

# Estado de la credibilidad de medios en Ecuador

## Status of Mass Media Credibility in Ecuador

**Iván Fernando Rodrigo-Mendizábal (Ecuador)**

Universidad de Los Hemisferios

Candidato a Doctor en Literatura Latinoamericana por la Universidad Andina

Simón Bolívar. Magíster en Estudios de la Cultura Investigador del Centro

de Investigaciones en Comunicación y Opinión Pública (CICOP)

ivanr@uhemisferios.edu.ec

### Resumen

El artículo recoge los datos de la encuesta anual, hasta 2014, realizada en Ecuador, acerca de la credibilidad de medios y periodistas. La credibilidad es de actualidad en Ecuador, ya que las leyes y la crítica gubernamental han puesto en tensión al campo de medios de comunicación. Los datos reflejan variabilidad con respecto la coyuntura política. Es así que la televisión tiene credibilidad, mientras

### Abstract

This article gathers data from the annual survey –up to 2014– carried out in Ecuador regarding the credibility of mass media and journalists. Credibility is a current issue in Ecuador because of the law and the critics to the government. The data show variability regarding political circumstances; for this reason, it is possible to say that television generates credibility, but the press has been forced to change its strategies by optimizing its

RECIBIDO: 5 de agosto de 2015  
EVALUADO: 21 de agosto de 2015  
ACEPTADO: 20 de octubre de 2015

PARA CITAR ESTE ARTÍCULO / TO CITE THIS ARTICLE  
Rodrigo Mendizabal, I. F. (2015). Estado de la credibilidad de medios en Ecuador. *Poliantea*, 11(21), pp. 169-192.

que la prensa ha debido cambiar sus estrategias, optimizando sus índices. Los periodistas de televisión, igualmente, tienen mejor posición que aquellos que trabajan en otros sectores de medios, notándose índices bajos. Hay problemas de independencia, imparcialidad, transparencia, entre otros, hechos que afectan la percepción de la opinión pública ecuatoriana.

**Palabras clave:** credibilidad, medios de comunicación, opinión pública, periodismo, información, Ecuador.

indexes. Newscasters are better positioned than other journalists, who have low indexes. There are issues regarding independence, impartiality, and transparency, among others. All this affects the perception of the public opinion in Ecuador.

**Keywords:** Credibility, mass media, public opinion, journalism, information, Ecuador.

## Introducción

Un fenómeno cierto en Ecuador, desde el 2007, es el impacto de la crítica generada por sectores de gobierno y de la sociedad al campo de los medios de comunicación, validada luego por la Ley Orgánica de Comunicación, aprobada en el 2013. El fenómeno tiene que ver con un radical cambio de las formas de informar en el ámbito periodístico, toda vez que la crítica y las nuevas regulaciones tuvieron sus efectos en la credibilidad de los medios y periodistas.

A la luz de estos hechos, el Centro de Investigaciones en Comunicación y Opinión Pública (CICOP), de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios, inició desde 2009 la investigación de opinión pública: “Credibilidad de medios, periodistas y fuentes en el Ecuador”. Esta ha arrojado diferentes resultados hasta el presente con el objetivo de examinar las perspectivas

de credibilidad de la población ecuatoriana sobre medios y periodistas, a fin de dar a la comunidad de investigadores, y a quienes forman parte de los medios de comunicación masiva, un sistema de datos que les permita el mejoramiento de la calidad de la información producida en el país.

Al respecto se ha realizado la publicación, en forma consecutiva, de los respectivos informes y análisis; es el caso de: “La credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: reflejo de un periodismo de calidad” (Vásconez Dávalos, 2010), “Crisis económica y financiera mundial y opinión periodística editorial” (Rodrigo Mendizábal, 2010), “Calidad informativa: credibilidad de medios y periodistas en el Ecuador” (Rodrigo Mendizábal, 2012), “La crisis económica mundial: una mirada al discurso de opinión editorial en cuatro diarios ecuatorianos (2009-2010)”

(Dávila Zabala, 2012); “Cambios de los perfiles de periodistas, medios y fuentes, producto de la fluctuación de la credibilidad de medios en el Ecuador 2009-2011” (Cárdenas, 2013); “Discurso de opinión sobre la crisis económica mundial: análisis de cinco diarios ecuatorianos” (Gaibor Aspiazu, 2014); “La credibilidad de medios y periodistas en Ecuador en 2013 y su relación con lo político” (Rodrigo Mendizábal, 2014a); y, “La presencia de los medios en la actual democracia: tendencias de la credibilidad en Ecuador” (Rodrigo Mendizábal, 2014b). Cabe señalar que, con base en algunos de ellos, ciertos medios de comunicación se han interesado en considerar los indicadores como base para futuras acciones.

No es el caso del presente artículo hacer una relación respecto a las decisiones tomadas por los medios, pero sí insistir en la percepción de sectores de la sociedad que, en sentido general, conformarían la opinión pública ecuatoriana, siendo este un espacio de medición de la credibilidad de medios y periodistas por un nuevo año. En el actual informe se presenta un grupo de datos que corresponden al año 2014, con la finalidad de seguir visibilizando las tendencias prevalentes en el contexto de la recepción

de la información, tomando en cuenta hasta qué punto ha variado su acogida y calidad. El marco de acción, sobre el que se configura la opinión pública, en todo caso, se debe comprender que está siempre determinado por el contexto político prevaeciente y también el interés de ciertos sectores ciudadanos constituidos que hacen observación y crítica de los medios y periodistas. En otras palabras, hoy la credibilidad de medios y periodistas en Ecuador tiene además la variable de su correlación con los factores de contexto harto conocidos: la influencia que desde diversos sectores tiene y que modifica su quehacer.

