

Ética periodística y transparencia informativa en medios de comunicación privados de Ecuador

Journalistic Ethics and Informational Transparency in Private Communications Media in Ecuador

RESUMEN

El estudio analizó el papel de la ética comunicacional como mecanismo para fortalecer la transparencia en el tratamiento de la información institucional en medios de comunicación privados del cantón La Libertad, Ecuador. El objetivo fue determinar la relación entre la aplicación de principios éticos en el ejercicio periodístico y la credibilidad de la información institucional difundida. Metodológicamente, se empleó un enfoque mixto con diseño explicativo secuencial (QUAN→qual). En la fase cuantitativa, se aplicó una encuesta estructurada a la totalidad de la población identificada (n = 16 periodistas, uno por cada medio). En la fase cualitativa, se realizaron dos entrevistas semiestructuradas a editores seleccionados como informantes clave. La información cuantitativa fue analizada mediante estadística descriptiva, mientras que la información cualitativa fue examinada a través de análisis temático. Los resultados evidenciaron que el 93% de los participantes considera que la ética comunicacional es fundamental para garantizar la transparencia informativa. No obstante, se identificaron limitaciones relevantes: un 33% percibe debilidades en la transparencia, un 27% reconoce falencias en los procesos de verificación de la información y un 60% señala la ausencia de capacitación reciente en ética periodística. Asimismo, el 67% de los encuestados indicó que la inmediatez informativa afecta la rigurosidad en el tratamiento de los contenidos, lo que evidencia la influencia de factores estructurales en la práctica periodística. Se concluye que los datos son consistentes con la existencia de una relación positiva entre ética comunicacional y transparencia informativa; sin embargo, esta relación se encuentra condicionada por factores económicos, políticos y organizacionales. El estudio aporta evidencia empírica sobre el contexto mediático local y destaca la necesidad de fortalecer la formación profesional y los mecanismos de autorregulación.

Palabras clave: Ética comunicacional; transparencia informativa; credibilidad periodística; medios privados locales; periodismo local; Ecuador.

ABSTRACT

This study analyzed the role of communication ethics as a mechanism to strengthen transparency in the treatment of institutional information in private media outlets in La Libertad canton, Ecuador. The objective was to determine the relationship between the application of ethical principles in journalistic practice and the credibility of institutional information disseminated by these media. Methodologically, a mixed-methods approach was employed using a sequential explanatory design (QUAN→qual). In the quantitative phase, a structured survey was administered to the entire identified population (n = 16 journalists, one from each media outlet). In the qualitative phase, two semi-structured interviews were conducted with editors selected as key informants. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics, while qualitative data were examined through thematic analysis. The results showed that 93% of participants considered communication ethics fundamental for ensuring informational transparency. However, relevant limitations were identified: 33% perceived weaknesses in transparency, 27% reported deficiencies in information verification processes, and 60% indicated a lack of recent training in journalistic ethics. Additionally, 67% of respondents stated that immediacy affects the rigor of information processing, highlighting the influence of structural factors on journalistic practice. It is concluded that the findings are consistent with the existence of a positive relationship between communication ethics and informational transparency; however, this relationship is conditioned by economic, political, and organizational factors. The study provides empirical evidence on the local media context and highlights the need to strengthen professional training and self-regulation mechanisms.

KEYWORDS: Communication ethics; informational transparency; journalistic credibility; local private media; local journalism; Ecuador.



EDUCATECH


Recepción: 30/04/2026

Aceptación: 06/05/2026


Publicación: 30/06/2026


AUTOR/ES


-  Lic. Richard Rogger Smith Arévalo
-  Lic. Guillermo Del Campo Saltos, PhD

 richard.smitharevalo8331@upse.edu.ec

 gdelcampo@upse.edu.ec

 Universidad Estatal Península de Santa Elena

 Universidad Estatal Península de Santa Elena

 Santa Elena – Ecuador

 Santa Elena – Ecuador

CITACIÓN:

Smith, R. & Saltos, G. (2026). *Ética periodística y transparencia informativa en medios de comunicación privados de Ecuador*. Revista InnovaSciT. 4 (1), p. 490-507.

INTRODUCCIÓN

En el contexto global contemporáneo, caracterizado por la digitalización de la información y la expansión de los entornos digitales, la ética comunicacional se ha convertido en un eje central del debate sobre la credibilidad mediática. Vergara et al. (2024) señalan que fenómenos como la proliferación de noticias falsas, el uso de titulares sensacionalistas, la descontextualización de datos y la presión por alcanzar altos niveles de viralización han contribuido al debilitamiento de la confianza ciudadana en los medios de comunicación. En este escenario, la ética comunicacional trasciende la concepción de una simple norma y se posiciona como un proceso fundamental para garantizar la calidad informativa y la legitimidad de las instituciones mediáticas.

Según Castro et al. (2024), la verdad y la transparencia son pilares importantes dentro de la comunicación contemporánea, ya que generan confianza sólida en las organizaciones, mejoran la reputación institucional y fortalecen las relaciones con el público. Cuando estos principios son vulnerados, se produce una crisis de credibilidad que afecta tanto la imagen pública como la sostenibilidad de los medios de comunicación.

