

LA CREDIBILIDAD DE MEDIOS Y PERIODISTAS EN ECUADOR EN 2013 Y SU RELACIÓN CON LO POLÍTICO

THE CREDIBILITY OF MEDIA AND JOURNALISTS IN ECUADOR IN 2013 AND ITS RELATIONSHIP WITH THE POLITICAL ARENA

Iván Fernando Rodrigo Mendizábal
Universidad de Los Hemisferios
Centro Investigaciones en Comunicación y Opinión Pública (CICOP)
ivanr@uhemisferios.edu.ec

Resumen

El artículo se centra en la credibilidad de medios de comunicación y periodistas entre 2009 y 2013, recogiendo los resultados de una encuesta nacional. Se observa que los índices de credibilidad, sentido general, han mejorado en cuanto a medios; pero también se constata que determinado periodistas han bajado su credibilidad. El escenario político es el que determina, en cierta medida, en la credibilidad, donde la tensión medios-gobierno prevalece, a la par de la crítica dada por sectores ciudadanos respecto a la calidad de la información. Es evidente que los medios de comunicación, resultado de su actual posicionamiento, han debido mejorar sus estrategias informativas.

Palabras clave: Credibilidad, medios de comunicación, Ecuador, opinión pública, política.

Abstract

The paper focuses on the credibility of media and journalists between 2009 and 2013, by the collection of the results of a national survey, which shows that credibility rates, generally, have improved in media; but it also notes that certain journalists have lowered their credibility. The political scenario is what determines, to some extent, credibility, where media-government tension prevails, along with the criticism given by sectors of citizens regarding the quality of the information. Clearly, the media, resulting from its current position, has to improve their information strategies.

Keywords: Credibility, media, Ecuador, public opinion, politics.

Artículo recibido el 24 de febrero de 2015. Aceptado el 9 de marzo de 2015.

1. Introducción

Uno de los factores preponderantes en la vida pública y política de Ecuador es el papel de los medios de comunicación masivos. Este hecho no es nuevo en la vida republicana desde que Ecuador lograra su independencia en la medida que el periodismo impreso ha tenido siempre un lugar en el devenir de lo político. Hoy en día, a la prensa se ha sumado la televisión y la radio, además de Internet, cada uno con sus especificidades y sus determinaciones, y los impactos de estos en la vida institucional del país sigue siendo objeto de atención no solo de la ciudadanía sino también de los poderes de gobierno.

Tales impactos, en efecto, tienen que ver con lo que los medios publican o publicitan, con la información que ellos entregan a la sociedad, con la calidad de sus contenidos que pueden o no afectar a la toma de decisiones. Pero sobre todo con que los medios de comunicación masivos se mantienen como un elemento que gravita en el contexto de la política muchas veces tratando de disputar el terreno propio del quehacer político.

¿Cómo se da esta situación? Es evidente que los medios de comunicación tienen preponderancia en la vida social o en la vida pública de las sociedades urbano occidentales, al igual que en el entorno socio-político al ser una especie de termómetro de lo que acontece en estos lugares. Al mismo tiempo porque en los medios, a la par de la información, circula en su seno un tipo de opinión, la cual muchas veces puede entrar en conflicto con la gubernamentalidad a la que hacía mención Foucault en su momento, es decir, con el conjunto de "las instituciones, [de] los procedimientos, [con el] análisis y reflexiones, [con] los cálculos y las tácticas que permiten ejercer esa forma bien específica, aunque muy compleja, de poder que tiene por blanco principal la población" (Foucault, 2006, p. 136).

En efecto, los medios de comunicación, gracias a la diversidad de actores que están en su universo institucional, por el hecho de obrar sobre la vida social, parecen enfrentarse a los poderes que hacen al gobierno, desatando, de este modo, tensiones que hasta hoy son objeto tanto de análisis como de debates e incluso problemas relacionados con el tema de la libertad de publicación y de expresión.

Un punto de mayor relevancia en la infor-

mación y la opinión vertida en los medios es precisamente el referido al campo político. Es ese el lugar de las tensiones. Es el espacio donde parece no tener puntos en común la racionalidad gubernamental y el mirar de la realidad por parte de los periodistas. Este desencuentro se radicaliza más en Ecuador y en Latinoamérica cuando el poder gubernamental cuestiona el modo de mirar la realidad periodística y cree encontrar allá puntos de desestabilización.

El hecho es que ese lugar de desencuentro tiene que ver también con el reclamo, probablemente histórico de los medios de comunicación de masas, de ser reconocidos como un "cuarto poder". Esta premisa es naturalmente de corte liberal; supone que los medios se presentan como el contrapeso a los poderes estatales. En 1843 tal frase fue acuñada por el inglés Thomas Macaulay, interpretando de manera interesada a Edmund Burke, quien manifestaba su disgusto porque el naciente periodismo en el XVIII ya se tomaba ciertas atribuciones en el terreno tanto social y político, hecho que pronto se tornó en el argumento primordial para que los medios y los periodistas, pero sobre todo los propietarios de medios de comunicación, así como los que realizaban contenidos de opinión, se equiparen con las instancias de discusión política como los parlamentos o los congresos, lugares del debate político (Hernando, 2002, p. 45, 2004, p. 74).

Esta premisa liberal, ligada igualmente a la libertad de opinión va a ser la tónica del desempeño de los medios de comunicación y va a determinar el vaivén y la vida de estos precisamente en los Estados bajo diversos modelos de gobierno. En la actualidad, la premisa del "cuarto poder" si bien se la sobreentiende, al mismo deja lugar a una figura renovada de los "nuevos foros", donde los medios y los periodistas parecen obrar con la información y la opinión de modo más profesional. Castells por ello señala que los medios de comunicación masivos "no son [solo] el Cuarto Poder. Son mucho más importantes: son el espacio donde se crea poder" (2010, p. 262).

