes más estrictas a la desinformación de los medios de comunicación?

Tabla 4.- Normas contra la desinformación

Elección	Serie	Porcentaje
Si	320	80%
No	10	3%
Tal vez	68	17%
Total	398	100%

Fuente: Población quevedeña  
Elaborado por: Carmen Verduga

Figura 4.-Normas contra la desinformación



Fuente: Población quevedeña  
Elaborado por: Carmen Verduga

## Análisis

El 80% de la población encuesta considera que si deberían aplicarse normas más estrictas para que los medios de comunicación informen con la verdad sin importar de donde procede la información, mientras que el 3% cree que no, y un 17% indica que tal vez solo cuando sea de mucha importancia la información.

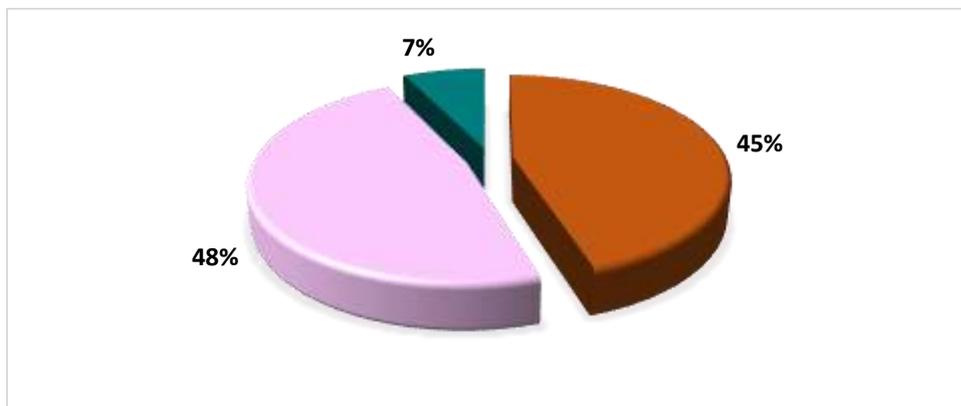
## ¿Porque cree que los medios de comunicación utilizan la desinformación?

Tabla 5.-Medios de comunicación y desinformación

Elección	Serie	Porcentaje
Vender mas	180	45%
Intereses de terceros	190	48%
Captar la atención	28	7%
Total	398	100%

Fuente: Población quevedeña  
Elaborado por: Carmen Verduga

Figura 5.-Medios de comunicación y desinformación



Fuente: Población quevedeña  
Elaborado por: Carmen Verduga

### Análisis

Una de las causas para considerar que los medios de comunicación utilizan la desinformación es que considera que se debe por vender más, así lo señala que el 45%, mientras que el 48% cree que se debe por intereses de terceras personas y un 7% señala que es por captar la atención.

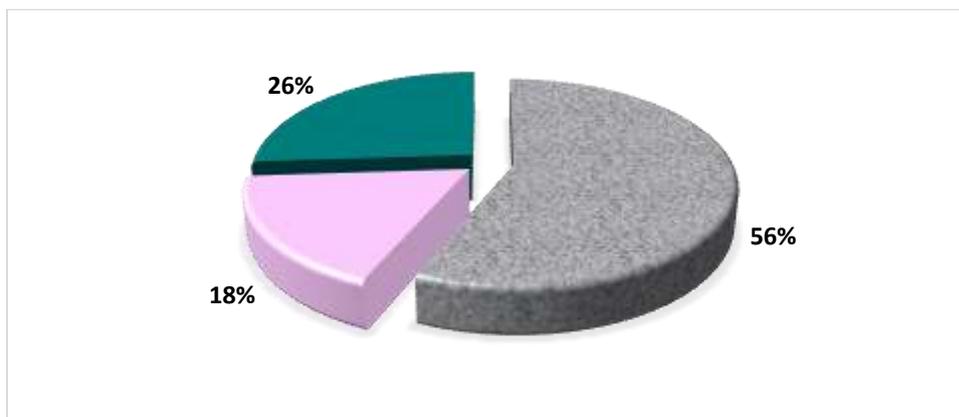
## ¿Considera que la desinformación influye en la opinión pública?

Figura 6.-Opinión pública

Elección	Serie	Porcentaje
Si	224	56%
No	70	18%
Tal vez	104	26%
Total	398	100%

Fuente: Población quevedeña  
Elaborado por: Carmen Verduga

Figura 7.-Opinión pública



Fuente: Población quevedeña  
Elaborado por: Carmen Verduga

## Análisis

El 56% de los encuestados consideran que la desinformación que hacen los medios de comunicación sobre cierto tipo de noticias si influye en la opinión de público, mientras que el 18% cree que no y un 26% que tal vez.

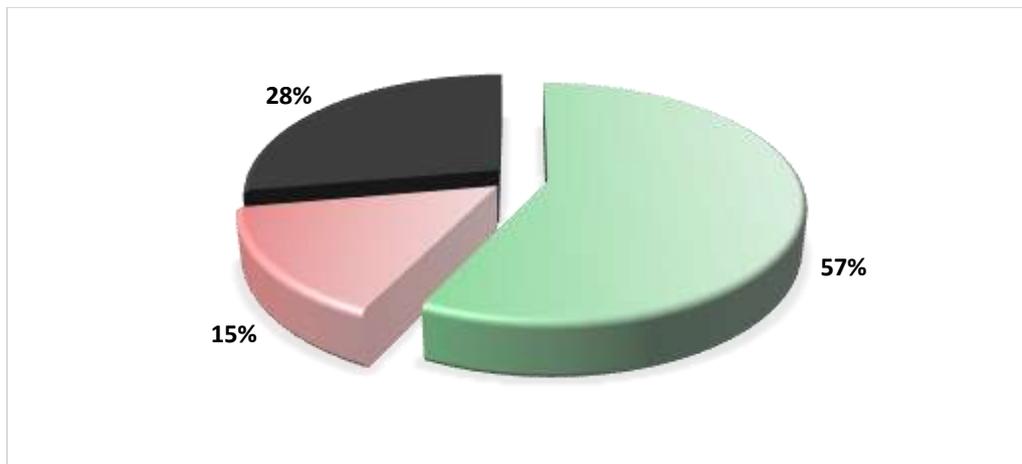
## ¿Considera que deberían existir otra alternativa de comunicación para estar informados?

Tabla 6.- Alternativas de comunicación

Elección	Serie	Porcentaje
Si	228	57%
No	60	15%
Tal vez	110	28%
Total	398	100%

Fuente: Población quevedeña  
Elaborado por: Carmen Verduga

Figura 8.- Alternativas de comunicación



Fuente: Población quevedeña  
Elaborado por: Carmen Verduga

### Análisis

La población considera que si deberían existir otras alternativas mediante las cuales se puedan estar comunicados, así lo aseguro el 57% de la población, mientras que un 15% señala que no y el 28% que tal vez siempre y cuando se aplique normas y éticas del buen periodismo.

**Foto 1.** Encuesta realizada