En el contexto latinoamericano, la transparencia informativa se ha vinculado con procesos más amplios relacionados con la participación ciudadana y el fortalecimiento democrático. Medranda et al. (2020) sostienen que el acceso a información clara y verificable contribuye a la reducción de los niveles de corrupción y mejora la rendición de cuentas de las instituciones públicas. No obstante, también advierten la existencia de limitaciones estructurales que dificultan el pleno ejercicio del derecho de acceso a la información.

En el ámbito ecuatoriano, Alvarado y Zamora (2020) identifican problemáticas como la omisión de información relevante, la tergiversación de contenidos y el sensacionalismo mediático, prácticas que afectan negativamente la percepción ciudadana y debilitan la confianza en los medios. Estas situaciones suelen estar asociadas a presiones económicas, intereses políticos y la necesidad de captar audiencias en entornos digitales altamente competitivos. Asimismo, Rodríguez et al. (2025) indican que, aunque existe una conciencia ética en los periodistas, su aplicación se ve limitada por factores como la precariedad laboral, la falta de formación continua y la debilidad de la institucionalidad en las políticas editoriales.

A pesar de estos avances teóricos y empíricos, no se identifican estudios específicos que analicen la relación entre ética comunicacional y transparencia informativa en medios privados a nivel local, particularmente en el cantón La Libertad, lo que evidencia un vacío en la literatura. En este sentido, resulta necesario profundizar en contextos territoriales concretos que permitan comprender cómo se materializan estos principios en la práctica periodística.

En el ámbito local, el cantón La Libertad, ubicado en la provincia de Santa Elena, presenta una dinámica mediática caracterizada por la presencia de diversos medios privados que cumplen un rol relevante en la difusión de información institucional y en la construcción

de la opinión pública. En este entorno, la cercanía entre periodistas, autoridades y actores del sector empresarial genera tensiones asociadas a intereses económicos, presiones políticas y el compromiso con la transparencia informativa.

Además, factores como la competencia por audiencias digitales, la sostenibilidad económica de los medios y la dependencia de la publicidad institucional influyen significativamente en la producción y difusión de contenidos informativos. En este contexto, analizar la ética comunicacional permite comprender si la transparencia en la información institucional se configura como una práctica efectiva dentro del ejercicio periodístico o si permanece como un ideal normativo difícil de alcanzar.

En función de este planteamiento, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera la aplicación de la ética comunicacional contribuye a fortalecer la transparencia en el tratamiento de la información institucional en los medios privados del cantón La Libertad?. A partir de esta interrogante, se formula la siguiente hipótesis de estudio: La aplicación de principios de ética comunicacional en el ejercicio periodístico contribuye significativamente al fortalecimiento de la transparencia y la credibilidad en la difusión de información institucional en los medios privados del cantón La Libertad.

En coherencia con lo anterior, el objetivo general del estudio es analizar la ética comunicacional como mecanismo de construcción de transparencia en la información institucional difundida por los medios privados del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena. Para cumplir este propósito, se plantean los siguientes objetivos específicos: identificar las prácticas éticas presentes en la producción y difusión de información institucional; analizar la percepción de periodistas y editores sobre la relación entre ética comunicacional y transparencia informativa; y determinar los factores estructurales, organizacionales y económicos que influyen en la aplicación de principios éticos en el ejercicio periodístico local.

La importancia de esta investigación radica tanto en su aporte académico como en su impacto social. En el ámbito académico, contribuye al análisis de la relación entre ética, transparencia e información institucional dentro del campo de la comunicación mediática. Desde la perspectiva social, busca aportar insumos que fortalezcan las prácticas periodísticas responsables y promuevan la confianza pública en los medios de comunicación del cantón La Libertad.

Ética comunicacional, responsabilidad social del periodismo y transparencia informativa

La ética comunicacional constituye un eje fundamental del ejercicio periodístico, en tanto orienta la producción y difusión de la información bajo principios como la veracidad, la responsabilidad social y el interés público. Más que una norma prescriptiva, se configura como una práctica profesional que busca garantizar información confiable y de calidad para la ciudadanía.

En este marco, la ética periodística se sustenta en la Teoría de la Responsabilidad Social de la Prensa, desarrollada por la Comisión Hutchins en 1947, la cual plantea que los medios de comunicación deben asumir un compromiso activo con la sociedad, proporcionando información veraz, equilibrada y contextualizada. Esta perspectiva sostiene que la libertad de prensa debe ir acompañada de responsabilidad, especialmente en contextos donde la información influye directamente en la opinión pública. (Ramírez N. , 2024).

En el contexto latinoamericano, estos principios adquieren mayor relevancia debido a las condiciones estructurales en las que operan muchos medios, donde factores económicos y políticos influyen en la toma de decisiones editoriales. En este sentido, el periodismo ético se fundamenta en la búsqueda de la verdad, la independencia frente a intereses externos y la responsabilidad hacia la ciudadanía. Por su parte, la transparencia informativa se relaciona con el acceso ciudadano a información clara, verificable y oportuna sobre la gestión institucional. En este proceso, los medios de comunicación cumplen un rol clave como intermediarios entre las instituciones y la ciudadanía. También, la transparencia informativa se concierne con el acceso ciudadano a la información clara y verificable sobre la administración institucional. En esta fase, los medios deben cumplir un rol clave al interpretar y difundir dicha información.