Es sabido que la opinión que se hace la gente sobre un determinado fenómeno es producto, en la actualidad, de la información provista por los medios de comunicación. De acuerdo con Price, la información puede llevar a inferencias en las personas, y como tal, a juicios, actitudes y comportamientos no siempre organizados. Los llamados “esquemas” son representaciones mentales que se hacen los individuos respecto a situaciones cuyo impacto puede ser notable en sus vidas; tales esquemas, en efecto, se relacionan con las estructuras informativas y son ideas personales resultado de la forma de cómo ven la

realidad los medios y periodistas (Price, 2001, pp. 74-75). Bajo esta consideración, diremos que la credibilidad es “el efecto que tiene la información en las personas” (Rodrigo Mendizábal, 2012, p. 55). Tal efecto, sin embargo, a su vez implica la capacidad crítica y la experiencia comunicativa de las audiencias, partiendo del hecho de que la información que les llega debe ser en esencia verídica. Esta, sin embargo, no se escapa a los intereses que pueden predominar de modo oculto en los medios de comunicación. Si hay inferencias y decisiones que los lectores realizan con base en la información publicada, es evidente que se relaciona con cómo se presenta la información, a sabiendas que esta, si bien se piensa “objetiva”, tiene su orientación, sus sesgos, un encuadre que puede implicar énfasis o exclusiones de datos, haciendo que la realidad aparezca de una determinada manera.

Se deduce, por lo tanto, que la información publicada es una, y otra la recepción que se hace de la misma. Barrios Rubio, tomando en cuenta a Miquel Rodrigo Alsina, señala que en el acto de la comunicación, si bien existen tres factores, a saber,

... la emisión, la construcción y circulación de sentidos (mensaje) y la

recepción, [esta última supondría un] acto consciente, activo, [que] no se refiere solo al momento de exposición del sujeto al medio de comunicación, en particular al artefacto, sino que se realiza cuando este usa en su cotidianidad la información recibida, la apropia, la resignifica, crea nuevos sentidos y la hace recircular al convertirla en su propio discurso (Barrios Rubio, 2013, pp. 269-270).

En tal sentido, la forma en que se construye la noticia, su contexto de circulación y su propia recepción es un acto reflexivo por el cual el lector también puede hacer cursos de acción.

Hoy en día, es evidente que los medios de comunicación en Ecuador están –para usar una expresión popularizada en ciertos sectores críticos–, “en la mira”, es decir, que ellos se inscriben en un contexto del cual no pueden eludirse, más aún cuando el objeto de sus publicaciones es la realidad social, pública, política del país y del mundo. Ellos mismos pugnan en un campo de discursividades contrapuestas –respecto a la noción de campo, seguimos el debate propuesto por Pierre Bourdieu (2008)–: las de gobierno, las de sectores sociales, las de medios públicos,

las de diversos actores en las redes sociales, etc. La diversidad de voces que enfrentan implica reconocer la puesta en circulación de sentidos o de significados de diferentes actores y, en particular, una opinión pública muchas veces poco condescendiente. Por lo tanto, la recepción de información y la credibilidad se ve influida por tales tensiones, además por las determinaciones legales actuales y prevalecientes en Ecuador –sobre todo la Ley Orgánica de Comunicación, vigente desde 2013– que, por otro lado, conflictúan la llamada “libertad de expresión” (Cerbino & Ramos, 2009; Punín Larrea, 2011), así como ponen de manifiesto hasta qué punto hay prácticas responsables a nivel periodístico (Abad Ordóñez, 2012, p. 5).

Si la credibilidad es una perspectiva que tienen las audiencias respecto a la calidad de la información, hecho que les lleva a formarse ideas y realizar acciones, es evidente en Ecuador que esta no necesariamente está formada por los propios medios de comunicación (Castells, 2010; ver para el caso: Habermas, 1999) y más bien, dado el ambiente de criticidad y miramiento, parece emerger “desde abajo”, tal como lo describiera Sartori y su teoría del “*bubble-up*”, es decir

como un rebullir o como una reacción (1999, p. 153) a diversos problemas, donde los medios también tienen participación y sobre todo cuando muchas veces no informan de ellos adecuadamente.

Esto tiene que ver, como se ha dicho, con la calidad de la información. Es la lectura que hacen las audiencias de lo producido como información por los medios. La calidad está dada por una serie de valores inherentes a la estructura de la información noticiosa. Teramo habla de un conjunto de indicadores para señalar la calidad de los mensajes en el contexto de la comunicación informativa: confiabilidad –ligada al pluralismo del medio–, relevancia –o importancia de un tema–, interés –en relación a las necesidades de los lectores–, proporción –espacio o tiempo de dedicación a un tema–, adecuación –o contexto–, transparencia –o tipo de encuadre–, precisión –corrección lingüística–, claridad –comprensibilidad–, integración –correlación de contenidos con otros recursos como imágenes, etc.–, incidencia –correspondencia con el público lector– (2006, p. 76). Muchos de estos están intrínsecamente entrelazados; cómo se evidencia en la información publicada o transmitida tiene efectos en la lectura y, como tal, en la

percepción de la realidad. De ahí que, en términos de la credibilidad, la calidad, es decir, los aspectos claves que hacen a la información relevante, veraz, objetiva, transparente, etc., llevan a que las personas se elaboren imágenes respecto a los hechos y situaciones, además que sirven para que los lectores valoren no solo la realidad objetivada sino también el propio material publicado, considerándolo de preeminencia para el curso de su vida cotidiana. En cierto sentido, es posible que la transgresión a ciertos indicadores de calidad se constituya en el argumento central de la crítica sectorial que se ha desatado en los últimos tiempos al campo de los medios de comunicación en Ecuador, cuestión que ha afectado a su credibilidad, si analizamos indicadores previos (ver para el caso: Rodrigo Mendizábal, 2012, 2013, 2014a, 2014b). La consecuencia de ello es que “las audiencias [no] estén debidamente informadas y puedan ejercer su derecho ciudadano a la participación y la toma de decisiones en asuntos de interés público” (Villamarín Carrascal, 2013, p. 24). En otras palabras, pareciera que los medios, que debieran construir, en el sentido clásico, el consenso (Habermas, 1999, p. 296, nota 1), tienen una deuda social que parece redireccionarse en la actualidad en Ecuador.

Teniendo en cuenta estas consideraciones ahora es importante preguntarse: ¿Cuál es la percepción que tiene la opinión pública ecuatoriana respecto a la información publicada o transmitida por los medios de comunicación de masas, además de la perspectiva que se tiene de los periodistas, dado el contexto prevaleciente? Este artículo tratará de responder a esta cuestión.

