

RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, 73 – Páginas 1307 a 1333
[Investigación][Financiada] DOI: 10.4185/RLCS-2018-1308| ISSN 1138-5820 | Año 2018

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

P C López-López, C Márquez-Domínguez, P Molina Rodríguez-Navas, Y T Ramos-Gil (2018):
“Transparencia e información pública en las televisiones del Ecuador: el caso de Ecuavisa
y TC Televisión”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 1307 a 1332.
<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1308/67es.html>
DOI: [10.4185/RLCS-2018-1308](https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1308)

Transparencia e información pública en las televisiones del Ecuador: el caso de Ecuavisa y TC Televisión

Transparency and public information in Ecuadorian television
corporations: the case of Ecuavisa and TC Televisión

Paulo Carlos López-López [[CV](#)] [ [ORCID](#)] [ [GGS](#)], Director del Grupo de Investigación Medios, Tecnologías Aplicadas y Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, Ecuador – pclopez@pucesi.edu.ec

Carmelo Márquez-Domínguez [[CV](#)] [ [ORCID](#)] [ [GGS](#)], Grupo de Investigación Medios, Tecnologías Aplicadas y Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, Ecuador – camarquez@pucesi.edu.ec

Pedro Molina Rodríguez-Navas [[CV](#)] [ [ORCID](#)] [ [GGS](#)], Departamento de Periodismo y de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, España
pedro.molina@uab.cat

Yalitzia Therly Ramos-Gil [[CV](#)] [ [ORCID](#)] [ [GGS](#)] Directora de la Escuela de Comunicación Social. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, Ecuador – ytramos@pucesi.edu.ec

Abstracts

[ES] **Introducción:** La presente investigación desarrolla 62 indicadores de transparencia y acceso a la información pública para aplicarlos en forma de test a las televisiones del Ecuador. **Metodología:** Construcción de un panel de indicadores divididos en cinco bloques, siguiendo la metodología Infoparticipa, para el estudio de las páginas web de Ecuavisa y TC Televisión. Evaluación de su nivel de transparencia en el *Infómetro* de www.mapainfoparticipa.com. **Resultados:** Las empresas informativas analizadas suspenden en transparencia, obteniendo las peores puntuaciones en la

identificación de sus responsables y la gestión de los recursos colectivos, y la mejor en la información para la participación. **Discusión y conclusiones:** El acceso a la información pública y la transparencia, a pesar de tener un amplio desarrollo normativo, no se cumple en este tipo de organizaciones. Los datos básicos no se ofrecen y en el caso de su publicación, no son claros, son insuficientes y poco accesibles.

[EN] Introduction: This research article presents the results of the application of 62 indicators of transparency and access to public information to two Ecuadorian television corporations. **Methods:** The study uses a purpose-created panel of indicators divided into five blocks, following the method developed by the Infoparticipa project, for the analysis of the websites of Ecuavisa and TC Televisión. The results of the evaluation of the level of transparency of these corporations is available in the *Infometro* section of the online platform www.mapainfoparticipa.com. **Results:** The selected media companies are not very transparent: the lowest scores were obtained in the identification of senior executives and the management of collective resources, while the highest scores were obtained in the area of information for participation. **Discussion and conclusions:** These types of organisations do not comply with the indicators of access to public information and transparency, despite having a broad regulatory development. These corporations do not disclose basic data and the information they do publish is often unclear, insufficient and inaccessible.

Keywords

[ES] comunicación política; transparencia; televisión; administración; rendición de cuentas; información pública.

[EN] Political communication; transparency; television; Management; accountability; public information.

Contents

[ES] 1. Introducción. 1.1. Comunicación Política, transparencia y acceso a la información pública. 1.2 Rendición de cuentas y gobierno abierto. 1.3. La transparencia en empresas informativas. 2. Método 2.1 Antecedentes: el proyecto Infoparticipa. 2.2. Metodología Infoparticipa aplicada a las administraciones locales en España. 2.3. La metodología Infoparticipa para el análisis de las webs de las televisiones de Ecuador. 2.4. Organización metodológica, objetivos, muestra e instrumentos de recogida de información. 3. Resultados. 4. Conclusiones y discusión 5. Notas. 6. Referencias bibliográficas.

[EN] 1. Introduction. 1.1. Political communication, transparency and access to public information. 1.2. Accountability and open government. 1.3. Transparency in media companies. 2. Methods. 2.1. Background: the Infoparticipa project. 2.2. Infoparticipa's evaluation procedure applied to local governments in Spain. 2.3. Infoparticipa's evaluation procedure applied to the websites of Ecuadorian TV corporations. 2.4. Research design, objectives, sample and data-collection instruments. 3. Results. 4. Conclusions and discussion 5. Notes. 6. References.

Traducción de **CA Martínez-Arcos**
Doctor en Comunicación (Universidad de Londres)

1. Introducción

El debate sobre la transparencia y la participación en las empresas informativas, y más concretamente en las televisiones, se incardina en una discusión que va más allá de lo teórico para promover

herramientas institucionalizadas que permitan a la ciudadanía pasar de ser espectadores a actuar como verdaderos ciudadanos e informarse de los procesos económicos, de gestión y de producción de los diversos entes. Superada ya la discusión sobre la pertinencia de la rendición de cuentas en este tipo de organizaciones, transparentar los procesos y permitir que la gente de forma individual o agregada participe refuerza su legitimidad como agentes de mediación, sostiene su financiación, permitiendo adaptarse a los cambios de la nueva sociedad digital y, en definitiva, mejora el proceso de gobernanza (Campos-Freire et. al, 2017). Entendiendo el concepto de gobernanza como aquel que planifica, ejecuta y evalúa la toma de decisiones e “incluye los procesos y los organismos que regulan la gestión no solamente económica sino social y democrática de las televisiones” (De Bustos, 2015, p.3), constituyéndose como un concepto mucho más amplio y abierto que el de gobierno (Campos-Freire, 2015). Y es que uno de los principales retos que tienen por delante las televisiones, principalmente las de carácter público, es la de consolidar los principios de calidad democrática que resuelva el conflicto latente entre el control político y su independencia en la gestión, esto es, que sean verdaderamente canales públicos y no gubernamentales.