Desde la perspectiva del espacio público, (Habermas, 1962, citado en Carriquiry, 2022), sostiene que los medios de comunicación actúan como mediadores en los procesos de deliberación democrática, facilitando la circulación de información necesaria para la formación de la opinión pública. En este sentido, la calidad ética de la información institucional resulta esencial para garantizar una participación ciudadana informada. Asimismo, la transparencia informativa se vincula con la capacidad de los medios para actuar como vigilantes del poder (watchdog), promoviendo la rendición de cuentas y visibilizando la gestión de las instituciones. Por tanto, la ética comunicacional se configura como una condición necesaria para evitar la distorsión de la información por intereses externos.

Autorregulación mediática, deontología y credibilidad periodísticas

La autorregulación mediática constituye un mecanismo esencial para garantizar la calidad y la responsabilidad en el ejercicio periodístico. A diferencia de la regulación externa, la autorregulación se basa en normas internas, códigos de ética y principios deontológicos que orientan la conducta profesional dentro de los medios de comunicación (Poposka, 2024).

En este sentido, la autorregulación implica la implementación de instrumentos como códigos de ética, defensores del lector, consejos de prensa y políticas editoriales, los cuales fortalecen la independencia y la credibilidad de los medios. Estos mecanismos no solo previenen prácticas inadecuadas, sino que también promueven estándares de calidad informativa (Chlebowski, 2025).

En el ámbito ecuatoriano, la autorregulación se encuentra enmarcada en normativas

como la Ley Orgánica de Comunicación, así como en principios promovidos por organizaciones profesionales como la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador (FENAPE). No obstante, diversos estudios evidencian que la aplicación efectiva de estos mecanismos enfrenta limitaciones, especialmente en medios locales con recursos reducidos (Guamán, 2024).

En este contexto, la credibilidad periodística se configura como un componente central en la relación entre medios de comunicación y ciudadanía, ya que determina el nivel de confianza del público en la información difundida. Esta credibilidad se construye a partir de factores como la veracidad, el rigor en el tratamiento de las fuentes, la independencia editorial y la coherencia informativa (Salvat, 2021). Por ello, la ética comunicacional y la transparencia informativa se constituyen en elementos clave para el fortalecimiento de la legitimidad mediática. Desde una perspectiva teórica complementaria, la teoría del agenda setting desarrollada por McCombs y Shaw en 1972 plantea que los medios influyen en los temas que el público considera relevantes; el framing estudiada por Entman en 1993 donde explica cómo los medios encuadran la información, orientando su interpretación; y el gatekeeping realizada por White en 1950 donde se describe el proceso mediante el cual se selecciona y filtra la información que se publica. Estas teorías permiten comprender cómo las decisiones editoriales inciden en la construcción de la realidad social y, por ende, en la percepción de transparencia y credibilidad por parte de la audiencia, teorías analizadas por (Poliszuk & Barbieri, 2020).

Información institucional y construcción de lo público

a información institucional se refiere al conjunto de contenidos generados por entidades públicas o privadas con el propósito de comunicar sus acciones, decisiones y políticas a la ciudadanía. Su tratamiento mediático es fundamental, ya que influye directamente en la percepción pública sobre la gestión institucional y en los niveles de confianza hacia las organizaciones (Ramírez & Villacis, 2025). La información institucional cumple un papel clave en la promoción de la transparencia y la rendición de cuentas, al permitir que los ciudadanos evalúen el desempeño de las instituciones. Sin embargo, su difusión en los medios puede verse condicionada por intereses económicos, presiones políticas o limitaciones estructurales dentro de las organizaciones periodísticas (Jara & Hidalgo, 2025). En este sentido, el rol de los medios de comunicación no se limita a la reproducción de información institucional, sino que implica procesos de selección, interpretación y contextualización. Dichos procesos deben regirse por principios éticos para evitar distorsiones que afecten el interés público y debiliten la confianza ciudadana.

Modelo teórico integrador del estudio

A partir de los enfoques analizados, se planteó un modelo teórico integrador que articula las relaciones entre las variables centrales del estudio. En primer lugar, la ética comunicacional actúa como variable base que orienta las prácticas periodísticas, estableciendo los criterios de veracidad, responsabilidad e independencia en la producción informativa.

En segundo lugar, la transparencia informativa se configura como un resultado directo de la aplicación de principios éticos, en tanto garantiza el acceso a información clara, verificable y contextualizada. Este proceso se ve mediado por los mecanismos de autorregulación mediática, los cuales funcionan como instrumentos que fortalecen el cumplimiento de estándares éticos dentro de las organizaciones periodísticas.

Finalmente, la interacción de estos elementos incide en la credibilidad periodística, entendida como el nivel de confianza que la ciudadanía deposita en los medios de comunicación. A su vez, la información institucional constituye el campo empírico donde estas relaciones se materializan, ya que es en su tratamiento mediático donde se evidencian las tensiones entre ética, transparencia e intereses externos. En conjunto, este modelo permite comprender que la aplicación efectiva de la ética comunicacional, mediada por procesos de autorregulación, influye directamente en la transparencia informativa y, en consecuencia, en la credibilidad de los medios, lo cual sustenta la hipótesis planteada en el estudio.