## Metodología

En el presente informe se recoge los resultados cuantitativos de la investigación: “Credibilidad de medios, periodistas y fuentes en el Ecuador” del Centro de Investigaciones en Comunicación y Opinión Pública (CICOP), de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios. Se examina los indicadores de credibilidad de la población ecuatoriana sobre los medios y los periodistas entre 2009 y 2014, obtenidos de una encuesta nacional que se realiza anualmente en tres ciudades de Ecuador: Quito, Guayaquil y Cuenca. Para la selección de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = 0,25 * N / (a/z)^2 (N-1) + 0,25$$

Los valores aplicados son los siguientes:  $n$ =tamaño población;  $a=5\%$ ;  $z=1,959$ ;  $N=95\%$ . De acuerdo con la fórmula, la población encuestada por cada ciudad fue de 384, siendo el total: 1152 individuos de entre 18 y 55 años.

Cabe decir que desde 2009, el CICOP se planteó la medición de la opinión de la población ecuatoriana respecto al rol de medios y periodistas. Para el caso ha realizado y concreta anualmente una encuesta mediante un cuestionario estructurado que contiene 20 preguntas de selección múltiple, lo cual permitió la obtención de varios índices. Si bien existen preguntas con indicadores cerrados, hay otros que son abiertos, sobre todo para que los encuestados señalen periodistas y medios de su preferencia. La última recolección de información de 2014 se hizo en el periodo de un mes, entre septiembre y octubre en las ciudades indicadas, *in*

*situ*. Posteriormente se verificaron las respuestas tomando muestras al azar, haciendo llamadas telefónicas a algunas personas de la muestra. Una vez depurada la base de datos, empleando Excel™, se usó SPSS™ para el cruce de aquellos y la obtención de ciertos indicadores objeto del presente artículo.

Las hipótesis consideradas son la siguientes: a) los medios de comunicación son la principal fuente de información de la ciudadanía ecuatoriana; b) la credibilidad de los medios de comunicación está asociada con la credibilidad de los periodistas; c) la percepción de medios y periodistas está determinada por el contexto actual de Ecuador.

## Hallazgos

En la Tabla 1 se muestra los índices de credibilidad/no credibilidad de los medios de comunicación en Ecuador.

**Tabla 1:** Credibilidad en la prensa, la radio, la televisión e Internet en Ecuador

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Prom
Televisión	75,6	73,4	84,6	65,5	83,7	91,6	78,6
Prensa	49,6	63,7	71,1	62,2	73,2	84,2	66,5
Radio	20,8	21,1	38,3	44,8	81,6	71,1	40,4
Internet	6,0	13,7	24,9	37,9	45,3	60,9	24,5

**Fuente:** Encuesta CICOP 2009-2014. Datos en porcentajes.

Podemos notar que la televisión es la que tiene credibilidad en las

audiencias desde 2009. Si bien en ese año la credibilidad estaba en el 75,6%,

se observa una fluctuación hasta una baja en el año 2012 con 65,5 %. Los datos de 2013 y 2014 exhiben que la información en televisión es altamente creíble, llegando en este último año al 91,6 %.

El segundo sector de medios que tiene una cierta credibilidad es la prensa. Es interesante advertir que si bien en el 2009 tuvo una baja credibilidad, con el indicador de 49,6 %, este sector, el más criticado por el gobierno de Ecuador y ciertos sectores críticos de la sociedad, ha debido tratar de mejorar sus índices. Es así que se constata una paulatina subida de sus niveles de calidad, hecho que ha influido en la opinión pública. En el año 2014, por ello, llega hasta un 84,2 % de índice de credibilidad.

En el sector de radio también se vio en los años 2009 y 2010 bajísimos índices de credibilidad, con 20,8 % y 21,1 % respectivamente. Poco a poco este sector debió elevar su credibilidad, alcanzando en 2013 la cifra de

81,6 % y bajando en 2014 a 71,1 %, hecho por lo demás llamativo.

Los medios en internet han ido fortaleciéndose poco a poco en el imaginario social. Si bien en el año 2009 había pocos medios, su credibilidad llegaba solo a 6 %. Se observa que en los sucesivos años los medios de comunicación ubicados en internet han debido pugnar por su presencia en la opinión pública. Hasta 2014 los medios, aparte de los tradicionales, llegaron hasta un 60,9 % de credibilidad.

En general los promedios, sin embargo, son todavía problemáticos para ciertos sectores. Para el de la televisión, el índice medio es del 78,6 %, siguiéndole el de la prensa, con 66,5 %. Los promedios bajos son los del sector de radio, con 40,4 % e internet, con 24,5 %. Parece ser evidente que las audiencias o lectores se vuelcan más a medios tradicionales audiovisuales en Ecuador.

**Tabla 2:** Credibilidad de prensa, radio, televisión e Internet en Ecuador.

	Denominación medio	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Prom
Televisión	Ecuavisa	32,3	28,9	30,7	19,5	22,3	32,3	27,2
	Telemazonas	20,0	25,5	24,3	24,0	20,5	24,7	23,1
	Ecuador TV	0,5	1,2	4,3	4,3	21,9	21,7	4,2
	Canal Uno	3,1	4,7	2,8	4,7	2,5	6,0	3,8

	Denominación medio	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Prom
	Gama TV	8,3	4,1	11,2	4,9	4,9	4,9	6,0
Prensa	El Comercio	26,7	35,4	39,1	26,8	16,7	39,1	29,4
	El Universo	15,8	17,2	22,4	20,2	32,1	31,2	22,3
	El Telégrafo	0,6	1,4	0,9	4,3	9,3	9,5	2,6
	Extra	2,5	1,8	6,3	4,6	1,7	3,0	3,0
	Expreso	0,0	0,1	0,1	0,3	4,2	1,0	0,4
Radio	Radio Democracia	0,3	1,7	4,5	4,3	2,6	12,8	2,6
	Sonorama	5,3	1,8	8,3	8,8	4,5	9,5	5,6
	Radio Visión	1,4	3,2	5	12,5	5,6	8,3	4,8
	Radio Caravana	0,6	3,6	7,4	8,6	15,2	8,0	5,1
	Radio La Red	0	0,3	0,1	0	0	6,3	0,6
Internet	El Comercio	1,1	4,5	14,6	21,1	7,2	22,3	7,9
	Ecuador inmediato	2,1	0,9	6,8	8,4	7,3	14,0	4,7
	El Universo	0,6	1,3	1,1	0,8	9,7	2,8	1,6
	Zona Sur Ecuador	0	0	0,1	0	9,8	1,1	1,0
	La República	0	0	0	5,1	3,9	1,0	2,7

Fuente: Encuesta CICOP 2009-2014. Datos en porcentajes.