La pretensión del presente artículo es evidenciar si, no obstante la tensión actual en Ecuador gobierno-medios de comunicación, y a sabiendas que el factor de lo político es el factor mayoritario para una supuesta crítica levantada por diversos sectores sociales –además del gobierno–, la credibilidad de medios y periodistas ha sido afectada. O en otras palabras, ¿en qué

medida la credibilidad de medios y periodistas en Ecuador se ha visto afectada o modificada según el parecer de los ecuatorianos?

Esta inquietud redundante naturalmente a otros informes publicados por el Centro Investigaciones en Comunicación y Opinión Pública (CI-COP) anteriormente: "La credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: reflejo de un periodismo de calidad" (Vásquez Dávalos, 2011), "Crisis económica y financiera mundial y opinión periodística editorial" (Rodrigo Mendizábal, 2011), "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) y "Discurso de opinión sobre la crisis económica mundial: análisis de cinco diarios ecuatorianos" (Gaibor Aspiazú, 2014). El presente, sin embargo, es una actualización bajo los parámetros de credibilidad, opinión pública e interés local.

La credibilidad es un factor que ha sido discutido ampliamente en la literatura respecto al rol del periodismo en la sociedad actual; recordemos así a Christlieb (1982), Price (2001), van Dijk (2001) o Castells (2010). Brevemente se puede decir, tomando en cuenta a estos autores, que la información puede llevar a inferencias y decisiones por parte de los lectores o audiencias de medios. Empero se sabe que la información, tal como puede ser presentada, tiene sus sesgos, su direccionamiento y una cierta comprensión de la realidad, ligada a intereses de sectores que manejan o que tienen incidencia en los medios. Esto muestra que la información se presenta con ciertas condiciones que pueden verse como "estratégicas" para el momento de su emisión. Aunque el factor de la verdad es fundamental en toda información, esta también puede estar sesgada por determinadas visiones de mundo, por ciertas preferencias o prejuicios; entonces la verdad puede aparecer como opacada, brotando la ideología de manera soterrada. Así, el tema del sesgo nos lleva a observar al periodismo, ligado al campo político, en el marco de una tensión que puede haber entre ellos, en tanto el primero pretende un lugar en la representación de la realidad. De este modo, el encuadramiento que pretenden los medios del quehacer político, muchas veces lleva a que periodistas y medios disputen el campo de la política como parte de su quehacer. En cualquier caso, nos reafirmamos con la idea planteada en otro estudio, a

comprender a la credibilidad como "al efecto que tiene la información en las personas" (Rodrigo Mendizábal, 2012, p. 55) y que en el contexto del campo político implica, por otro lado, "construir consenso alrededor de opciones políticas" (2012, p. 57). Cabe, empero, preguntarse si esto, en efecto, se da en el marco del periodismo ecuatoriano

La cuestión de la opinión pública es también un hecho que forma parte del escenario información-política. Se sabe que la opinión pública es un factor inherente al liberalismo, a su sostenimiento, a su funcionamiento y supuestamente a la consolidación de una democracia ligada a los intereses de sectores con determinado poder político. Esto lo ha discutido ampliamente Habermas (1999). Así, sería fácil decir que la opinión pública es la misma que se da producto del impacto de los medios de comunicación. Floyd Allport planteaba ya en la década de 1940, por el contrario, que la opinión pública era una actividad cooperativa de individuos frente a una situación (cit. en D'Adamo, García, & Freidenberg, 2007, p. 15) Nuestra propuesta, de acuerdo a ello, es comprender que aquélla es una opinión que no es construida por los medios de comunicación o las élites políticas o intelectuales que se valen de medios, tal como lo analizara Habermas para criticar de una vez todas la idea de que la opinión pública es algo casual, sino más bien el producto de la intervención mediática y de los intereses que están en su seno; de este modo, la opinión pública es la opinión actualmente construida por diversos sectores en referencia a temas de interés y que no siempre se constituye por efecto de los medios, sino por los problemas de sesgo informativo que muchas veces pueden ellos plantear. Habría que evidenciar si este pensamiento se cumple para el caso ecuatoriano a sabiendas que la opinión pública, en el contexto de gobiernos críticos al liberalismo tradicional, desatan opiniones descontradas con alguna información que puede aparecer problemática.

Finalmente el hecho político visto con relación a la comunicación es un factor clave que permite, asimismo, ver la cuestión de la pertinencia de la información en el contexto de lo nacional o lo local. El tema de lo político en el marco de la comunicación, supone comprender la persuasión como punto inherente tanto al quehacer político, cuanto a la naturaleza de la información. Si antes afirmamos que la credibilidad tiene que ver con el efecto de la información en las decisiones y el

quehacer de las personas, el hecho periodístico, mediante la persuasión, se entronca justamente en ese efecto concreto a conseguir, pero que en el caso de lo político se relaciona con la representación de la realidad política (Abril Vargas, 1999, p. 23). Quizá el tema de lo político ha estado ligado al ejercicio del periodismo desde su nacimiento, sobre todo en el contexto de mostrar el acontecer público como constituyente del funcionamiento de los Estados. Empero, en la medida que los medios de comunicación y los periodistas empezaron a tomar lugar preeminente en las disputas por las ideas en el campo de la política, en cierto sentido, estos también empezaron a reclamar eso que en su momento se planteó como el "cuarto poder". En la actualidad es claro comprender que entre el campo político y la actividad periodística hay una separación dadas sus propias naturalezas. Tomando en cuenta a J. Blumler y M. Gurevitch, y yendo más allá de los planteamientos anteriores, debemos decir que el campo político está determinado por el ejercicio del poder, pero que en el caso de los medios de comunicación, su naturaleza y su presencia vital en las sociedades deviene de tres fuentes: la estructural, la psicológica y la normativa. En el caso de la primera, se refiere a que los medios ocupan un lugar en el sistema, lugar que se relaciona con una especie de membrana porosa entre el público y la autoridad; este hecho, de alguna manera hace que la institucionalidad política también acuda a los medios ya que su posicionamiento estructural les hace eficaces mediadores y a la vez medios para recoger inquietudes. En el segundo, la fuente psicológica implica una cierta idealización donde las audiencias les otorgan credibilidad al igual que confianza, solventando su trabajo mediático; este hecho determina la primacía de los medios en los imaginarios de la sociedad. En el tercero, en lo normativo, los medios parecen encarnar algunos de los postulados más vitales de la democracia, cuales son la libertad de expresión y el control aparentemente ciudadano –aunque mediado– sobre la institucionalidad política y gubernamental (J. Blumler y M. Gurevitch cit. en Sotelo González & Cabezuelo Lorenzo, 2010, pp. 154-155). Nos encontramos, por lo tanto, en un dominio en el que la relación periodismo y política sigue siendo preponderante, no obstante las críticas y los señalamientos de parte y parte, pero además del hecho ineludible que los medios no pueden desvincularse de la vida social y pública de una na-