MÉTODOS MATERIALES

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, integrando técnicas cuantitativas y cualitativas con el propósito de analizar la relación entre la ética comunicacional y la transparencia en la información institucional en medios privados del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena. Se empleó un diseño mixto explicativo secuencial (QUAN→QUAL), en el cual los resultados obtenidos en la fase cuantitativa fueron posteriormente profundizados mediante la fase cualitativa, permitiendo una interpretación más integral del fenómeno.

La investigación tuvo un alcance descriptivo–explicativo. En su dimensión descriptiva se caracterizaron las prácticas éticas en la producción de información, mientras que en la dimensión explicativa se analizó la relación entre ética comunicacional y transparencia informativa, considerando factores estructurales, organizacionales y económicos.

El diseño de la investigación fue no experimental y transversal, ya que no se manipuló ninguna variable y la recolección de datos se realizó en un único momento temporal. Asimismo, la fase cualitativa se estructuró como un estudio de caso, definido como el sistema mediático privado del cantón La Libertad, lo que permitió analizar en profundidad las dinámicas contextuales, organizacionales y profesionales que influyen en el fenómeno estudiado. La población del estudio estuvo conformada por periodistas que laboran en los medios de comunicación privados del cantón La Libertad. De acuerdo con el Consejo de Comunicación del Ecuador (2025), existen 16 medios registrados en el cantón, los cuales constituyen el universo de estudio. Dado el tamaño reducido y accesible de la población, se optó por un muestreo no probabilístico de tipo censal e intencional, en el que se incluyó un representante por cada medio de comunicación, alcanzando un total de $n = 16$ participantes. Este enfoque se justifica metodológicamente al tratarse de un universo finito y delimitado, donde el interés del estudio se centra en actores clave del sistema mediático local.

En este sentido, el análisis cuantitativo se basó en estadística descriptiva (frecuencias y porcentajes), adecuada para tamaños muestrales pequeños, sin pretensión de generalización estadística, sino con el objetivo de caracterizar tendencias dentro del caso de estudio.

Tabla 1.

Medios de comunicación privados registrados en el cantón La Libertad

Nº	Medio	Tipo de medio	Alcance
1	La Voz de la Península	Radio	Local
2	La Fiera FM	Radio	Local
3	Radio Record FM	Radio	Local
4	Radio Amor	Radio	Regional
5	Radio La Tkla 105.7 FM	Radio	Local
6	Radio Fragata	Radio	Local
7	Radio Playera	Radio	Local
8	Ecuador Mágico	Impreso	Local
9	Periódico Centurión	Impreso	Regional
10	Nuestra Colectividad	Impreso	Local
11	El Redactor	Impreso	Regional
12	Revista Gente Cool	Impreso	Local
13	Periódico El Litoral	Impreso	Regional
14	Revista Escrita y Digital Libertad de Expresión	Impreso	Local
15	San Pablo TV	Audiovisual	Local
16	ESTV Canal Informativo Peninsular	Audiovisual	Local

Fuente. Elaborado por el autor con base en información del Consejo de Comunicación del Ecuador (2025).

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se aplicó una encuesta estructurada compuesta por 13 ítems, de los cuales 10 corresponden a escala Likert de cinco puntos (1 = Totalmente en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = Neutral, 4 = De acuerdo, 5 = Totalmente de acuerdo) y 3 ítems de opción múltiple y respuesta abierta. El instrumento estuvo orientado a medir dimensiones como veracidad informativa, contrastación de fuentes, responsabilidad social, independencia editorial y transparencia informativa. La fiabilidad del instrumento fue evaluada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach ($\alpha = 0,86$), lo que indica un nivel alto de consistencia interna.

En la fase cualitativa se realizaron dos entrevistas semiestructuradas a informantes clave (editores), seleccionados de manera intencional bajo criterios de experiencia profesional, participación en la toma de decisiones editoriales y representación de distintos formatos mediáticos. El guion de entrevista se estructuró en cinco ejes temáticos: dinámica de los medios, ética comunicacional, transparencia informativa, condiciones laborales y propuestas de mejora. Esta técnica permitió profundizar en las percepciones y experiencias de los participantes dentro del caso de estudio. La recolección de datos se llevó a cabo durante el mes de febrero de 2026, desarrollándose las encuestas a lo largo de todo el mes y las entrevistas en la tercera semana.

El análisis de los datos cuantitativos se realizó mediante el software Microsoft Excel, utilizando estadística descriptiva (frecuencias y porcentajes), acorde con el tamaño muestral y el enfoque del estudio. Por su parte, la información cualitativa fue analizada mediante el

método de análisis temático con apoyo del software Atlas.ti. Este proceso incluyó la codificación, categorización y agrupación de patrones discursivos, permitiendo identificar categorías relacionadas con ética periodística, presiones externas, independencia editorial y transparencia informativa.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

El análisis empírico se desarrolló a partir de la aplicación de encuestas a 16 periodistas, correspondientes a un representante por cada medio privado del cantón La Libertad, así como mediante entrevistas a informantes clave. Los resultados se presentan de manera integrada, priorizando la interpretación analítica de los hallazgos en función de las variables de estudio.