La Tabla 2 muestra los cinco medios más nombrados por los encuestados de una lista más amplia. Se ve que en el sector de la televisión tres son los canales de mayor credibilidad en el 2014: Ecuavisa, con 32,3%; Telemazonas, con 24,7%; y, Ecuador TV, con 21,7%. Los dos primeros son privados, mientras que el último es promovido por el Estado como medio público. Cabe observar que Ecuavisa ha tenido una fluctuación en la opinión pública ecuatoriana desde

2009 casi hacia la baja. El índice de dicho año, 32,3%, se equipara con el de 2014. Otro caso es el del medio público Ecuador TV, el cual ha ido ganando audiencia y credibilidad desde 2009, cuando apenas llegaba a 0,5%, hasta que fue creciendo en 2013 y 2014.

En el sector de prensa, tres medios aparecen con más índices de credibilidad en 2014: El Comercio, con 39,1% –similar al año 2011, no obstante la fluctuación intensa en otros

de sus indicadores—; El Universo, con 31,2 %, que demuestra un sostenido crecimiento, aunque en este último año a la baja; y El Telégrafo, con 9,5 %, un crecimiento ligero respecto a 2013, cuando tuvo 9,3 %. De los medios mencionados, donde los dos primeros son privados, se constata que el medio público, El Telégrafo, aparece meritoriamente en el panorama de medios impresos en los últimos dos años.

El panorama de radios en cuanto a la percepción de los públicos es un poco variable. En este último año, Radio Democracia lidera con 12,8 %; le sigue Sonorama, con 9,5 % y Radio Visión, con 8,3 %, además de Radio Caravana, con 8 %. Los datos son bajos, lo

que implica que el sector de radios no tiene mucha credibilidad, tal como se mostró también en la anterior Tabla 1.

En internet destaca El Comercio, medio tradicional con su página web, con 22,3 %; Ecuador inmediato, medio de información digital, con 14 %. Los periódicos y revistas digitales todavía son poco mencionados en la encuesta.

En promedio, se ve que los índices son bajos respecto a los medios de comunicación: Ecuavisa, con 27,2 % y Teleamazonas, con 23,1 %, en el sector de televisión; El Comercio, con 29,4 % y El Universo, con 22,3 %, en el de la prensa escrita; en radio e internet los promedios no son significativos.

**Tabla 3:** Credibilidad de periodistas o personas que hacen opinión en Ecuador en prensa, radio, televisión e Internet.

	Periodista	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Prom
Televisión	Alfonso Espinosa de los Monteros	7,3	17,5	30,1	12,7	21,4	27,9	17,5
	Estefany Espín	0,3	3,0	3,2	5,1	0,0	17,8	3,0
	Bernardo Abad	0,8	3,7	8,5	6,1	0,0	9,5	4,3
	Andrés Carrión	5,0	3,9	7,2	7,5	4,1	7,9	5,7
	Alfredo Pinoargote	0,0	0,8	4,6	3,9	3,7	3,4	2,8
Prensa	Pablo Lucio Paredes	0,1	0,3	9,7	8,8	4,9	11,5	2,3
	Francisco Febres Cordero	0,6	0,1	6,2	10,2	7,8	9,7	2,6
	Jorge Vivanco	0,8	0,3	4,0	4,9	5,3	6,1	2,3
	Christian Torres	0,0	0,1	0,0	3,6	10,9	2,3	1,7
	Fernando Larenas	0,0	0,5	2,9	4,0	0,0	2,3	1,9

	Periodista	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Prom
Radio	Estefany Espín	0,0	0,0	4,9	5,0	7,6	15,5	7,3
	Gabriel Espinosa de los Monteros	0,4	0,5	7,2	9,8	5,5	11,3	3,1
	Diego Oquendo	2,4	5,4	9,5	11,5	10,5	9,3	7,2
	Carmen Andrade	0,0	0,0	0,1	0,1	33,5	6,9	1,2
	Andrés Carrión	1,0	0,0	5,6	5,6	0,0	5,6	3,6
Internet	Carlos Vera	0,0	0,3	9,5	14,4	11,9	10,8	5,6
	Jorge Ortiz	0,0	0,0	3,9	8,9	4,1	9,9	6,1
	Carlos Jijón	0,0	0,0	2,7	3,5	2,5	5,9	3,4
	Marlon Puertas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,7	3,7
	Emilio Palacios	0,0	0,0	0,1	1,5	0,0	3,3	0,8

**Fuente:** Encuesta CICOP 2009-2014. Datos en porcentajes.

En el panorama de medios en Ecuador, los cinco periodistas más nombrados en el 2014 de una lista, se rescata los que aparecen en la Tabla 3. Cabe señalar que muchos de los señalados tienen que ver más con el periodismo de opinión.

En televisión se hallan: Alfonso Espinosa de los Monteros, periodista e informativista de largo oficio en el país, con 27,9% –este tuvo un mejor rango en el 2011, con 30,1%–; Estefany Espín, joven periodista quien surge de pronto en el panorama, si se considera que antes tenía bajos indicadores, alcanzando ahora 17,8%. En prensa el más significativo es Pablo Lucio Paredes, con sus análisis económicos, con 11,5%. En radio,

despunta Estefany Espín, con 15,5%, seguida por Gabriel Espinosa de los Monteros, con 11,3%. En este campo se debe dar cuenta de la ligera caída de credibilidad de Diego Oquendo desde 2012, además del surgimiento en la crítica periodística de Carmen Andrade, desde 2013, cuando obtuvo 33,5% de preferencia, y en el 2014 cayó a 6,9%. En internet, la figura del periodista Carlos Vera sigue presente, aunque a la baja.