ción y de un Estado de derecho.

2. Metodología

El presente artículo recoge los resultados cuantitativos de la investigación: "Credibilidad de medios, periodistas y fuentes en el Ecuador" que anualmente, desde el 2009, realiza el Centro de Investigaciones en Comunicación y Opinión Pública (CICOP) de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios. Examina los indicadores de credibilidad de la población ecuatoriana sobre los medios y los periodistas, con la pretensión de dar a la comunidad de investigadores y a quienes componen los medios de comunicación masiva un sistema de datos que permita el mejoramiento de la calidad de la información producida en nuestro país.

Se analiza los resultados de los años 2009-2013 recogidos de una encuesta nacional. Exhibe los datos obtenidos mediante un cuestionario estructurado a una muestra proporcional de habitantes de tres ciudades del Ecuador: Quito, Guayaquil y Cuenca. Para la selección de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

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

Las hipótesis de las que partimos fueron las siguientes: a) los medios de comunicación son la principal fuente de la información de la ciudadanía ecuatoriana; b) la credibilidad de los medios de comunicación está asociada con la credibilidad de los periodistas; c) los temas, como el del campo político, que preocupan a las personas están asociados a la credibilidad de los medios de comunicación y sus periodistas.

3. Hallazgos

En primer lugar, evidenciamos el estado de la credibilidad de los medios y periodistas en Ecuador entre 2009 y 2013. Al respecto la Tabla 1 nos señala la credibilidad de prensa, radio, televisión e Internet en el período indicado.

Tabla 1. Credibilidad de prensa, radio, televisión e Internet en Ecuador

	Denominación medio	2009	2010	2011	2012	2013
Televisión	Ecuavisa	32,3	28,9	30,7	19,5	22,3
	EcuadorTV	0,5	1,2	4,3	4,3	21,9
	Teleamazonas	20,0	25,5	24,3	24	20,5
	Gama TV	8,3	4,1	11,2	4,9	4,9
	Canal Uno	3,1	4,7	2,8	4,7	2,5
	TC Televisión	8,1	5,1	7,4	4,9	0,1
Prensa	El Universo	15,8	17,2	22,4	20,2	32,1
	El Comercio	26,7	35,4	39,1	26,8	16,7
	El Telégrafo	0,6	1,4	0,9	4,3	9,3
	Expreso	0,0	0,1	0,1	0,3	4,2
	Extra	2,5	1,8	6,3	4,6	1,7
	Hoy	1,4	3,6	1,9	3,1	1,2
Radio	Radio Eres	0,0	0,9	0,2	0,1	16,5
	Radio Caravana	0,6	3,6	7,4	8,6	15,2
	Radio Colón	0,0	0,0	0,6	0,0	11,8
	Radio Canela	0,0	0,7	0,5	0,3	9,6
	Radio Tomebamba	0,0	0,0	0,1	0,4	8,5
	Radio Visión	1,4	3,2	5,0	12,5	5,6
Internet	Zona Sur Ecuador	0,0	0,0	0,1	0,0	9,8
	El Universo	0,6	1,3	1,1	0,8	9,7
	Ecuador inmediato	2,1	0,9	6,8	8,4	7,3
	El Comercio	1,1	4,5	14,6	21,1	7,2
	TCTV	0,0	0,0	0,0	0,7	6,9
	La República	0,0	0,0	0,0	5,1	3,9

Fuente: Encuesta CICOP 2009-2013. Datos en porcentajes.

De acuerdo a la Tabla 1, tomando en cuenta solo los seis medios más nombrados, se observa que estos no logran el 50% de nivel de aceptación, hecho que incide en su credibilidad. En promedio, respecto a la televisión, los indicados llegan apenas a 11,90%. Las variaciones son las siguientes: Ecuavisa tiene más atención en el 2009 con 32,3%; luego baja a 28,9% en 2010; sube en parte en 2011 hasta 30,7; en el 2012, su credibilidad baja a 19,5% y en el 2013 sube a 22,3%. Asimismo, Teleamazonas en el 2009 mantenía una credibilidad de 20,0%, en el 2010 de 25,5%; en el 2011 de 24,3%; en el 2012 de 24,0%; luego baja a 20,5% en el 2013. Llama la atención el aumento de credibilidad de Ecuador TV, de 0,5% en 2009; 1,2% en 2010; 4,3% en 2011; 4,3% en 2012; a 21,9% en 2013. Hay que notar el posicionamiento que este medio público logra gracias a la oferta de otro tipo

de información, diferente a la de los medios privados.