En relación con la experiencia profesional, se identificó que la mayoría de los participantes posee una trayectoria significativa en el ejercicio periodístico: el 62,5% cuenta con más de cuatro años de experiencia y el 43,8% supera los ocho años. Este perfil sugiere un conocimiento consolidado del contexto mediático local, lo que aporta consistencia a las percepciones recogidas en el estudio.

Figura 1.

Veracidad y contrastación de fuentes en la práctica periodística



Fuente: Elaborado por autor (2026). Los porcentajes corresponden a la suma de las categorías “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo” en escala Likert de cinco puntos.

Los resultados evidencian que la veracidad informativa se mantiene como un principio ampliamente consolidado, con aproximadamente el 81% de los periodistas en niveles de acuerdo. No obstante, la contrastación de fuentes presenta un nivel moderado (62,5%), lo que revela una brecha entre la valoración normativa de la ética y su aplicación práctica. Este hallazgo sugiere que, aunque existe una fuerte adhesión a los principios éticos, su implementación puede verse condicionada por factores operativos, como la inmediatez informativa. En términos teóricos, esto refleja tensiones entre el ideal de veracidad y las

dinámicas del entorno mediático contemporáneo.

Figura 2.

Claridad de criterios editoriales y existencia de códigos de ética



Fuente: Elaborado por autor (20226). Los resultados integran respuestas en escala Likert; la categoría predominante corresponde a la suma de “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”.

Los resultados muestran una percepción intermedia sobre la formalización de normas internas, con un 56,3% de valoración positiva en criterios editoriales, mientras que la existencia de códigos de ética presenta una distribución más fragmentada. Este comportamiento indica que la autorregulación mediática no se encuentra plenamente institucionalizada en todos los medios, lo que puede generar inconsistencias en la toma de decisiones editoriales. Desde la perspectiva teórica, esta debilidad afecta directamente los mecanismos de control interno que sustentan la credibilidad periodística.

Figura 3.

Influencia de la inmediatez y la publicidad en la práctica periodística



Fuente: Elaborado por autor (2026). Porcentajes calculados sobre respuestas en niveles de acuerdo en escala Likert (5 puntos).

Los datos evidencian que el 68,8% de los periodistas considera que la inmediatez informativa afecta la rigurosidad, mientras que el 56,3% percibe influencia de la publicidad institucional en el tratamiento de la información. Estos resultados permiten identificar presiones estructurales relevantes, donde la lógica de velocidad y sostenibilidad económica incide en la calidad informativa. En relación con el marco teórico, este hallazgo se vincula con los condicionamientos del gatekeeping, donde factores externos influyen en la selección y tratamiento de los contenidos.

Figura 4.

Responsabilidad social y ética como base de la transparencia



Fuente: Elaborado por autor (2026).

Se observa un alto reconocimiento del rol social del periodismo (68,8%) y un consenso casi total (93,8%) respecto a que la ética comunicacional fortalece la transparencia informativa. Este resultado constituye uno de los hallazgos más relevantes del estudio, ya que confirma empíricamente la relación planteada en la hipótesis. La ética no solo es valorada como principio normativo, sino como un elemento funcional en la construcción de transparencia dentro del sistema mediático.

Figura 5.

Credibilidad e independencia editorial



Fuente: Elaborado por autor (2026). Los porcentajes reflejan la categoría predominante en escala Likert.

Los resultados evidencian una percepción moderada de la credibilidad mediática (43,8%) y una distribución dividida en torno a la independencia editorial, lo que refleja ausencia de consenso entre los periodistas. Este comportamiento sugiere que, aunque existen bases éticas, la confianza pública no se encuentra plenamente consolidada, posiblemente debido a la influencia de factores externos. En términos analíticos, se evidencia que la credibilidad es un resultado condicionado por la coherencia entre ética, transparencia y autonomía editorial.

Figura 6.

Factores estructurales y capacitación en ética periodística



Fuente: Elaborado por autor (2026). Resultados obtenidos de preguntas de opción múltiple y categorización de respuestas.

Los principales factores que condicionan la ética comunicacional son los intereses económicos (31,3%) y la presión política (25%), seguidos de la falta de capacitación (18,8%) y la inmediatez digital (12,5%). Adicionalmente, se identificó que el 62,5% de los periodistas no ha recibido capacitación reciente en ética periodística, lo que evidencia una debilidad en la formación continua. Este hallazgo refuerza la idea de que la ética comunicacional no depende únicamente de la voluntad individual, sino de condiciones estructurales y organizacionales que influyen en su aplicación. En cuanto a las entrevistas realizadas a los dos editores, estas permitieron profundizar en los resultados obtenidos mediante la encuesta, aportando una visión contextual sobre la práctica ética en los medios locales y su relación con el manejo de la información institucional difundida a la ciudadanía. En relación con el contexto actual del periodismo local, uno de los editores señaló:

“Hoy en día el trabajo periodístico está muy marcado por una rapidez en la información, porque el público quiere ya una información inmediata, pero eso a veces esto complica el proceso de verificación de dicho comunicado” (E1-Radio).