Los promedios, sin embargo, tampoco son significativos, hecho que demuestra la baja percepción del rol que tienen muchos periodistas en el país. Quizá en televisión podría ser considerado Alfonso Espinosa de los Monteros, con 17,5%.

**Tabla 4:** Credibilidad en los periodistas de Ecuador

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Prom
Televisión	64,8	60,3	66,8	53,8	91,0	70,1	66,9
Radio	9,4	9,6	36,0	44,1	74,9	54,5	28,9
Prensa	11,2	8,0	30,0	41,3	59,5	37,2	25,0
Internet	0,0	0,5	16,8	28,7	18,6	38,4	11,1

**Fuente:** Encuesta CICOP 2009-2014. Datos en porcentajes.

En la Tabla 4 se indica los índices de credibilidad de periodistas. Si se considera los datos anteriores, la credibilidad de periodistas es más problemática dentro del panorama de medios. Es así que en el año 2014, en la televisión el indicador de credibilidad cae a 70,1 %, cuando en 2013 se tenía 91 %. Lo mismo pasa en radio con el dato de 54,5 % en 2014, frente a 74,9 % en 2013. Igual situación en prensa, cuando se tenía en el año 2013

59,4 %, en el 2014 se obtuvo 37,2 %. En internet es significativo que haya una elevación de 18,6 % en 2013 a 28,4 % en el año siguiente. Los periodistas llamados “independientes”, sobre todo en medios alternativos como las redes sociales, parecen obtener cierta consideración.

Con todo, los promedios muestran que la credibilidad no es alta, salvo para los periodistas en el sector de la televisión, con 66,9 %.

**Tabla 5:** Factores que afectan a la credibilidad de medios y periodistas

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Prom
No sabe / no responde	9,4	25,5	2,6	30,4	20,1	7,6	11,9
Independencia, honestidad y veracidad	25,3	15	34,3	15,3	19,9	22,0	21,1
Imparcialidad, transparencia y objetividad	17,8	14,9	21,6	14,5	10,8	18,8	16,0
Calidad de los contenidos	13,8	12,8	5,7	7,5	8,2	13,1	9,7
Investigación y rigor informativo	7,9	10,8	8,7	6,2	12,2	6,9	8,5
Factores económicos e intereses sectoriales	9,4	6,2	2,2	3,4	8,1	5,7	7,9
Ética y responsabilidad	2,7	1,3	11,7	9,1	9,3	10,3	5,7
Factores políticos y pugna con el gobierno	13,7	5,9	6,3	8,5	6,7	8,3	5,2
Formación y experiencia profesional	0,3	7,6	6,9	5,1	4,8	7,1	3,7

**Fuente:** Encuesta CICOP 2009-2014. Datos en porcentajes.

En la Tabla 5 se observa los factores que son problemáticos o afectan a la credibilidad. Así, se debe hacer constar el problema de la independencia, ligado a la honestidad, con efectos en la veracidad, el cual llegó en el año 2014 hasta un 22 %. Es decir, los encuestados señalan que este podría ser un factor que afecta a la credibilidad de medios y periodistas, en tanto no habría independencia.

Otro factor es la falta de imparcialidad, hecho que implicaría ausencia de transparencia y objetividad, que

en 2014 llega hasta un 18,8 %. Igualmente, la calidad de los contenidos, hasta un 13,1 %. Hay que resaltar, además, problemas éticos y de responsabilidad, por los que la opinión pública la sitúa hasta un 10,3 %.

En promedio, los factores más problemáticos que afectan la credibilidad de medios y periodistas en Ecuador son: independencia, honestidad y veracidad, con un índice de 21,1 %; imparcialidad, transparencia y objetividad, hasta un 16 %.

**Tabla 6:** Percepción sobre influencia de sectores determinados en la emisión de información.

		No sabe/ No resp.	Nunca	Casi nunca	Regularmente	Casi siempre	Siempre
Influencia del gobierno	2012	26,8	3,7	7,5	12,6	25,3	24,0
	2013	5,2	1,7	9,5	17,2	37,4	28,9
	2014	5,9	3,2	7,2	26,5	32,3	24,9
Influencia de partidos políticos	2012	26,9	2,5	5,9	19,6	21,0	24,0
	2013	5,7	9,6	13,7	29,7	22,7	18,6
	2014	6,0	3,3	8,3	30,1	36,4	15,9
Influencia de empresa privada	2012	26,0	6,8	11,8	24,4	19,0	12,1
	2013	9,4	6,3	33,8	34,2	11,4	4,9
	2014	9,4	4,3	16,7	35,7	25,8	8,2
Influencia de sindicatos	2012	33,0	6,9	14,1	25,5	12,9	7,6
	2013	14,8	11,5	34,2	30,0	7,3	2,2
	2014	9,6	5,4	20,3	34,5	22,8	7,3
Influencia de org. civiles	2012	33,9	6,9	18,4	22,2	12,3	6,3

		No sabe/ No resp.	Nunca	Casi nunca	Regularmente	Casi siempre	Siempre
	<b>2013</b>	12,8	12,5	36,3	25,1	8,8	4,5
	<b>2014</b>	12,1	6,2	15,5	34,3	25,1	6,8
Influencia de ciudadanía	<b>2012</b>	27,8	11,5	17,0	20,4	10,6	12,7
	<b>2013</b>	26,1	14,1	17,9	9,3	31,7	0,9
	<b>2014</b>	2,4	7,0	13,1	27,7	33,7	16,1

**Fuente:** Encuesta CICOP 2009-2014. Datos en porcentajes.

Nótese que el índice “Factores políticos y pugna con el gobierno”, como problema que afecta a la credibilidad de medios y periodistas, de acuerdo con la Tabla 5 anterior, no es tan alto, llegando en 2014 hasta un 8,3% –como sucede en 2012, con 8,5%–. Este dato es más bajo en relación a 2009, cuando la pugna gobierno-medios era un poco más alta, llegando, en la percepción de los encuestados, hasta un 13,7%. Quiere decir que de 100 personas, solo 8 creen que ese factor sea el que problematiza la situación de generación de información en medios y determina su calidad en el año 2014.

Empero, de acuerdo con la Tabla 6 es posible ver que ya en el ejercicio de medios y periodistas hay presiones sectoriales, por contradictorio que esto pueda ser.