En prensa, se observa que El Comercio y El Universo son los más nombrados, al igual que el diario público El Telégrafo. En el último período, El Universo se pone en primer lugar de atención: en 2009 tenía una credibilidad de 15,8%; en el 2010 de 17,2%; en el 2011 de 22,4%; en el 2012 de 20,2%; pero en el 2013 sube a 32,1%. El Comercio, en el año 2009, tenía una credibilidad de 26,7%, mejorando el 2010 a 35,4% y el 2011 a 39,1%, aunque decae en el 2012 a 26,8% y en el 2013 a 16,7%. En el caso de El Telégrafo, en el 2009 aparecía con 0,6%; en el 2010 con 1,4%; en el 2011 con 0,9%; en el 2012 con 4,3%, pero en el 2013 sube a 9,3%. Relativo a la emergencia de los medios públicos señalados con mejor credibilidad, se advierte en el caso de la prensa que El Telégrafo también logra

un índice de credibilidad mejor.

En lo radial, Radio Caravana logra aceptación desde 2009 con 0,6%; 36% en 2010; 7,4% en 2011; 8,6% en 2012; hasta 15,2% en 2013. Se observa, por otro lado, que si bien Radio Visión empezó a subir en la atención de la audiencia hasta 12,5% en el 2012, baja radicalmente su posición en el 2013, hasta 5,6%. Llama la atención que en el 2013 las audiencias señalen a la Radio Eres con una credibilidad de 16,5%.

Vale la pena decir que los medios en Internet siguen sin captar la atención. A pesar de ello, son citados. Es el caso de El Comercio digital, cuya credibilidad en 2011 era de 14,6% y el 2012 de 21,1%, en el 2013 baja ostensiblemente a 7,2%. Igualmente de Ecuador Inmediato que tenía en el 2009, 2,1%, en el 2010 con 0,9%, en el 2011 su credibilidad se eleva a 6,8% y en el 2012 a 8,4%; pero pronto baja ligeramente a 7,3% en 2013. En el 2013 aparece señalado un periódico online, Zona Sur Ecuador con 9,8%.

A continuación, en la Tabla 2, evidenciamos los índices de credibilidad/no credibilidad de los medios de comunicación en Ecuador.

Tabla 2. Credibilidad en la prensa, la radio, la televisión e Internet en Ecuador

	2009		2010		2011		2012		2013	
	(+)	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)
Televisión	75,6	24,4	73,4	26,6	84,6	15,4	65,5	34,5	83,7	16,3
Prensa	49,6	50,4	63,7	36,3	71,1	28,9	62,2	37,8	73,2	26,8
Radio	20,8	79,2	21,1	73,9	38,3	61,7	44,8	55,2	81,6	18,4
Internet	6,00	94,0	13,7	86,3	24,9	75,1	37,9	62,1	45,3	54,7

Fuente: Encuesta CICOP 2009-2012. Datos en porcentajes.

La Tabla 2 señala los siguientes índices. La televisión tiene una credibilidad positiva en los cinco años, desde 2009 hasta 2011, con promedios crecientes de 75,6%, 73,4% y 84,6 respectivamente, aunque en 2012 baja a 65,5%, y luego se eleva en 2013 a 83,7%.

La prensa pasa de su credibilidad negativa en 2009 de 50,4%, a una positiva, de un 63,7% en el 2010, a un 71,1% en el 2011; en el 2012 baja a 62,2%, pero luego se eleva en el 2013 a 73,2%.

Los encuestados señalan, en el caso de la radio, una credibilidad negativa. Así, se constata en el 2009, 79,2%; 73,9% en el 2010; 61,7% en el 2011; decrece a 55,2% en el 2012; es decir, se nota una baja de credibilidad, aunque en el 2013 esto se invierte con el índice de 81,6%.

Respecto a los medios en Internet se ve

que estos mantienen baja credibilidad, la cual trata de mejorar hacia el sentido positivo. De 94,0% de credibilidad negativa, en el 2009, a 86,3% en el 2010, a 75,1% en el 2011 y 62,1% en el 2012. Solo en 2013 los medios en Internet adquieren una credibilidad positiva que llega a un 45,3%.

La Tabla 3 señala, a continuación la credibilidad de periodistas. Cabe señalar que los nombrados tienen que ver más con el periodismo de opinión.

Se advierte que en televisión Alfonso Espinosa de Los Monteros mantiene credibilidad desde 2009 con 7,3%, que sube en el 2010 con 17,5%, hasta 30,1% en el 2011; pero nótese que en el 2012 baja a 12,7% y vuelve a despuntar en el 2013 con 21,4%. En este último año aparece nombrado Klever Arroba con 18,1%, dada su incursión en el campo político hecho que se concretará con su interés por optar por la Alcaldía de Cevallos en Cotopaxi. Similarmente encontramos a Hugo Gavilánez con 15,8%, quien aparece como periodista de la comunidad. Los antiguamente emblemáticos periodistas Jorge Ortiz y Carlos Vera solo son citados en 2009 y 2010; Ortiz dobla su credibili-

dad al 18,3%, mientras Vera disminuye de 31,7% a 3,8%. Cabe recordar que estos indicadores tienen que ver con la conflictividad que desatan contra el poder gubernamental.

En el contexto de la prensa los índices fijan a Pablo Lucio Paredes, quien llama la atención desde 2011 con un 9,7%, aunque pronto sus índices bajan hasta 4,9% en 2013. Francisco Febres Cordero es otro de los mencionados; éste alcanza 10,2% en el 2012 y luego baja a 7,8% en 2013. En el 2013 hay nuevos actores: León Roldós con 15,6%, Gabriela Calderón con 11,5% y Christian Torres con 10,9%.

En radio se nombra a Diego Oquendo quien sube su credibilidad hasta 11,5% en el 2012 y baja a 10,5% en el 2013; esto se constata también con Gabriel Espinosa de los Monteros, quien va del

9,8% en el 2012 al 5,5% en 2013. Nuevos actores en el 2013 son: Carmen Andrade con 33,5% y Cecilia Romero con 9,6%.