Por su parte, el editor del medio impreso explicó:

“La prensa tiende a tener más tiempo para revisar una información, pero también llega a enfrentar la presión de la competencia como el caso de las redes sociales” (E2-Prensa).

En cuanto a la ética comunicacional, ambos entrevistados coincidieron en que la veracidad y la contrastación de fuentes son principios fundamentales del ejercicio periodístico.

Uno de ellos expresó:

“Se podría decir que la ética significa realizar una publicación sino se la logra una confirmación. La credibilidad del medio de comunicación depende mucho de eso” (E1-Radio).

Respecto a las presiones externas, uno de los editores indicó:

“Se podría recalcar que a veces la publicidad institucional genera tensiones, porque los medios también necesitan recursos para poder mantenerse” (E2-Prensa).

Mientras que el otro señaló:

“En ocasiones existen intentos de una influencia, pero el periodista debe un criterio profesional para salvaguardar la independencia editorial” (E1-Radio).

En relación con la capacitación profesional, ambos coincidieron en que existe una necesidad de fortalecer los procesos de formación continua.

Uno de ellos afirmó:

“Que sería importante que los periodistas tengan muchas capacitaciones sobre verificación digital y el manejo de información en redes” (E2-Prensa).

Tabla 2.

Síntesis de resultados de entrevistas a editores según dimensiones analizadas

Dimensión	E1 – Radio	E2 – Prensa
Dinámica del periodismo	Predomina la inmediatez, lo que dificulta la verificación	Mayor tiempo de revisión, pero presión por competir con redes
Ética comunicacional	Prioriza la verificación antes de publicar	Coincide en la importancia de la veracidad
Presiones externas	Señala intentos de influencia política	Destaca tensiones por publicidad institucional
Independencia de edición	Se requiere un criterio profesional para mantenerla	Esta se ve condicionada por un factor económico
Capacitación	Necesidad de formación continua	Enfatiza capacitación en verificación digital

Fuente: Elaborado por autor (2026)

Síntesis y triangulación de resultados

La integración de los resultados cuantitativos y cualitativos permite identificar tres hallazgos centrales. En primer lugar, se evidencia una relación directa entre ética y transparencia, dado que existe un consenso amplio en que la ética comunicacional constituye un factor determinante en la construcción de transparencia informativa, lo que respalda la hipótesis del estudio. En segundo lugar, se identifican limitaciones estructurales en la práctica ética, ya que factores como la inmediatez, la presión económica, la influencia política y la falta de capacitación condicionan la aplicación efectiva de los principios éticos. En tercer lugar, se

observa que la credibilidad mediática se encuentra en proceso de consolidación, pues, aunque se reconoce la importancia de la ética, la confianza ciudadana no está plenamente fortalecida, lo que evidencia una brecha entre los principios declarados y su aplicación en la práctica. En términos generales, los resultados confirman que la ética comunicacional constituye un componente clave para la transparencia en la información institucional; sin embargo, su aplicación efectiva depende de condiciones organizacionales y estructurales propias del contexto mediático local.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos evidencian que la ética comunicacional se asocia positivamente con la construcción de transparencia en la información institucional difundida por los medios privados del cantón La Libertad. No obstante, esta relación se encuentra condicionada por factores estructurales como la presión económica, la influencia política y la inmediatez informativa. En este sentido, los datos son consistentes con la hipótesis propuesta; sin embargo, el diseño metodológico y el uso de estadística descriptiva no permiten establecer una confirmación estadística de dicha relación. En coherencia con la teoría planteada, los medios de comunicación cumplen una función mediadora en el espacio público, facilitando el acceso a información relevante para la deliberación democrática. Desde esta perspectiva, la ética comunicacional no solo actúa como un principio normativo, sino como un elemento operativo que incide en la calidad, veracidad y transparencia de la información institucional.

Los resultados muestran que los periodistas valoran de manera significativa los principios éticos en su ejercicio profesional, especialmente la veracidad informativa y la contrastación de fuentes. Este hallazgo es consistente con lo planteado por Calva (2024) y Rotelli (2022), quienes sostienen que la ética constituye la base de la credibilidad mediática.

Sin embargo, el estudio evidencia debilidades en la institucionalización de estos principios, particularmente en la formalización de códigos de ética y lineamientos editoriales. Esta situación coincide con lo señalado por Castro et al. (2024), quienes identifican limitaciones en la aplicación sistemática de normas éticas en contextos mediáticos locales.

Asimismo, los resultados sugieren que, aunque existe una valoración positiva de la ética, su aplicación práctica no siempre es uniforme, lo que puede explicarse por las condiciones operativas del entorno mediático. En particular, la presión por la inmediatez informativa emerge como un factor que limita la rigurosidad en los procesos de verificación, lo que refuerza los planteamientos de Aguiar y Vargas (2023) sobre los desafíos éticos en entornos digitales. El estudio evidencia un amplio consenso entre los participantes respecto a que la ética comunicacional constituye un factor clave para fortalecer la transparencia informativa. Este resultado se alinea con lo expuesto por Suárez et al. (2020), quienes destacan la responsabilidad social del periodismo como base del derecho a la información.