El fenómeno global de la transparencia, afectando a todo tipo de instituciones y organizaciones, se ha visto acelerado debido a múltiples factores entre los que se encuentran los siguientes: en primer lugar, la pérdida de legitimidad de los sistemas políticos, económicos y sociales, derivada principalmente de la crisis económica y de la mala gestión de los recursos; en segundo lugar, el aumento de la cultura democrática en los países y la menor permisividad con la corrupción; en tercer lugar, el desarrollo de leyes sobre acceso a la información pública en altos rangos normativos (López-López, Vaca-Tapia & Molina Rodríguez-Navas, 2017); y finalmente, el fulgurante desarrollo de las tecnologías de la información y del conocimiento que otorga a las organizaciones la capacidad de disponer de espacios web para la rendición de cuentas y a los ciudadanos de herramientas para reclamar todo tipo de información. En general, la transparencia se liga a la calidad democrática de un país (Alonso-Muñoz A Casero-Ripollés, 2017), siendo su poco nivel sinónimo de precariedad (Manfredi, 2017) y un exceso como un mecanismo de pérdida de privacidad (Han, 2013), de autonomía personal y de gestión. Desde una concepción abarcadora, el acceso a la información debe estar estandarizado y ser sistemático, que permita la fiscalización ciudadana y los procesos de diálogo y retroalimentación efectiva. Así, la propia Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2007) indica que “el acceso a la información constituye una herramienta esencial para combatir la corrupción, (...) y mejorar la calidad de nuestras democracias” (p.1). En el caso concreto de los medios de comunicación, al ejercer el periodismo y, por lo tanto, al realizar mediación entre las organizaciones y los espectadores-ciudadanos, las exigencias se multiplican para asegurar unos altos niveles de institucionalidad, una buena gestión económica o laboral, y garantizar los derechos ciudadanos en el ámbito de la producción de la información, mediante sus códigos deontológicos, éticos y de conducta. Son muchos los autores que han trabajado de forma concreta la transparencia en los medios de comunicación, bien sea a través de su categorización o sentando las bases para su medición: diferenciando la que se da antes, durante y tras la publicación (Heikkilä et al. 2012); creando una tipología de exigencias dividida en el ámbito de las correcciones; propiedad, política de personal, política informativa, procesos de producción y participación (Redondo García & Campos-Domínguez, 2016) o estableciendo tres grandes bloques que permiten auditar de forma genérica televisiones públicas y privadas a través de 29 (López-López, et al. 2017) o 58 (López-López, et al. 2017) indicadores. El presente trabajo, y de ahí su justificación en base a la pertinencia y relevancia, asume una posición superadora de estos últimos ya que no se limita simplemente a establecer unos indicadores de medición, sino a establecerlos entendiendo la transparencia como condición necesaria de un verdadero proceso de participación, adaptados a la realidad ecuatoriana. Una realidad en la cual la transparencia tiene un alto desarrollo normativo a través

de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (2004), Constitución de la República (2008), Ley Orgánica de Participación Ciudadana (2010) y Ley Orgánica de Comunicación (2013). Una alta exigencia tanto a instituciones públicas como privadas y muy pocas reservas, conformando una información pública de carácter expansivo, extensivo y no reservado (López-López, Vaca-Tapia & Molina Rodríguez-Navas, 2017).

1.1 Comunicación Política, transparencia y acceso a la información pública

Desde el punto de vista epistemológico, la transparencia está encuadrada en el diálogo bilateral entre organizaciones y ciudadanos a través de mecanismos digitales, dentro de la definición clásica de Comunicación Política que se concreta a través de la interacción y el diálogo que establecen estos dos agentes junto con los medios comunicación (Wolton, 1997). A nivel teórico, la discusión que se establece a la hora de evaluar la situación de una empresa informativa en el espacio público que genera este triángulo, es si entenderla en su función mediática o bien en su dimensión organizativa. Debido a la significación de la información pública, se entiende en esta última dimensión, ya que el ciudadano no entra a valorar la calidad de la información o espectáculo que genera un medio de comunicación, sino más bien la rendición de cuentas desde el punto de vista económico e institucional de la entidad en tanto que organización, encuadrada, eso sí, por su vocación social y por trabajar con un bien de servicio público.

La Comunicación Política ha avanzado en los últimos años, muy especialmente con las tecnologías de la información y del conocimiento, dejando atrás aquella concepción que la restringía a la simple emisión de mensajes por parte los dirigentes políticos, abandonando la visión limitante de la consultoría, para ofrecer herramientas metodológicas de carácter multidisciplinar que permiten evaluar los flujos de información provenientes de ciudadanos, organizaciones o medios. Estas herramientas han permitido, entre otras cosas, la asunción del carácter público de la política, la construcción de instrumentos que permiten a la ciudadanía el proceso de empoderamiento, y también la superación del debate público-privado en la rendición de cuentas, en donde lo privado también debe ser objeto de fiscalización, y con más razón si recibe, de forma indirecto o directa, algún tipo de financiamiento u obtiene beneficio de relaciones económicas y sociales consolidadas (López-López, 2018). Así pues, en la relación entre transparencia y Comunicación Política, esta última ha permitido mejorar los espacios de socialización y discusión, construyendo una democracia más participativa y fomentando la inclusión de contingentes de ciudadanos que convencionalmente se encontraban fuera del circuito del debate político y de las políticas públicas. De esta forma, se ha pasado de un “intercambio de información entre gobernantes y gobernados” (Cotteret, 1977, p.1) a la confrontación de interés que alimenta el sistema político, los medios de comunicación y el ciudadano-electoral (Mazzoleni, 2010) o al diálogo de éste con las propias organizaciones a través de plataformas web.