En Internet los más citados son: Carlos Vera y Jorge Ortiz. El primero en 2012 tiene un 14,4% de credibilidad y baja en 2013 a 11,9%. Ortiz también tiene 8,9% en 2012 y baja a 4,1% en 2013.

mejores índices para los periodistas entre 2009 y 2013. En el año 2009 la credibilidad es positiva para los periodistas y es de 64,8%; en 2010 es de 60,3%; en 2011 es de 66,8%; cae ligeramente en 2012 con 53,8%; en 2013 se eleva a 91,0%.

Respecto a los periodistas de radio más bien se evidencia índices negativos. Así en el 2009

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

	Periodista	2009	2010	2011	2012	2013	
Televisión	Alfonso Espinosa de los Monteros	7,3	17,5	30,1	12,7	21,4	
	Klever Arroba	0,0	0,0	0,0	0,0	18,1	
	Hugo Gavilánez	0,0	0,1	0,5	6,6	15,8	
	Fausto Valdiviezo	0,0	0,0	0,0	0,5	6,3	
	Andrés Carrión	5,0	3,9	7,2	7,5	4,1	
	Alfredo Pinoargote	0,0	0,8	4,6	3,9	3,7	
	Bernardo Abad	0,8	3,7	8,5	6,1	0,0	
	Estefany Espín	0,3	3,0	3,2	5,1	0,0	
	Janet Hinostraza	0,0	0,1	5,3	4,9	0,0	
	Jorge Ortiz	9,9	18,3	0,0	0,0	0,0	
	Carlos Vera	31,7	3,8	0,0	0,0	0,0	
	Prensa	León Roldós	0,0	0,0	0,2	0,0	15,6
		Gabriela Calderón	0,0	0,3	0,0	0,0	11,5
Christian Torres		0,0	0,1	0,0	3,6	10,9	
Francisco Febres Cordero		0,6	0,1	6,2	10,2	7,8	
Jorge Vivanco		0,8	0,3	4,0	4,9	5,3	
Pablo Lucio Paredes		0,1	0,3	9,7	8,8	4,9	
Fernando Larenas		0,0	0,5	2,9	4,0	0,0	
Emilio Palacio		0,5	3,7	3,8	0,0	0,0	
Radio	Carmen Andrade	0,0	0,0	0,1	0,1	33,5	
	Diego Oquendo	2,4	5,4	9,5	11,5	10,5	
	Cecilia Romero	0,0	0,0	0,1	1,1	9,6	
	Estefany Espín	0,0	0,0	4,9	5,0	7,6	
	Alfonso Lasso	0,0	0,0	0,0	0,1	7,3	
	Gabriel Espinosa de los Monteros	0,4	0,5	7,2	9,8	5,5	
	Andrés Carrión	1,0	0,0	5,6	5,6	0,0	
	Gonzalo Rosero	0,3	0,7	5,2	3,4	0,0	
	Miguel Ribadeneira	0,0	0,0	1,2	2,7	0,0	
	Internet	Carlos Vera	0,0	0,3	9,5	14,4	11,9
Jorge Ortiz		0,0	0,0	3,9	8,9	4,1	
Carlos Jijón		0,0	0,0	2,7	3,5	2,5	

Fuente: Encuesta CICOP 2009-2013. Datos en porcentajes.

En la Tabla 4 se observa los índices de credibilidad de periodistas. Así en televisión hay

de 90,6%; 90,9% en el 2010; 64,0% en el 2011; 55,9% en 2012; todos de percepción de credibili-

dad negativa. Pero también se ve que dicha percepción cambia en el 2013 con el dato de 91,00% positivo.

El panorama es similar en los periodistas de prensa. Su percepción, de acuerdo a los encuestados, es negativa en 2009 con 88,8%; 92% en el 2010; 70,0% en el 2011; 58,7% en el 2012. Empero en el 2013 su credibilidad negativa se revierte a 59,5% de credibilidad positiva.

En Internet en general los datos señalan credibilidad baja, con un promedio de 67,1% negativa.

encuestados. Esto se corrobora con el indicador "imparcialidad, transparencia y objetividad" que igualmente aparece como el más señalado como problemático: alcanza un 15,9% en promedio en la opinión de los encuestados: con dicho indicador se ve que algunos periodistas y medios, al responder a intereses particulares, atan su transparencia haciendo que sus argumentos no tengan la objetividad esperada. Aparte de los dos anteriores, 2011 el tema de la "ética y responsabilidad (11,7%) es un factor problemático observado; este dato se repite en 2013 con 9,3%. La calidad de los

Tabla 4. Credibilidad en los periodistas de Ecuador

	2009		2010		2011		2012		2013	
	(+)	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)
Televisión	64,8	35,2	60,3	39,7	66,8	33,2	53,8	46,2	59,5	40,5
Radio	9,4	90,6	9,6	90,9	36,0	64,0	44,1	55,9	91,0	9,0
Prensa	11,2	88,8	8,0	92,0	30,0	70,0	41,3	58,7	74,9	25,1
Internet	0,0	0,0	0,5	99,5	16,8	83,2	28,7	71,3	18,6	81,4

Fuente: Encuesta CICOP 2009-2013. Datos en porcentajes.

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

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

Fuente: Encuesta CICOP 2009-2013. Datos en porcentajes.

En la Tabla 5 constatamos ahora los factores que son problemáticos o afectan a la credibilidad. De este modo, entre 2009-2013 se ha ve que el indicador "independencia, honestidad y veracidad" no se cumple y alcanza un 22,0% en promedio; en otras palabras, que los periodistas y los medios, aunque se exponen como independientes, no lo son; les afecta el hecho que no sean independientes en la información, que muchas veces se vea la información como no honesta y, por otro lado, que cierta información no es veraz como se pretende; esta percepción es notada por los

contenidos es un hecho palpable en 2009 (13,8%) y 2010 (12,8%); esta cuestión aparece asimismo en 2013 con 8,2%. En el 2010 se reclama la investigación y rigor informativo (10,8%); este problema aparece fuertemente en 2013 con 12,2%.