No obstante, la percepción de la credibilidad mediática se mantiene en niveles

moderados, lo que sugiere la existencia de una brecha entre los principios éticos declarados y su materialización en la práctica. Este hallazgo es coherente con estudios recientes en América Latina, Ros et al. (2025) donde se señala una disminución de la confianza en los medios debido a fenómenos como la desinformación y la polarización.

En el contexto local, esta situación puede explicarse por la interacción entre factores internos (como la falta de formalización de normas éticas) y externos (como la presión económica y política), los cuales inciden en la percepción pública de la transparencia informativa. Los resultados identifican que los principales factores que condicionan la ética comunicacional son los intereses económicos, la presión política y la inmediatez informativa. Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Hugel y Suárez (2024), quienes señalan que dichos factores limitan la independencia editorial y afectan la calidad informativa.

Además, se evidencia que la falta de capacitación continua en ética periodística constituye una debilidad relevante en el contexto analizado. Este elemento resulta clave, ya que la formación profesional influye directamente en la capacidad de los periodistas para enfrentar los desafíos del entorno digital y mantener estándares éticos en la producción informativa.

En conjunto, estos factores reflejan que la ética comunicacional no depende únicamente de la voluntad individual de los profesionales, sino de condiciones estructurales y organizacionales que influyen en su aplicación. El presente estudio presenta ciertas limitaciones que deben ser consideradas en la interpretación de los resultados. En primer lugar, aunque se trabajó con la totalidad de la población identificada ($n = 16$ medios), el alcance del estudio se circunscribe al contexto específico del cantón La Libertad, por lo que los hallazgos no son generalizables a otros contextos. En segundo lugar, al abordar temas relacionados con la ética profesional, existe la posibilidad de sesgo de deseabilidad social en las respuestas de los participantes. No obstante, la integración de técnicas cuantitativas y cualitativas permitió una comprensión más amplia y contextualizada del fenómeno.

CONCLUSIONES

La presente investigación analizó la ética comunicacional como mecanismo de construcción de transparencia en la información institucional difundida por los medios privados del cantón La Libertad, a partir de un enfoque mixto que integró técnicas cuantitativas y cualitativas, considerando la totalidad de la población identificada ($n = 16$ medios). En relación con el primer objetivo específico, orientado a identificar las prácticas éticas presentes en la producción y difusión de información institucional, se concluye que los periodistas reconocen la importancia de principios como la veracidad, la contrastación de fuentes y la responsabilidad social. Sin embargo, estos principios no se encuentran plenamente institucionalizados, lo que se evidencia en la limitada formalización de códigos de ética y en la aplicación desigual de criterios editoriales entre los medios analizados.

En cuanto al segundo objetivo específico, enfocado en analizar la relación entre ética

comunicacional y transparencia informativa, los resultados evidencian un amplio consenso en que la ética constituye un factor clave para fortalecer la transparencia en el tratamiento de la información institucional. No obstante, la confianza pública en los medios se mantiene en niveles moderados, lo que sugiere la existencia de una brecha entre los principios éticos declarados y su aplicación efectiva en la práctica periodística.

Respecto al tercer objetivo específico, orientado a determinar los factores que influyen en la aplicación de los principios éticos, se concluye que la práctica de la ética comunicacional está condicionada por factores estructurales como los intereses económicos, la presión política y la inmediatez informativa. A estos se suman limitaciones relacionadas con la formación profesional continua y la debilidad de los mecanismos de autorregulación, lo que incide directamente en la calidad y transparencia de la información difundida.

En relación con la hipótesis planteada, los resultados permiten afirmar que los datos son consistentes con la existencia de una relación positiva entre ética comunicacional y transparencia informativa; sin embargo, debido al enfoque metodológico y al uso de estadística descriptiva, no es posible establecer una confirmación estadística de dicha relación.