Por ejemplo, para la opinión pública ecuatoriana casi siempre hay

influencia o presión del gobierno desde 2012. En tal año, un 25,3% pensaba que esto era así; en 2013, este dato subió a 37,2%, pero en 2014 baja a 32,3%. Nótese que aparte del sector de gobierno están los partidos políticos, de izquierda y de derecha, los que también ejercen cierta influencia en los medios y periodistas; es así que para los encuestados era “regularmente”, con 34,2% en 2013 y 30,1% en 2014; empero es en este último año que la presión de partidos políticos subió hasta un 36,4% con el indicador “casi siempre”.

Ciertos sectores sindicales ejercieron influencia en el año 2012 –casi nunca– con 34,2%, en 2013, con 30% y en 2014, con 34,5%, en forma regular. Organizaciones civiles más bien casi nunca en 2013, hasta un 36,3% y regularmente en 2014, con 34,3%. Es de observar que sectores de la ciudadanía han estado alertas para ejercer

crítica o influencia a los medios y 31,7% y 33,7%, con el indicador “casi periodistas tanto en 2013 y 2014, con siempre”.

**Tabla 7:** Percepción sobre la calidad de la información recibida.

		No sabe/ No resp.	Nunca	Casi nunca	Regularmente	Casi siempre	Siempre
Oportuna	<b>2010</b>	4,5	7,2	17,9	38,7	23,6	8,2
	<b>2011</b>	8,0	4,0	10,1	29,2	26,0	22,7
	<b>2012</b>	17,2	5,3	9,5	39,1	22,0	7,0
	<b>2013</b>	3,5	3,4	14,6	42,1	29,0	7,5
	<b>2014</b>	5,1	9,5	18,1	45,8	19,2	2,3
	<b>Total</b>	7,9	5,9	14,0	39,6	23,8	8,8
Clara	<b>2010</b>	3,2	8,0	18,3	34,3	24,2	12,0
	<b>2011</b>	6,4	4,6	11,3	30,9	28,2	18,6
	<b>2012</b>	15,5	5,6	10,2	39,8	24,7	4,3
	<b>2013</b>	3,2	2,6	19,1	40,1	29,5	5,5
	<b>2014</b>	2,2	9,5	19,1	46,0	21,4	1,7
	<b>Total</b>	6,3	6,0	15,7	39,0	25,5	7,5
Veraz	<b>2010</b>	4,1	7,1	16,6	37,2	25,1	9,9
	<b>2011</b>	8,7	4,0	12,6	34,1	25,3	15,2
	<b>2012</b>	21,4	5,4	12,2	38,2	19,0	3,8
	<b>2013</b>	5,7	4,8	19,4	45,7	21,3	3,0
	<b>2014</b>	2,2	5,9	14,2	49,7	24,3	3,6
	<b>Total</b>	8,8	5,4	15,0	41,8	22,7	6,4
Confiable	<b>2010</b>	3,9	10,3	18,2	33,0	25,9	8,7
	<b>2011</b>	7,2	5,6	13,9	30,5	27,3	15,6
	<b>2012</b>	32,2	8,2	9,8	22,7	16,3	10,8
	<b>2013</b>	38,3	6,9	19,6	22,8	9,5	2,9
	<b>2014</b>	60,5	6,8	13,7	14,9	3,8	0,3
	<b>Total</b>	31,7	7,5	14,9	23,8	15,1	7,0
Imparcial	<b>2010</b>	3,6	12,5	19,1	32,6	21,7	10,5
	<b>2011</b>	10,3	8,6	17,7	27,7	21,9	13,7

		No sabe/ No resp.	Nunca	Casi nunca	Regularmente	Casi siempre	Siempre
	<b>2012</b>	22,7	10,4	16,8	31,5	15,5	3,0
	<b>2013</b>	3,9	14,4	28,3	30,9	16,8	5,6
	<b>2014</b>	7,9	13,4	22,2	37,0	18,8	0,8
	<b>Total</b>	10,1	12,0	21,2	32,2	18,5	6,0

**Fuente:** Encuesta CICOP 2009-2014. Datos en porcentajes.

La Tabla 7 refleja la valoración de la información que se publica o emite en los medios ecuatorianos. Los datos más significativos son los siguientes.

Para los encuestados la información tiene calidad, ya que es oportuna en forma regular en los años 2013, con 42,1 % y 2014, con 45,8 %. Es clara en dichos años, con 40,1 % y 46 % y con la misma valoración de “regularmente”. Es veraz también en los citados años, con 45,7 % y 49,7 %. El índice de confiabilidad, sin embargo, no es alto; incluso en el año 2014, los encuestados o no respondieron o no supieron expresarlo bajo ese indicador, hasta un 60,5 %. Reafirman también la falta de imparcialidad en forma regular, sobre todo los últimos tres años.

En general, se piensa que la calidad de la información llega a ser oportuna en forma regular en promedio de 39,6 %. Lo mismo en el caso de la claridad de la información, hasta 39 %, e imparcial, hasta un 32,2 %. El más alto valor está en la veracidad de

la información, según un 41,8 %. En cuanto a la confiabilidad de la información, un 31,7 % no sabe qué responder o no responde directamente.

## Discusión y conclusiones

La investigación del panorama de medios y periodistas, respecto a su credibilidad, permite señalar algunos aspectos. Un hecho fundamental es que, no obstante se observa que hay una tendencia de los medios y periodistas a recuperar la confianza en la opinión pública ecuatoriana, solo los sectores de la televisión y de la prensa lo han logrado. Quiere decir que una parte de la sociedad da su aval a estos sectores en cuanto a la información que les proveen y les son útiles para tomar decisiones. Los mismos periodistas en el sector de televisión, por otro lado, tienen mejor credibilidad que otros de diferentes sectores –prensa, radio, internet–.

Dentro de este marco, es importante remarcar que, si bien hay una fuerte presencia de medios privados en la percepción de los públicos, los medios públicos, sobre todo los de televisión y prensa, siguen luchando por un espacio representativo en el panorama de medios, con resultados nada desdeñables. Sin embargo, dados los datos, es menester reafirmar que ciertos y pocos medios y periodistas, aunque tienen cierta credibilidad, esta no es tan considerable como se esperaría. Quiere decir, que tanto medios como periodistas todavía tienen índices que no llegan a la media esperada.