Es importante recordar que el concepto de transparencia es utilizado por algunos gobiernos para dar cuenta a los ciudadanos de todos sus actos mediante la accesibilidad en la cual se llega a la información pública (Naser et. al. 2017). En el caso particular ecuatoriano existe la tendencia de una cultura del Secreto del Estado para acceder a la información pública (Sánchez & Carrión. 2004) por una parte; por la otra, “el camino de adquisición tecnológica en la sociedad ha sido un proceso lento y depende de su coste, del servicio, de su promoción y del campo de competencia, entre otros factores” (Ramos & Márquez, 2016, p.15). Lo que permite analizar, por ejemplo, que si el acceso a la televisión digital en Latinoamérica se extenderá entre diez y quince años para su completa transición (Hung E, 2009), las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación distan mucho de concertar en los medios

de información la promoción de una cultura de legalidad para asegurar la transparencia en la gestión pública, factor fundamental de la gobernabilidad democrática (Sánchez & Carrión, 2005, p.10.).

Si bien es cierto, la cultura de la legalidad es entendida dentro de los marcos establecidos como un recurso válido de una sociedad frente a quienes gobiernan para exigir de ésta el respeto a un estado de Derecho, también es legítimo considerar que la transparencia en la información sobre las decisiones y el quehacer gubernamental deben ser abiertos, completos, oportunos, gratuitos y de fácil acceso para el público. Explican Badillo y Marengi (2011) citados en Ramos-Gil y Márquez-Domínguez (2016, p.7) que los mercados audiovisuales de todo el mundo tienden a procesos desregulatorios en los mercados porque no es un servicio público esencial para los Estados sino para florecer las economías internacionales, así como para sustentar las bases de la economía del conocimiento y la sociedad de la información, argumentando que:

La transformación del audiovisual de las últimas dos décadas en América Latina ha estado caracterizada por una fuerte desregulación, transnacionalización y concentración de los mercados. En los últimos cinco años, a estas dinámicas se le ha unido la transición digital, que está promoviendo un cambio en los sistemas técnicos de difusión y una reordenación del mercado audiovisual (Badillo y Marengi, 2011, citado en Ramos-Gil & Márquez-Domínguez, 2016, p.6).

En este campo, la transparencia a escala internacional se impone en la región en un debate establecido por la Agenda 2030 y adoptada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura en el 2015. En este sentido, y a partir de los lineamientos de acceso a la información, se tendría que considerar la categoría de participación que no resulta ajena a los nuevos medios del ecosistema digital y cada vez más recurrente su uso por parte de los distintos actores (Ormel, 2017).

Ante esta perspectiva, se abre una nueva concepción del proceso para acceder a la información pública desde el ámbito de la Comunicación Política. Los medios de comunicación y la creciente conectividad entre personas de diferentes culturas están produciendo una revolución en la comunicación social (Ballinas Valdés, 2011). Aunque fue Jeremy Bentham, a fines del siglo XVIII, quien usó por primera vez el término de transparencia, no deja de tener actualidad la premisa sobre que "...entre más estrictamente seamos vigilados, mejor nos comportamos". Por lo que la transparencia cobró vida en acciones concretas en tres áreas:

- Transparencia en las relaciones internacionales
- Transparencia a nivel de Gobierno Nacional
- Transparencia y Gobierno Corporativo

Hoy se habla del gobierno abierto como nuevo paradigma y modelo de relación entre los gobernantes, las administraciones y la sociedad (Cruz-Rubio, 2015). A pesar de esta perspectiva teórica, los organismos internacionales como Transparencia Internacional y la Red Latinoamericana de Transparencia Legislativa, asumen a través de indicadores varias percepciones sobre la corrupción y los procesos de visibilización del acceso informativo.

Los derechos a la transparencia, el acceso a la información pública y en especial a la rendición de cuentas, se han constituido en ejes generadores y consolidadores de la democracia (Torres, 2013).

Estos enfoques ejecutados a lo interno del tejido social y la forma de profesar la ciudadanía han permitido que este concepto sea entendido como un requisito básico para interactuar en la sociedad, buscando consolidar las democracias en América Latina. (Precht & Figueroa, 2017, p. 2). La transparencia y el acceso a la información, por tanto, responden a una condición primordial para determinar un contrato social que se basa en la gestión del interés público de representación abierta y visible a los ojos de cualquier individuo. Resulta pertinente deducir entonces que el primordial intercambio en las reglas obedece a los procedimientos de las instituciones, quienes han sido partícipes en la construcción e inclusión de estándares de transparencia activa (divulgación de información) para encauzar la participación de la ciudadanía en la vida democrática.

1.2 Rendición de cuentas y gobierno abierto

La salud de una democracia en el siglo XXI no puede sino suceder tras –y durante– el esfuerzo de diálogo que dé paso a una actitud gubernamental comprometida con tres ideas que se encuentran relacionadas entre sí, en tanto que se retroalimentan. Estas son: la rendición de cuentas por parte de órganos reguladores (internos y externos públicos e independientes o privados); el gobierno abierto a la ciudadanía y un acceso real –de éstos– a la información pública. “La calidad de la rendición de cuentas depende de la calidad en la participación de público” (Azurmendi, Llorens, López Vidales & Bas Portero, 2015, p 5). Partiendo desde un marco, se hace necesario, pues, establecer una posición por parte de actores con diversa naturaleza y condición –academia, comunicadores, empresas mediáticas, ejecutivos e instituciones públicas, organizaciones sociales, ciudadanía– a fin de materializar unos aspectos teóricos que comenzaron como utópicos y que terminaron siendo resultado de la pura lógica democrática. Como señala la UNESCO (2012, citado en Valencia-Bermúdez, A. & Campos Freire, F, 2016, p.1), “un aparato robusto de radiodifusión pública, acorde a las mejores prácticas internacionales, es el complemento ideal de los actores privados y comunitarios que conforman los ecosistemas mediáticos, lo que tiene máxima relevancia para la democracia”.