Ahora bien, entre los factores que también afectan a la credibilidad de los medios aparece el indicador "factores políticos y pugna con el gobierno", llegando a un 8,2%. Este dato era un punto relativamente alto en el 2009 con 13,7% y también en el 2012 con 8,5%. Claro está que en el 2013 la opinión de los consultados señala que

ya no es un factor digno de considerar, hasta un 6,7%.

En todo caso, ahora revisemos la percepción que tienen los encuestados respecto a la información de carácter político que ofrecen los medios.

Se constata que para los encuestados la información que ofrecen los medios respecto al

gobierno es veraz, en promedio hasta un 24,0%, seguido de oportuna, hasta un 20,6% e imparcial, hasta un 18,8%. Estos datos muestran valores más bien positivos respecto a la imagen y gestión de gobierno entre los años 2012 y 2013.

De acuerdo a los encuestados, se constata

Tabla 6. Percepción sobre la información sobre el gobierno

	No sabe/No responde	Oportuna	Clara	Veraz	Imparcial	Objetiva
2012	12,8	21,4	17,6	22,7	18,6	6,9
2013	4,6	19,8	25,1	25,3	19,0	6,2
Prom	8,7	20,6	21,4	24,0	18,8	6,5

Fuente: Encuesta CICOP 2009-2013. Datos en porcentajes.

Tabla 7. Percepción sobre la información en el campo político relacionado con temas de interés

		No sabe/No responde	Oportuna	Clara	Veraz	Imparcial	Objetiva
Empleo	2010	3,2	8,8	18,8	39,6	19,1	10,5
	2011	12,3	2,9	17,1	18,6	13,7	35,4
	2012	14,4	12,7	16,3	25,4	24,2	7,0
	2013	3,9	16,8	25,7	28,5	19,0	6,2
	Prom	8,4	10,3	19,5	28,0	19,0	14,8
Costo de vida	2010	1,6	5,7	17,0	31,2	29,6	15,0
	2011	12,3	4,1	14,5	16,9	17,4	34,9
	2012	16,3	11,0	17,0	23,4	20,0	12,3
	2013	3,9	16,8	25,7	28,5	19,0	6,2
	Prom	8,5	9,4	18,5	25,0	21,5	17,1
Vivienda	2010	2,4	9,6	24,6	34,3	21,6	7,5
	2011	11,9	4,1	14,6	20,0	16,4	32,9
	2012	16,1	11,9	15,5	27,5	19,8	9,1
	2013	3,9	16,8	25,7	28,5	19,0	6,2
	Prom	8,6	10,6	20,1	27,6	19,2	13,9
Salud	2010	1,6	6,8	18,7	38,7	24,6	9,6
	2011	8,5	1,5	6,4	23,7	16,5	43,4
	2012	15,0	9,7	15,8	24,4	22,9	12,1
	2013	3,9	16,8	25,7	28,5	19,0	6,2
	Prom	7,3	8,7	16,6	28,8	20,8	17,8
Educación	2010	2,6	7,2	18,6	37,4	24,1	10,1
	2011	9,5	1,2	6,0	17,3	22,0	44,1
	2012	15,5	11,0	17,0	25,4	19,1	11,9
	2013	3,9	16,8	25,7	28,5	19,0	6,2
	Prom	7,9	9,1	16,8	27,1	21,0	18,1

Seguridad	2010	1,8	8,4	17,0	33,3	28,2	11,3
	2011	9,4	2,8	6,1	16,9	18,7	46,2
	2012	16,2	17,7	20,8	23,2	14,8	7,2
	2013	3,9	16,8	25,7	28,5	19,0	6,2
	Prom	7,8	11,4	17,4	25,5	20,2	17,7
Relaciones internacionales	2010	3,9	8,9	17,4	39,3	22,5	7,9
	2011	14,3	2,1	7,7	17,1	19,0	39,9
	2012	21,2	13,4	17,8	22,8	18,8	6,1
	2013	3,9	16,8	25,7	28,5	19,0	6,2
	Prom	10,8	10,3	17,1	26,9	19,8	15,0
Emigración	2010	2,5	7,9	23,0	35,3	23,0	8,3
	2011	14,1	3,6	14,5	22,1	14,7	31,0
	2012	20,1	14,8	20,2	22,5	16,0	6,4
	2013	3,9	16,8	25,7	28,5	19,0	6,2
	Prom	10,1	10,8	20,9	27,1	18,2	13,0
Inmigración	2010	2,9	8,4	27,1	32,6	23,4	5,5
	2011	16,4	4,4	12,4	21,1	14,0	31,7
	2012	20,6	13,2	22,0	21,1	15,2	7,9
	2013	5,0	18,4	21,2	31,0	17,1	7,3
	Prom	11,2	11,1	20,7	26,5	17,4	13,1

Fuente: Encuesta CICOP 2009-2013. Datos en porcentajes.

que en general lo que ofrecen los medios de comunicación como información de interés general, relacionado con la política, es veraz. Los valores sobre si la información política refleja verazmente los temas de: empleo es de 28,0%; costo de vida es de 25,9%; vivienda es de 27,6%; salud es de 28,8%; educación es de 7,1%; seguridad es de 25,5%; relaciones internacionales es de 26,9%; emigración es de 27,1%; inmigración es de 26,5%. Como se observa, los valores están casi en el mismo rango, entre 25 y 30%. No obstante, cabe señalar que si bien se indica veracidad en la información, los valores no son tan altos y más bien refleja cierta dispersión. Implica que la información de medios de comunicación, a pesar de su cierta veracidad, no siempre dice lo que debe decir respecto de los temas señalados.