Si sostuvimos que la credibilidad tiene que ver con el efecto que tiene la información en las personas, se debe afirmar que los esferas de referencia para la sociedad ecuatoriana lectora o ávida de información son, en efecto, la televisión y la prensa. La una por la inmediatez de la información y la otra sobre todo porque publica análisis y opinión. De hecho, la televisión y la prensa son, en la actualidad, los medios o entornos desde donde las personas se informan y toman decisiones, de acuerdo con nuestra primera hipótesis de trabajo.

Es clave indicar, por otro lado, que la opinión pública ecuatoriana

confía más en la opinión de periodistas o expertos que no solo informan, sino que también ofrecen cierta valoración de los hechos, tal como se ha mostrado precedentemente: los periodistas más nombrados tienen un papel predominante porque además señalan puntos de vista respecto a la realidad. El hecho que se siga a determinados medios y ciertos periodistas implica que ellos, por otro lado, gozan de alguna reputación en el panorama diverso y tenso que parece vivirse en Ecuador. Cabe decir que un puñado de medios privados y periodistas presentes en este entorno se enfrentan desde hace poco con un actor clave de las políticas estatales: los medios públicos. Claro está que aún no aparecen entre los primeros de la lista, periodistas o gente de opinión de este último entorno que puedan equipararse con los de los medios privados. Pero esta situación puede variar por un hecho observado, si se considera los anteriores informes publicados: que muchos periodistas aparecen como reputados solo en coyunturas y luego desaparecen de la percepción de los encuestados. Ello explica que en la actualidad una periodista en un canal de televisión, por ejemplo, aparezca como mencionada sin que antes haya tenido impacto; se

trataría de nuevos rostros que han tomado la posta de otros periodistas que en años anteriores eran mencionados. Quiere decir que el panorama de medios se sostiene, de acuerdo con nuestra segunda hipótesis, según la actoría de ciertos periodistas que entran en el campo o dentro del tablero socio-político vigente. Es así que la credibilidad de determinados periodistas hace que muchos medios aparezcan como reputados, pero que pueden sostener posiciones ideológicas o sostener el marco de intereses subyacentes en los medios privados. En el caso de los medios públicos, donde en apariencia hay cierto pluralismo y no personalismo, este hecho se manifiesta más bien por un tipo de información contrastada y sustentada.

Respecto a la información producida por medios y periodistas, se piensa que esta es regularmente veraz, oportuna e imparcial. Este factor de regularidad no implica superar la media; esto puede contrastarse con que la misma información no es siempre confiable. Quiere decir, que si bien la información publicada o emitida puede ser clara, adecuada y equitativa, prevalece la duda de que esté producida de forma honesta o sea políticamente correcta en virtud de

los nuevos escenarios impuestos por la Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador.

Es posible comprender esto último con el hecho que, según los encuestados, la información parece adolecer de independencia, honestidad y veracidad, además de imparcialidad, transparencia y objetividad. Aunque hay un cierto mejoramiento de la calidad de la información, esta puede estar traspasada por la autocensura, por determinaciones de sectores de medios que se mimetizan como si fueran más democráticos o pretenden estar en consonancia con los mandatos de la Ley y las regulaciones vigentes, sin estarlo realmente, etc. Los medios y periodistas, así, tienen una labor, si bien de responsabilidad, al mismo tiempo de tratar de cumplir con los estándares o criterios que exige el contexto social y político de Ecuador. Su propia posición en el entorno público, desde ya, les hace que estén siempre en el marco de una tensión. En esta, igualmente, se puede observar que las influencias o presiones sectoriales no solo son de gobierno, sino también de partidos políticos y de la propia empresa privada. De igual modo, sectores sindicales, de organizaciones civiles y de la ciudadanía. En otras palabras, tales

presiones o influencias, si bien pueden ser entendidas como cuestiones que llevan a que los medios o periodistas publiquen o no determinadas informaciones, también supone que su propio ejercicio está siendo observado con más determinación por diversos sectores.

Ahora bien, está claro que un factor que determina el *modus operandi* de medios y periodistas en el panorama de medios descrito es el hecho que, para evitar conflictos de señalamientos o de juicios por parte de organismos tanto estatales como ciudadanos, muchos han debido suprimir programas informativos, reemplazándolos por los de entretenimiento o simplemente emitiendo música. En una nota de El Universo, “La aplicación de Ley Orgánica de Comunicación tiene un impacto económico en medios”, precisamente se menciona que bajo el imperio actual de la Ley se han ejecutado más sanciones no solo administrativas sino también económicas, con alto impacto en el funcionamiento de los medios, desde que se aprobara la legislación de medios. En tal nota, por ejemplo, se menciona que –tomando las palabras de la directora del diario La Prensa, Lucy Freire–, por ejemplo, en la ciudad de Riobamba, “al menos

el 80 % de las 22 radios existentes tenían programas de noticias; ahora solo seis” (El Universo, 2015, p. 15); esta situación es constatable también en las ciudades donde se operó la encuesta, aunque falta recoger datos ciertos al respecto. Tal afirmación y evidencia se constituye, desde ya, en una hipótesis de trabajo futuro.

Sin embargo, si es que hay estos problemas es que el campo de medios no tiene otras respuestas a su pretendida vocación de servicio a la comunidad. Si tomamos en cuenta a Teramo, un factor del que aún se duda en Ecuador, el de la confiabilidad, se debe, hay que decirlo, a la falta voces plurales en los medios. Puede que existan excepciones, pero de acuerdo con la investigación, por más veracidad tenga la información, parece ser evidente que esta sigue siendo escrita o producida bajo la autoridad de determinados sectores entre los que tampoco escapa el sector oficial. Siguiendo con el esquema de Teramo, es posible que tal información provista no tenga la relevancia o importancia, o no esté ligada a la pluralidad de intereses de los lectores.