Fue a mediados del siglo pasado cuando comenzó una discusión científica y unos debates abiertos acerca del contenido y continente de la fiscalización del sistema mediático. Cuestiones que están ahora en su punto más desarrollado, sobre todo en Europa donde existe ya un recorrido experimental relativamente amplio. Pero, en el caso de América Latina, hay mucho más camino por hacer. Posiblemente, el origen de esta dilación se deba al contexto social, político, económico y cultural y que, salvando las distancias entre regiones y países, se refleja en el sufrimiento de crisis económicas y financieras, de valores, de representatividad y de credibilidad.

Dichas dificultades que pueden hallarse en el análisis contextual son fruto de la ausencia de unas herramientas democráticas y comunicativas que, por lo mismo, no son planteadas y, ni mucho menos, aplicadas. Y el modelo existente de sistema político implica un determinado modelo de Estado, de Gobierno y de Administración Pública. Frente a las crisis señaladas, se responde con lo que se ha denominado como “buen gobierno” que, a su vez, implica “apertura (gobierno abierto) y transparencia, receptividad, integridad, ética, participación, rendimiento de cuentas, eficiencia y economía, accesibilidad, legalidad y calidad, respeto y garantía de los derechos humanos, evaluación de la gestión, emprendimiento y ecología”. Se trata, pues, de “analizar cuál es el papel de los medios de comunicación en la promoción de la democracia” (De-Frutos, 2014).

Asimismo, a la ineficacia de la gestión, organización y financiación de la información pública, se añade una complicación –o un desafío– más que viene con la globalización, las nuevas tecnologías y el

comercio internacional. Esto es, un gigantesco crecimiento de la competitividad que obliga a los medios de comunicación social a aplicar unas estrategias comerciales –en depreciación de la responsabilidad pública– en el objeto de aumentar los datos de audiencias, cada vez más fragmentadas y complejas en un entorno de convergencia mediática y comunicacional.

La rendición de cuentas por parte de un medio de comunicación versa en la explicación pública a la ciudadanía y a la audiencia –que pueden o no coincidir– sobre su funcionamiento y su administración de recursos, sometiendo a la opinión pública a partir de criterios de transparencia, pero que se adapten a las características de una sociedad que cambia por momentos. Por tanto, un esclarecimiento popular que debería llevarse a cabo a través de fórmulas más pragmáticas y directas hacia el ciudadano y el usuario, y no exclusivamente mediante informes que, a fin de cuentas, nadie lee y que parecieran ir únicamente dirigidos hacia el ministerio que toque, a fin de cumplir la normativa (Van del Bulck, 2015). La obligación, así, reside también en facilitar y promocionar al máximo dichas cuentas para el empoderamiento de la sociedad.

1.3 La transparencia en empresas informativas

Los medios de comunicación, como empresas que manejan el particular producto informativo y el esencial derecho de la información, tienen que postular, ejemplificando al conjunto de actores que conforman el sistema, un diálogo a través de lo mencionado: rendición de cuentas y accesibilidad a la información de interés público. “La transparencia, o la hipertransparencia, forma parte de las nuevas demandas ciudadanas (...), haciéndose operativa a través de una auditoría total y absoluta de la información de la que disponen las organizaciones” (López-López, López-Golán & Puentes-Rivera, 2017, p.2).

En el marco democrático de un Gobierno Abierto, los pilares por los que deben erigirse los medios de comunicación se encuentran en torno a esa misma transparencia y a la participación ciudadana. La democracia ya no se limita, de este modo, a una separación de poderes, a unas Cámaras de representantes, a una Carta Magna o a una eficacia y garantía de derechos sociales, civiles y humanos. El proceso de democratización en muchos Estados está mostrando que el camino es precisamente el de una soberanía popular más integral y profunda (democracia participativa), un establecimiento de nuevas y originales vías de participación, una educación cívica y una fiscalización de las responsabilidades en lo relacionado con la información. Más aún, si cabe, en un ambiente de tambaleos y de dudas frente a conceptos objetivos como “mentira” y “realidad”; y en una esfera mediática complejizada con nuevas formas de comunicación (redes sociales, como paradigmas principales) desde las que la información se encuentra devaluada frente a productos comunicativos más sensitivos e instantáneos. Ahí se encuentra la paradoja que implícitamente señaló Bauman: la sociedad tiene a su disposición todo un conjunto de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y, sin embargo, es el mal uso de éstas por lo que peligran cimientos básicos del siglo XX, como la “verdad”.

Sea como fuera, el desarrollo de las TIC y, por tanto, de los instrumentos de participación y fiscalización de los ciudadanos, obliga a las empresas informativas a ir más allá de ofrecer un producto de calidad, poniendo el foco, igualmente, en el proceso de producción del mismo. Es decir, además de promover el servicio público mediante el ejercicio del periodismo, debe dar acceso a una serie de datos en su poder.