Por otro lado, se debe hacer notar que hay valores relativamente más altos en ciertos años respecto a la calidad de la información relativo a los temas señalados, teniendo en cuenta la cuestión política: en el 2010, hay más veracidad, con 39,6%; costo de vida, con 31,2%; educación, con 37,4%; seguridad, con 33,3%; relaciones internacionales, con 39,3%; emigración, con 35,3%; inmigración, con 32,6%. En el 2011 se califica de información más objetiva la dada sobre vivienda con 32,9%; salud, con 43,4%; educación, con 44,1%; seguridad, con 46,2%; relaciones internacionales, con 39,9%; inmigración, con 31,7%. Véase que el valor veracidad cambia a objetividad en este año. Asimismo, obsérvese que los valores en los años 2012 y 2013 bajan unos cuantos índices.

Finalmente, respecto a la opinión que tie-

Tabla 8. Percepción sobre la influencia de sectores determinados en la emisión de información

		No sabe/No responde	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

	Total	16,0	2,7	8,5	14,9	31,4	26,5
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
	Total	16,3	6,1	9,8	24,7	21,8	21,3
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
	Total	17,7	6,6	22,8	29,3	15,2	8,5
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
	Total	23,9	9,2	24,2	27,8	10,1	4,9
Influencia de organizaciones civiles	2012	33,9	6,9	18,4	22,2	12,3	6,3
	2013	12,8	12,5	36,3	25,1	8,8	4,5
	Total	23,4	9,7	27,3	23,7	10,5	5,4
Influencia de ciudadanía	2012	27,8	11,5	17,0	20,4	10,6	12,7
	2013	26,1	14,1	17,9	9,3	31,7	0,9
	Total	27,0	12,8	17,4	14,8	21,1	6,8
	Prom.	24,8	9,4	22,0	27,0	22,0	14,7

Fuente: Encuesta CICOP 2009-2013. Datos en porcentajes.

nen los encuestados sobre si creen que los periodistas, en su quehacer, están influenciados o presionados por los determinados sectores de influencia o de poder, las respuestas son en general: casi siempre son influenciados por el gobierno, en un 31,4%; regularmente por los partidos políticos, en un 24,7%; regularmente por la empresa privada, en un 29,3%; regularmente por los sindicatos, en un 27,8%; casi nunca por las organizaciones civiles, en un 27,3%; regularmente por la ciudadanía, en un 27,0%. Adviértase que si bien la influencia en el quehacer informativo señala al gobierno, el valor tampoco es tan alto en relación a los otros indicadores. Los partidos políticos tienen menos influencia y casi nunca las organizaciones civiles. Cabe indicar que la opinión de no saber si hay influencia –o no responder– a este respecto es también digno de considerar.

En el 2013 los encuestados también señalan que hay un casi siempre de influencia por parte del gobierno, en un 37,4%; un casi nunca, en un 33,8% y regularmente, en un 34,2%, por parte de la empresa privada; un casi nunca, en un 34,2% y regularmente, en un 30,0%, por parte de sindicatos; un casi nunca por parte de organizaciones civiles, en un 36,3%; y un casi siempre por parte de

la ciudadanía, en un 31,7%. El promedio relativamente más observable es el de influencia regular por diversos sectores, hasta un 27,0%.

4. Discusión y conclusiones

Los datos precedentes muestran, una vez, el panorama de medios en el imaginario de la ciudadanía ecuatoriana. Es evidente la existencia de variaciones respecto a informes de credibilidad anteriores.

A fin de hacer una síntesis de dichos datos, podemos constatar algunas cuestiones que son interesantes de relatar.

Los medios de comunicación ecuatorianos han subido relativamente en su credibilidad en el año 2013. Son los casos de la televisión, la radio y la prensa, en orden de importancia. La televisión mantiene hasta ahora niveles de credibilidad mejores que los de la prensa; además la televisión quizá es el único medio que ha mantenido su credibilidad, en tanto los otros medios han debido evolucionar de su credibilidad negativa hacia una positiva. En este contexto, cabe señalar que el medio de mayor credibilidad sigue siendo

Ecuavisa; esto gracias a la imagen del informativista Alfonso Espinosa de los Monteros, quien es nombrado con cierta credibilidad por los encuestados. Igualmente es importante relieves cómo un medio público, como Ecuador TV ha subido en su credibilidad en los últimos años. Desde ya, en el contexto de la prensa, igual dato relevante es el caso de El Telégrafo, periódico público, el cual ha subido en la percepción de los encuestados. Empero, en prensa, siguen teniendo espacio de credibilidad los periódicos El Comercio y El Universo. En el caso de radio, es notable observar que Radio Visión ha bajado su credibilidad en el último año.

Las figuras públicas de periodistas que aparecen nombrados con cierta credibilidad son aquellos que se vinculan ya sea con temas políticos, económicos o sociales o los que luego pasan a la palestra política, como es el caso de Klever Arroba o Higo Gaviláñez. En este marco, mantiene cierta atención Pablo Lucio Paredes. Igualmente Carmen Andrade quien parece tomar el lugar de otros periodistas críticos al gobierno. Es interesante ver que, por otro lado, Diego Oquendo, desciende en su credibilidad.

En sentido general, los periodistas de televisión y de radio, alcanzan un punto notablemente alto en relación a la media de credibilidad en Ecuador. Desde ya su credibilidad crece considerablemente. Esto no sucede en el caso de los periodistas que laboran en medios escritos.

Se debe hacer constar que Internet, en todos los casos anteriores, no es un medio que ofrezca novedades y más bien no es considerado del todo por los encuestados.

Vemos, por otra parte, que un problema que afecta a la credibilidad es la cuestión de la independencia, la honestidad y la veracidad. Esto, de alguna manera lo vemos reflejado en los indicadores respecto a cómo se ofrece la información de carácter político relativo a diversos problemas que conciernen a la realidad actual. Aunque los encuestados señalen, asimismo, que la información que se ofrece, relativo a temas de gobierno y de política, es veraz, es evidente que mucha información está determinada o influenciada por el campo gubernamental y político. Desde ya se infiere que la legislación, la observancia y la crítica desde sectores de gobierno, ha cambiado enormemente el panorama de medios, hecho que se evidencia en la percepción de la ciudadanía ecuatoriana, objeto del presente informe. En cierto sentido, el poder de gobierno, su "gubernamental-

idad", hace que los medios reorienten su quehacer informativo.