Desde una perspectiva aplicada, los hallazgos del estudio permiten identificar implicaciones relevantes para el fortalecimiento del ejercicio periodístico en el contexto local. En primer lugar, se evidencia la necesidad de formalizar códigos de ética y lineamientos editoriales que orienten la producción informativa. En segundo lugar, resulta fundamental promover programas de capacitación continua en ética periodística, verificación digital y manejo de la información en entornos digitales. Asimismo, se recomienda fortalecer los mecanismos de autorregulación y promover condiciones que garanticen la independencia editorial frente a presiones económicas y políticas. Como línea futura de investigación, se sugiere desarrollar estudios comparativos en otros contextos geográficos, incorporar la percepción de la ciudadanía como variable de análisis y profundizar en enfoques cualitativos que permitan comprender con mayor detalle la relación entre ética comunicacional, transparencia informativa y credibilidad mediática en entornos digitales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguiar, N., & Vargas, K. (2023). Análisis sobre la ética periodística en los medios de comunicación. Caso de estudio La Posta. *Correspondencias & Análisis*(18).
<https://doi.org/10.24265/cian.2023.n18.07>
- Alvarado, L., & Zamora, A. (2020). Medios de Comunicación Social en el Ecuador frente a la responsabilidad en el cumplimiento de la autorregulación comunicacional. *Revista Científica FIPCAEC*, 5(3), 216-247. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i3.238>
- Calva, C. (05 de noviembre de 2024). *Ética en el periodismo digital en tiempo real: un estudio de caso en diario La Hora Loja y Hora 32, periodo 2023-2024 [Tesis de Grado]*. Repositorio de Universidad Nacional de Loja:
<https://dspace.unl.edu.ec/handle/123456789/31299>
- Castro, E., Valero, A., Ramos, E., & Saltos, P. (2024). Ética en la comunicación moderna: el papel de la verdad y la transparencia. *Sage Sphere International Journal*, 1(1), 1-28.
<https://doi.org/10.63688/v1htjp04>
- Chlebowski, M. (2025). The Role of the Media Regulatory and Self-regulatory Bodies in Maintaining Standards of Journalism in the United Kingdom. *Media Management*, 13(1), 17-31. <https://doi.org/10.4467/23540214ZM.25.003.21917>
- Consejo de Comunicación. (19 de junio de 2025). *LISTADO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN JUNIO 2025*. Retrieved 23 de enero de 2026, from Consejo de Comunicación: <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/2025/06/LISTADO-DE-MEDIOS-DE-COMUNICACION-JUNIO-2025.pdf>
- Guamán, N. (2024). El ejercicio periodístico en Ecuador y las normativas de comunicación. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-18.
<https://doi.org/10.31637/epsir-2025-722>
- Hugel, J., & Suárez, V. (diciembre de 2024). *El papel del Periodismo en la construcción democrática: ¿Qué plantean los expertos?* Retrieved 2 de febrero de 2026, from Fundación Konrad Adenauer (KAS Ecuador): <https://www.kas.de/documents/14144361/29568001/Resultados+Congreso+de+Periodismo+++KAS+Ecuador.pdf/b1974fb1-b4ef-2886-aaaa-3f602b3678bb?version=1.0&t=1733262872412>
- Jara, I., & Hidalgo, M. (2025). El camino hacia una transparencia focalizada en Ecuador: Análisis de alineación con las necesidades ciudadanas. *Revista del CLAD reforma y democracia*(93). <https://doi.org/10.69733/clad.ryd.n93.a469>
- Medranda, N., Torres, A., Romero, I., & Caluguillin, A. (2020). Comunicación, ciudadanía y transparencia: Acceso a la información pública como herramienta de participación

- ciudadana en la gestión administrativa. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información*, 2020(E26), 362-375. <https://www.risti.xyz/issues/ristie26.pdf>
- Polizuk, S., & Barbieri, A. (2020). *Medios, agendas y periodismo en la construcción de la realidad*. Editorial UNRN. <https://doi.org/10.4000/books.eunrn.4943>
- Poposka, V. (2024). The Concept of Media-Self Regulation as Goalkeeper of Freedom of Expression in Contemporary Society. *Journal of Law and Politics*, 5(2), 15-126. <https://doi.org/10.69648/PPLA6887>
- Ramírez, J., & Villacis, F. (2025). El derecho de acceso a la información pública y su relación con la transparencia gubernamental en Ecuador. *ATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(5), 1142 – 1155. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i5.4662>
- Ramírez, N. (2024). Responsabilidad Social de los Medios de Comunicación de la Ciudad De Pilar, Paraguay. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5), 2088-2109. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.13677
- Rodríguez, N., Suque, J., & Diaz, L. (2025). Ética periodística y el rol de los medios de comunicación en San Francisco de Milagro. *Arandu UTIC*, 12(3), 2553–2565. <https://doi.org/10.69639/arandu.v12i3.1480>
- Ros, D., Tamayo, R., & Robles, G. (2025). Influencia de la manipulación informativa en la democracia y la opinión pública. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 8(3). <https://doi.org/10.62452/xk4qjr52>
- Rotelli, N. (2022). *Las prácticas de los periodistas con relación a las fuentes informativas en el proceso de construcción de las noticias en los medios gráficos argentinos [Tesis de Doctorado]*. Repositorio de Flacso Andes: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/items/ocdb1bac-98cd-41eb-b2f3-bfecb4c5088a>
- Salvat, G. (2021). El lugar del periodismo ciudadano desde la credibilidad y la confianza. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2). <https://doi.org/10.5209/esmp.71039>
- Suárez, S., Mejía, A., & Cabadina, G. (diciembre de 2020). *Responsabilidad Social y Buenas Prácticas de los Medios de Comunicación*. Consejo de Comunicación: https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/214/1/Investigacio%CC%81n-Responsabilidad-Social-y-Buenas-Pra%CC%81cticas-de-los-Medios-de-Comunicacio%CC%81n.pdf
- Vergara, C., Constante, M., & Ruiz, R. (2024). Comunicación Asertiva en los medios Televisivos Ecuatorianos: Un Desafío de Honestidad Profesional y Credibilidad. *Ciencias Sociales y Humanas*, 8(1). https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.10205

CONFLICTO DE INTERÉS:

Los autores declaran que no existen conflicto de interés posibles.

FINANCIAMIENTO

No existió asistencia de financiamiento de parte de pares externos al presente artículo.

NOTA:

El artículo no es producto de una publicación anterior