2. Método

2.1 Antecedentes: el proyecto Infoparticipa

La metodología de esta investigación entronca con la metodología conceptualizada y desarrollada en el marco del proyecto Infoparticipa, adaptando el método al estudio de las televisiones en Ecuador. Ese proyecto surgió en España, en un ámbito académico universitario, para dar respuesta a la necesidad urgente de mejorar la comunicación de las administraciones públicas. La inexistencia de una ley de transparencia había enquistado un conjunto de malas prácticas, evidenciadas en la utilización de los medios públicos como instrumentos dedicados al servicio del grupo en el poder en cada momento y localidad o nivel de administración. De forma que, más que herramientas para la participación y la profundización democrática, los medios de comunicación eran utilizados para alcanzar objetivos partidistas y/o personalistas.

Sin una legislación que impusiese obligaciones, se diseñó un método de evaluación de la transparencia acompañado de un procedimiento de comunicación, con el objetivo de evidenciar los problemas detectados y de provocar reacciones que condujeran a soluciones. Por otra parte, se planteó que la metodología de evaluación debía considerar tanto aspectos cuantitativos, la presencia o no de las informaciones en las páginas web de las administraciones, como otros cualitativos, referentes a la utilidad de las informaciones, comenzando por valorar si las informaciones son publicadas de forma comprensible y fácilmente accesible. Es este sentido, se consideró esencial incorporar el análisis de la utilización de los espacios dedicados a las noticias de actualidad (Corcoy, 2016). La repercusión del proyecto se consiguió utilizando dos estrategias de comunicación: por una parte, elaborando informes de resultados por grupos de municipios (con criterios territoriales o de población) que se enviaron a los medios de comunicación, y, por otra parte, publicando los resultados en un mapa en línea, de acceso abierto gratuito, en el que se ofrecía toda la información sobre la metodología de evaluación y los resultados de cada una de las evaluaciones. La primera versión de este mapa, pieza angular del procedimiento, fue el *Mapa de las Buenas Prácticas de la Comunicación Pública Local en Cataluña*. Después se elaboró una primera versión del *Mapa Infoparticipa*, posteriormente reformulada en la segunda versión, actualmente operativa en <http://mapainfoparticipa.com>.

En primer lugar, se analizaron las páginas web de los ayuntamientos de Cataluña y después se amplió el proyecto al conjunto de los ayuntamientos de España gracias a dos proyectos I+D+I, con los que se pudo constituir una red de investigadores en diferentes universidades de distintas comunidades autónomas, y a un tercero vigente [1] El proyecto se ha ampliado también al análisis de otras administraciones públicas, como las Diputaciones Provinciales y los Consejos Comarcales de Cataluña, así como a otros países. Concretamente, se ha extendido a Ecuador, con el análisis de las webs de los municipios mayores del país y a Colombia, donde se están analizando las alcaldías de los Departamentos.

Cada uno de estos trabajos requiere de la adecuación de la metodología. Partiendo de unos criterios comunes y de una perspectiva igualmente compartida, en cada caso se han estudiado las características de las administraciones públicas estudiadas, a veces con diferencias notables, así como la legislación de cada país o comunidad autónoma (en el caso de España), para determinar las obligaciones, la terminología utilizada y el resto de los elementos diferenciales que hay que considerar. Todos estos casos son publicados en el Mapa Infoparticipa y, además, se ha desarrollado un nuevo proyecto dedicado específicamente al caso de las entidades sin ánimo de lucro. Este proyecto ha llevado al desarrollo de dos plataformas, con la finalidad de que esas organizaciones cuenten con un

procedimiento de autoevaluación de su transparencia adecuado a sus necesidades y obligaciones. En primer lugar se desarrolló la plataforma TransparEnt en Cataluña (en <http://transpar-ent.info/es>), adaptada a la legislación sobre transparencia española y a la catalana, y posteriormente se publicó la plataforma adaptada a la legislación valenciana para las entidades de esa comunidad (en <http://valencia.transpar-ent.info/es/>).

El procedimiento ha mostrado su flexibilidad, a la vez que la necesidad de mantener criterios que den unidad y coherencia al proyecto. Por la complejidad con que ha sido conceptualizado, por esa flexibilidad descrita, por los resultados obtenidos en el trabajo con las administraciones públicas tanto en España (Moreno-Sardá, Molina Rodríguez-Navas & Simelio-Solá 2017) como en Ecuador (Medranda Morales, 2017) y por las posibilidades que ofrece la publicación de los resultados en la plataforma, es por lo que este proyecto se plantea utilizar Infoparticipa como punto de partida.

2.2 Metodología Infoparticipa aplicada a las administraciones locales en España

La metodología Infoparticipa se diseña para conseguir un trabajo con repercusión tanto en el ámbito académico como en el profesional, político y cívico. Por esto se conceptualiza como una auditoría de la transparencia y la calidad de la comunicación (Molina Rodríguez-Navas, Simelio-Solá & Corcoy Rius, 2017). El procedimiento ha sufrido modificaciones y variaciones desde su inicio, por una parte, como ya ha sido explicado, para adaptarse a las necesidades de los diferentes casos, y por otra, porque cuando se inició el proyecto no existía una ley de transparencia en España. Posteriormente fue aprobada tanto una ley estatal (España, 2013) como otras de carácter autonómico, lo que llevó también a una modificación de la metodología adecuada a esa nueva situación. En este trabajo se hará referencia a la metodología utilizada en España para evaluar las administraciones públicas locales, ya que es la base que se utiliza para adaptar los demás casos.

La evaluación se realiza utilizando 52 indicadores, divididos en dos grupos y cinco subgrupos:

1. Transparencia de la corporación

1.1 ¿Quiénes son los representantes políticos?

1.2 ¿Cómo gestionan los recursos colectivos?

1.3 ¿Cómo gestionan los recursos económicos: ¿presupuestos, salarios, contrataciones, subvenciones...?

2. Información para la participación

2.1 ¿Qué información proporcionan sobre el municipio y la gestión de los recursos colectivos?

2.2 ¿Qué herramientas ofrecen para la participación ciudadana?