Es indudable anotar que hasta el presente los medios de comunicación tienen relevancia en la vida social de los ecuatorianos. El hecho que la televisión sea la más nombrada, implica que es la cultura de la imagen televisiva la que forma más imaginarios sociales. A diferencia de la prensa, por ejemplo, la televisión tiene su fortaleza en ofrecer información con una inmediatez que rebate toda posibilidad de lectura; este hecho redundante en la interpretación de la información por parte de los periodistas y de las audiencias en el sentido que no activa el sentido crítico, haciendo pasar imágenes de sentido común que muchas veces pueden entrar en contradicción con la realidad social y política del Ecuador. Esto supone que tendría que hacerse un análisis de los discursos de la información televisiva para convalidar, con toda probabilidad, las imágenes de credibilidad que mantiene la televisión. Con ello se podría señalar ahora la cuestión de un poder que a los medios parecen endilgarse, ahora ya no tienen no obstante la credibilidad que pueden esgrimir.

En todo caso, se puede ver que los medios en Ecuador, gracias a la legislación o la crítica desde gobierno y sectores ciudadanos, ya no se constituyen en poder mediático. Hoy en día su presencia es relativa. Incluso los propios indicadores de credibilidad muestran que no existen medios nacionales, es decir abarcativos ni reflectantes de una conciencia mayoritaria. Los datos muestran, en todo caso, que son medios que obedecen a determinadas coyunturas, con ciertas figuras y con ciertos protagonismos que hay que investigar.

En definitiva, si los índices de credibilidad son variables, si éstos muestran problemas o subidas, es evidente que la opinión pública en Ecuador es también dispersa y no uniforme; alguna de ésta no tiene alta confianza en la información de prensa, aunque la vez apunte sobre dicha información como veraz.

La cuestión política es evidentemente el asunto que traspasa todo el quehacer de los medios. Se señaló al inicio de este informe que entre actividad política y actividad periodística hay –y debe haber– una separación. Se ha visto incluso que los medios de comunicación, aunque pretenden poder, la ciudadanía no les confiere el espacio para que así se constituyan: es así que aún se disputan entre medios la cuestión de la credibilidad. Sin embargo, es menester decir que los medios

tienen y tendrán siempre un lugar estructural en la sociedad, por más que esta y el propio gobierno señalen críticas o aciertos. En este marco estructural, es importante considerar que los medios públicos ecuatorianos están también reclamando y posicionándose frente a los medios privados. Es una tarea todavía de largo aliento el cambio de la percepción respecto a la calidad de información, bajo la bandera de ser esta responsable, veraz y objetiva.

Se constata que los medios, sobre todo con el posicionamiento de figuras periodísticas, trabajan más en el nivel de su idealización. Es posible preguntarse, respecto aún a la tensión entre medios y gobierno, si las figuras nombradas como creíbles, son todavía resabios de algún imaginario que se pretende responsivo. Nos falta averiguar, y quizá esto es objeto de otra investigación, si los medios se pretenden normativos; desde ya su reclamo por la libertad de expresión o por los controles que se dan en torno a ellos, en la voz de la ciudadanía no tiene ecos contundentes.

Bajo las anteriores consideraciones, para terminar, es posible indicar que los medios sí han debido modificar sus estrategias de información, al mismo tiempo han debido elevar su calidad informativa —hecho que todavía parece seguir bajándose—, al igual que han debido observar las consecuencias de su obrar en lo social y lo político; todo ello gracias a los nuevos escenarios que imponen en la actualidad, no solo la política, sino también las demandas sociales. Una prueba de ello es la variabilidad y el reconocimiento de su credibilidad.

5. Bibliografía

- Abril Vargas, N. (1999). *Periodismo de opinión: claves de la retórica periodística*. Síntesis.
- Castells, M. (2010). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Christlieb, F. (1982). *Los medios de difusión masiva en México*. México, D.F.: Juan Pablos Editores.
- D'Adamo, O., García, V., & Freidenberg, F. (2007). *Medios de comunicación y opinión pública*. Madrid: McGraw Hill.
- 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. Recuperado de: <http://revistacomhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/6>
- Foucault, M. (2006). *Seguridad, territorio y población*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Gaibor Aspiazú, M. B. (2014). Discurso de opinión sobre la crisis económica mundial: análisis de cinco diarios ecuatorianos. *Revista ComHumanitas*, 4(1), 175-184. Recuperado de: <http://revistacomhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/48>
- Habermas, J. (1999). *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Hernando, B. B. (2002). El mito del cuarto poder en los tiempos de las Torres Gemelas. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 8, 43-62.
- Hernando, B. B. (2004). En qué ha quedado el cuarto poder. *Cuadernos de Periodistas*, (1), 73-87.
- Price, V. (2001). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Rodrigo Mendizábal, I. (2011). Crisis económica y financiera mundial y opinión periodística editorial. *Revista ComHumanitas*, 1(1), 123-154. Recuperado de: <http://revistacomhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/33>
- Rodrigo Mendizábal, I. (2012). Calidad informativa: credibilidad de medios y periodistas en el Ecuador. *Revista ComHumanitas*, 3(1), 53-69. Recuperado de: <http://revistacomhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/5>
- Sotelo González, J., & Cabezuelo Lorenzo, F. (2010). Periodistas, política y lectores: un estudio del periodismo como espacio de significados abierto. *Sphera Pública*, (10), 153-166.
- Van Dijk, T. (2001). *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- Vásconez Dávalos, I. (2011). La credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: reflejo de un periodismo de calidad. *Revista ComHumanitas*, 1(1), 173-182. Recuperado de: <http://revistacomhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/35>