Una rápida revisión de lo que se publica o se difunde en los medios nos permite advertir espacios tradicionales de información, temáticas

manidas, actores siempre citados, etc. Una cuestión a trabajar es que los medios sean inclusivos y plurales; pero no solo eso, sino que sean interculturales, factor que todavía se incumple, no obstante el imperio de la Ley y de las respectivas regulaciones. Así, un reciente informe de la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM), elaborado por Jurado Vargas, señala el incumplimiento “absoluto”, en televisión, o “total”, en radio, de incluir información y programación intercultural (2015, p. 164 y 170). Dentro del tema que nos atañe, se constata otras conclusiones: la información, sobre todo en televisión, no es balanceada; del mismo modo, en los espacios de información, prevalece la opinión de forma paradójica, hecho también identificable en radio; no hay incremento de contenidos formativos, siendo más bien estos bajos; lo que se publica o se difunde ocupa más el área deportiva, de entretenimiento, etc.

Finalmente, cabe decir que, respecto a otros años, los datos del año 2014 muestran cambios en la credibilidad de medios y periodistas. Las audiencias o lectores aún están conectados a medios tradicionales como la televisión y la prensa. Igualmente,

la opinión pública comprende como válida a la opinión periodística, no obstante el apareamiento de “figuras” que capitalizan el estado de tensión.

En respuesta a la pregunta inicial, se puede decir que las personas encuestadas sí tienen una percepción sobre la dinámica de medios y periodistas en cuanto a información; su valoración la consideramos como indicadores de credibilidad. Tal credibilidad hace aparecer u olvidar determinadas figuras del periodismo en razón que estos parecen tener preeminencia solo en coyunturas. De ahí que la imagen que se tiene de medios y periodistas solo sea en relación con conflictos. Esto implica que el campo periodístico se mueve sobre todo respecto de las crisis. Si esto es así, el panorama mediático, su reputación, se construye con base en la conflictividad y, posiblemente, el escándalo que produce la información y la opinión publicada o difundida; es decir, los hechos de la realidad cotidiana social y política del país se llevan a un plano de radicalización, lo que demuestra que los medios y periodistas poco colaboran a un real debate dentro de la sociedad. Por contraste, si se toma en cuenta los datos de la SUPERCOM, parecería que la imagen de los

escándalos que parecen levantar los medios y periodistas, se contrastan con otros espacios de escapismo, ligados al consumo material o al entretenimiento. Si las personas sostienen sus vidas con base en las opiniones y no en la información, por lo tanto, los medios no ofrecen del todo información de calidad. Sin embargo, está claro que todo ello también está ahora determinado por las veedurías e intervenciones que diversos actores sociales y políticos hacen de los medios y periodistas, complicando su quehacer y el propio panorama, cuyos pocos indicadores se ha descrito en este informe.

## Referencias

Abad Ordóñez, G. (2012). *La responsabilidad social del periodismo: procesos informativos, debates políticos y ejes de políticas públicas en el contexto de la Ley de Comunicación en el Ecuador* (Informe de investigación) (p. 26). Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

Barrios Rubio, A. (2013). Los jóvenes y la red; usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación. *Signo y Pensamiento*, 28 (54),

265-275. <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.11144/4537>

Bourdieu, P. (2008). Algunas propiedades de los campos. En *Cuestiones de sociología* (pp. 112-119). Madrid: Akal.

Cárdenas, G. (2013). Cambios de los perfiles de periodistas, medios y fuentes, producto de la fluctuación de la credibilidad de medios en el Ecuador 2009-2011. *Revista ComHumanitas*, 4 (1), 73-98.

Castells, M. (2010). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.

Cerbino, M., & Ramos, I. (2009). La comunicación de masas en tiempos de la revolución ciudadana: Apuntes para la democratización del espacio mediático en Ecuador. *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, (145), 34-39.

Dávila Zabala, N. (2012). La crisis económica mundial: una mirada al discurso de opinión editorial en cuatro diarios ecuatorianos (2009-2010). *Revista ComHumanitas*, 3 (1), 73-98.

El Universo. (2015, mayo 3). La aplicación de Ley Orgánica de Comunicación tiene un impacto económico en medios. *El Universo*, p. 15. Quito.

- Gaibor Aspiazú, M. B. (2014). Discurso de opinión sobre la crisis económica mundial: análisis de cinco diarios ecuatorianos. *Revista ComHumanitas*, 4 (1), 175-184.
- Habermas, J. (1999). *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Jurado Vargas, R. (2015). *Informe final sobre la línea de base del cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación* (Informe) (p. 202). Quito: Superintendencia de la Información y Comunicación.
- Price, V. (2001). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Punín Larrea, M. I. (2011). Rafael Correa y la prensa ecuatoriana: una relación de intrigas y odios. *Razón y Palabra*, (75), 1-13.
- Rodrigo Mendizábal, I. (2010). Crisis económica y financiera mundial y opinión periodística editorial. *ComHumanitas*, 1 (1), 123-154.
- Rodrigo Mendizábal, I. (2012). Calidad informativa: credibilidad de medios y periodistas en el Ecuador. *Revista ComHumanitas*, 3 (1), 53-69.
- Rodrigo Mendizábal, I. (2013). *Medios: actores políticos populistas* (Informe de Credibilidad de Medios y Periodistas 2013) (pp. 1-20). Quito: Universidad de Los Hemisferios.
- Rodrigo Mendizábal, I. (2014a). La credibilidad de medios y periodistas en Ecuador en 2013 y su relación con lo político. *Revista ComHumanitas*, 5 (1), 49-61.
- Rodrigo Mendizábal, I. (2014b). La presencia de los medios en la actual democracia: tendencias de la credibilidad en Ecuador. *Chasqui*, (127), 26-36. <http://doi.org/10.16921/chasqui.v0i127.2291>
- Sartori, G. (1999). *Elementos de teoría política*. Madrid: Alianza.
- Teramo, M. T. (2006). Calidad de la información periodística en Argentina. Estudio de diarios y noticieros. *Palabra Clave*, 9 (1), 57-84.
- Vásconez Dávalos, I. (2010). La credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: reflejo de un periodismo de calidad. *Revista ComHumanitas*, 1 (1), 173-182.

Villamarín Carrascal, J. (2013). Estándares de calidad de la información y democracia de calidad. *Chasqui*, (122), 23-30.