Los indicadores de evaluación pueden consultarse en el Mapa, así como la guía de evaluación con los criterios que se aplican para su validación. De esta forma, cualquier persona interesada, tanto políticos como técnicos, representantes de entidades cívicas o ciudadanos en general, pueden contrastar la evaluación realizada con sus apreciaciones y hacer aportaciones o sugerencias al proyecto.

Para clarificar la evaluación, estos criterios están divididos en tres apartados: (a) información, temática y contenido al que alude el indicador, es decir, la información que debe estar publicada en la web; (b)

ubicación o espacio de la web donde debe aparecer para facilitar una ordenación con criterios de accesibilidad que faciliten la búsqueda; y (c) recomendaciones, de carácter específico para cada indicador. Las evaluaciones realizadas se publican georreferenciadas en el Mapa Infoparticipa. Los evaluadores utilizan el gestor de contenidos para validar los indicadores que correspondan y el sistema calcula el resultado en forma de porcentaje y asigna un color a la marca que aparece en el mapa: gris, cuando no hay página web, blanco cuando la evaluación obtenida es inferior al 25%, amarillo, cuando se encuentra entre el 25 y el 50%, verde claro cuando se supera el 50%, y verde oscuro cuando se supera el 75%. El cálculo porcentual se realiza asignando a cada indicador el mismo valor. Una vez publicado el resultado, los visitantes pueden ver en el mapa tanto el resultado global como el de cada indicador.

A las administraciones evaluadas se les comunican los resultados y se les invita a visitar el mapa, conocer los datos, las carencias detectadas y a subsanarlas. Si se producen mejoras y son comunicadas al equipo del proyecto, este las comprueba y, si corresponde, actualiza la información en la web.

2.3 La metodología Infoparticipa para el análisis de las webs de las televisiones de Ecuador

Para adaptar la metodología Infoparticipa al análisis de las televisiones en Ecuador se ha tenido en cuenta la naturaleza de las entidades que se van a analizar y también la legislación del país. En primer lugar, lo que son las televisiones públicas y privadas en su dimensión de empresas informativas; pero también en tanto que instituciones con unas características determinadas al trabajar con un bien de servicio público como es la información, constitucional y orgánicamente reconocida como derecho. En segundo lugar, su adaptación al marco normativo ecuatoriano. En concreto, se han considerado estas fuentes legislativas: la Constitución del Ecuador (2008), la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública o LOTAIP (2004), la Ley Orgánica de Participación Ciudadana (2010) y la Ley Orgánica de Comunicación (2013).

Si bien la Constitución ya presenta un articulado alusivo a la transparencia (art. 204 y 206), es en la Ley de Transparencia donde se determinan los sujetos obligados y las obligaciones concretas. Es por ello que a partir de este marco legal, lo suficientemente amplio como para que la ciudadanía exija sus derechos de acceso a información, aunque incompleto en la participación, es como se construye un completo y complejo entramado jurídico que obliga a un ejercicio de síntesis para la construcción de indicadores que permitan auditar el comportamiento de las empresas informativas (López-López, Vaca Tapia & Molina Rodríguez-Navas, 2017).

De esta forma, y en base a la Metodología del Mapa Infoparticipa, el Laboratorio de Periodismo y Comunicación para la Ciudadanía Plural de la Universidad Autónoma de Barcelona y el Grupo de Investigación Medios, Tecnologías Aplicadas y Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, han desarrollado 62 indicadores, que además de las demandas legales, ha tenido en consideración las recomendaciones de la UNESCO (2012) en su caracterización de los medios de comunicación de servicio público: independencia editorial y financiera; autonomía de gestión; pluralismo e imparcialidad en el ámbito de la producción de la información; y rendición de cuentas ante las ciudadanía y los diferentes órganos reguladores dentro de un mando que debe ser explícito y con la suficiente capacidad para ser fiscalizable.

2.4 Organización metodológica, objetivos, muestra e instrumentos de recogida de información

La presente investigación utiliza el método analítico que, a través del desarrollo de una metodología de carácter cualitativa y cuantitativa, y después de realizada una revisión legal y considerando los

principios del proyecto Infoparticipa, ha confeccionado una relación de 62 indicadores, divididos en 5 grupos: ¿Quiénes son los representantes del medio informativo?; ¿Cómo se gestionan los recursos colectivos?; ¿Cómo se gestionan los recursos económicos?; Información para la participación y, ¿Qué herramientas ofrece para la participación ciudadana?.

En lo que se refiere a la selección de las televisiones ecuatorianas a las que aplicar los indicadores indicados en forma de test para validar la presente metodología, Ecuavisa y TC Televisión, su justificación se sustenta en varias razones. La primera, la titularidad de la empresa informativa: Ecuavisa es una televisión privada y TC Televisión una de reciente incorporación, en noviembre de 2017 tras la suscripción de un decreto ejecutivo por el presidente Lenin Moreno, a la Empresa de Medios Públicos del Ecuador, lo que permite superar la dualidad público-privado y una comparación sistemática. En segundo lugar, por su ámbito de cobertura y carácter, superior en ambos casos al 70% del territorio nacional en formato de Televisión Abierta VHF; y, finalmente, por sus datos de liderazgo en share.

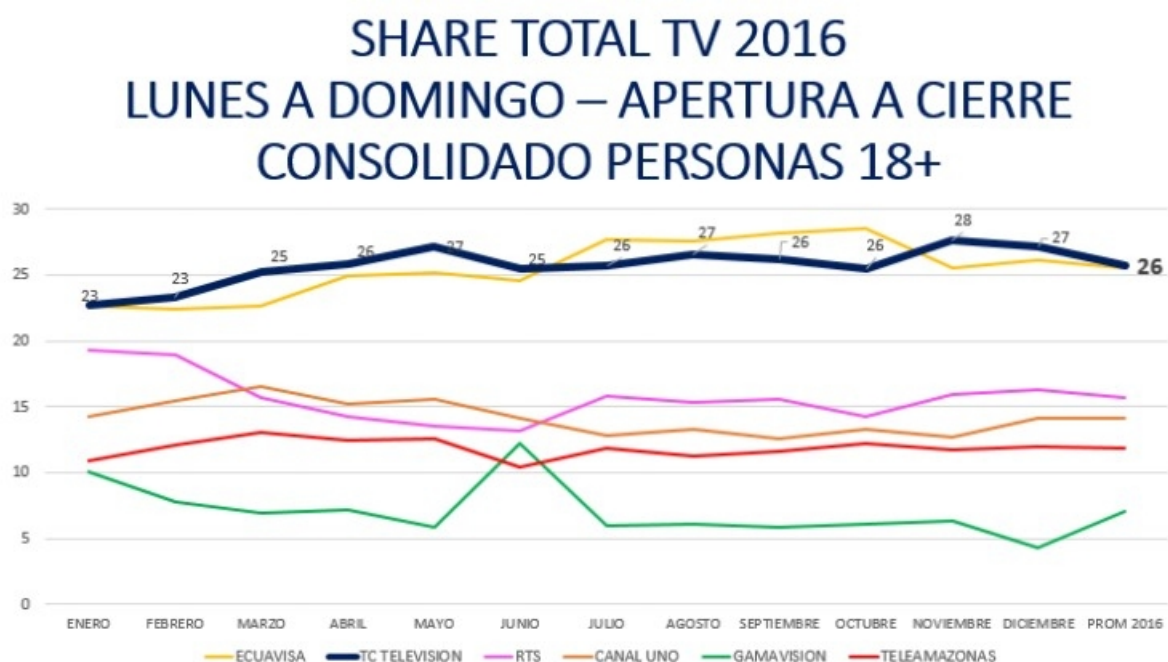


Imagen 1: Share televisiones (Kantar Ibope,2017).

Se parte de la consideración de que la información dispuesta en los espacios web de Ecuavisa (<http://www.ecuavisa.com/>) y en TC Televisión (www.tctelevisión.com/) es claramente insuficiente, tanto en la información institucional y económica, como en las herramientas existentes para fomentar la participación de la ciudadanía.

Bajo esta perspectiva, el objetivo principal del presente trabajo es el de examinar el grado de transparencia y participación en las televisiones anteriormente indicadas, siendo el objetivo secundario el de validar la nueva metodología de indicadores propuesta. Esto se logrará a través de las siguientes fases:

- Aplicación de los 62 indicadores a las páginas web de las televisiones Ecuavisa y TC Televisión (aplicación en febrero de 2018).
- Inclusión de los resultados en el Mapa Infoparticipa.
- Exposición de los resultados en cinco tablas comparativas, en función de la agrupación de los indicadores estipulada.
- Exposición del Infómetro, esto es, puntuación que recibe cada televisión en función de la auditoría realizada.
- Establecer conclusiones que permitan a las personas responsables de gestionar la información pública en las televisiones establecer mecanismos de mejora en sus respectivos entes.

Por este cometido, se ha adaptado la plataforma Mapa Infoparticipa para la publicación de los resultados. Esto ha implicado la incorporación de nuevas posibilidades en el gestor de contenidos, la modificación de los menús que permiten a los usuarios seleccionar las informaciones y la geolocalización de las sedes de las emisoras evaluadas. Además, al igual que en el resto de los casos del proyecto Infoparticipa, se ha confeccionado una guía de evaluación, que tendrá un carácter público a través de la página web.

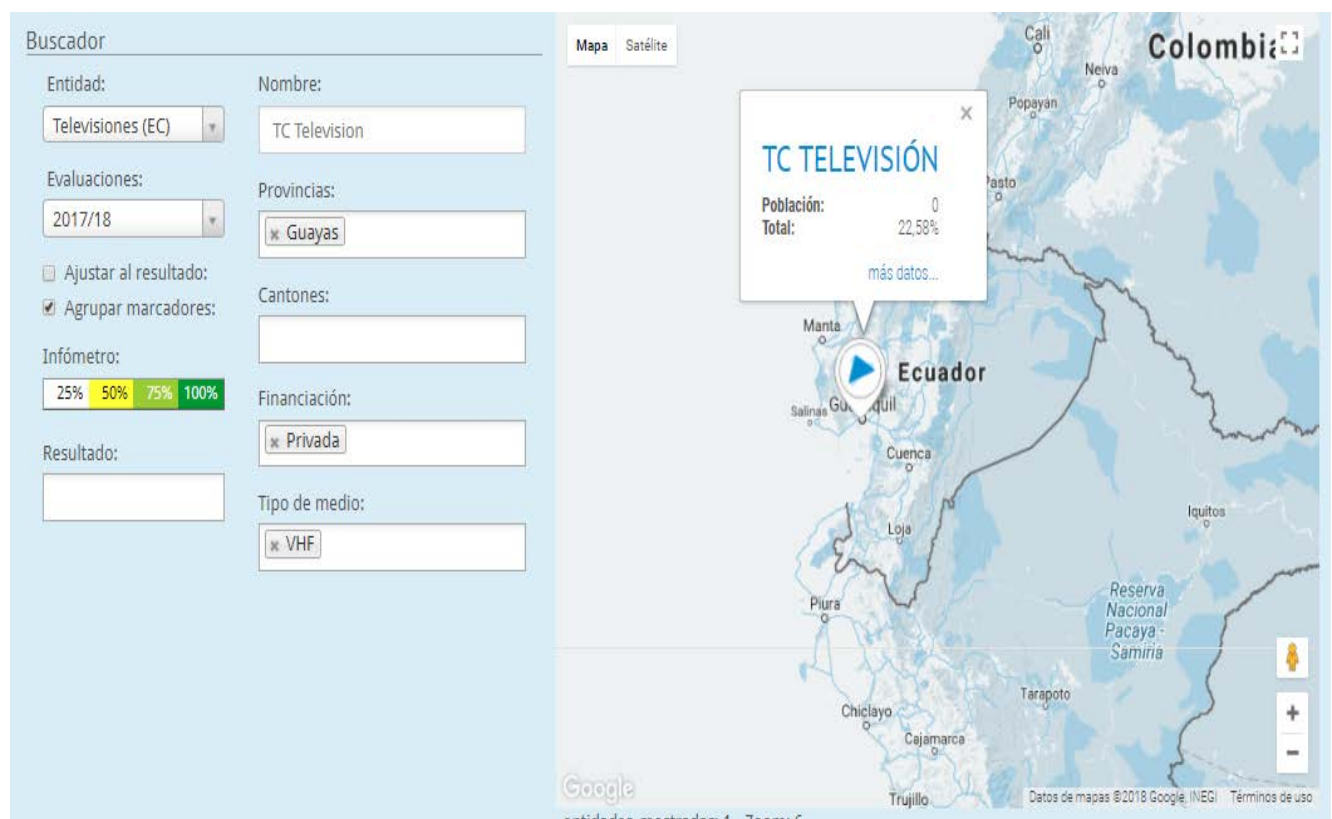


Imagen 2. Mapa Infoparticipa (2018)

3. Resultados

La identificación de los responsables de instituciones públicas y privadas es un elemento indispensable para que la ciudadanía ejerza su derecho de fiscalización de la actividad que de forma ordinaria y extraordinaria desarrollan. Su forma de elección, que debe ser democrática, legal y conducirse a través de procesos que le otorguen legitimidad, junto con la exposición de los méritos de los dirigentes, constituye una condición previa para la participación y el derecho a la comunicación. En ambas televisoras no se da ningún tipo de información accesible sobre el director (o representante legal según la Superintendencia de Compañías), ni su hoja de vida, ni su método de elección, ni remuneraciones, ni actividades.

Con una búsqueda exhaustiva en el informe de rendición de cuentas de Ecuavisa y de TC Televisión, sí que se puede encontrar el nombre a través de la citación y de la firma de actas, pero en ningún caso cumple las dos condiciones necesarias para la validación del correspondiente indicador: claridad y accesibilidad.

Tabla 1.

¿Quiénes son los representantes del medio informativo?

Indicador	Ecuavisa	TC Televisión
¿Se da información básica sobre el Director o Directora del medio informativo: nombre, apellidos y foto?	NO	NO
¿Se da información básica sobre el Director o Directora del medio informativo: biografía y/o hoja de vida?	NO	NO
¿Se explicita el método de elección del Director o Directora del medio informativo?	NO	NO
¿Se publican las remuneraciones (mensuales y o anuales), los viáticos, justificaciones de movilizaciones del director/a?	NO	NO
¿Se publica la declaración de bienes del Director o Directora?	NO	NO
¿Se publica la agenda institucional del Director o Directora?	NO	NO

En lo que se refiere a la gestión de los recursos colectivos (tabla 2), indicar que el primer indicador es positivo en ambos casos ya que sí se publica el informe anual de rendición de cuentas, además de su necesaria socialización, publicidad y reconocimiento en actas, aunque después del primer trimestre del año posterior. En el caso de la Ecuavisa (22%) se adapta al artículo 90 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana, dirigido a dos tipos de públicos que podrían acceder a la información: el virtual y el presencial.

Tabla 2.

¿Cómo gestionan los recursos colectivos?

Indicador	Ecuavisa	TC Televisión
¿Se publica el informe anual de rendición de cuentas?	SI	SI
¿Se publican los planes operativos anuales?	SI	NO
¿Se publica la legislación aplicable al ente?	NO	SI
¿Se informa sobre la composición y forma de elección del Consejo de Administración?	NO	NO
¿Se publican las actas de las reuniones ordinarias y/o extraordinarias del Consejo de Administración?	NO	NO
¿Se publica una declaración de bienes, de intereses y de actividades de los miembros del Consejo de Administración?	NO	NO
¿Se da información sobre los gastos de representación y/o dietas del Consejo de Administración?	NO	NO
¿Se explicita cuál es la vigencia del mandato-marco y su legislación aplicable?	NO	NO
¿Se da información básica sobre el organigrama y se definen las funciones de los departamentos del medio informativo?	NO	NO

Esta misma empresa no publica la legislación que se le aplica, cuestión que sí que realiza TC Televisión (22%) dentro de su propio informe. Aunque ambas televisoras tratan de cumplir los parámetros legalmente establecidos, no existe uniformidad en los procesos y en la presentación de estos. Según las preguntas planteadas en la tabla dos, las respuestas son negativas en temáticas específicas sobre composición y forma de elección del Consejo de Administración, las actas de las reuniones ordinarias y/o extraordinarias de este mismo ente y la declaración de bienes, de intereses y de actividades de los miembros o la vigencia del mandato-marco, que ni tan siquiera sale referenciado. En general, la información está desestructurada y en especial, no se hace referencia a la estructura básica de una empresa como es el organigrama y definición de funciones de responsables y trabajadores.

Por otra banda, la valoración general respecto de la gestión de los recursos económicos (tabla 3) por parte de Ecuavisa es francamente negativa, cumpliendo con firmeza tan sólo dos de los veintiún indicadores (9,5%). De este modo, el medio de comunicación ecuatoriano efectivamente publica un balance anual, con especificaciones pertinentes, si bien el informe peca de poca claridad y no presenta

un presupuesto vigente; indica el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la empresa informativa, aunque no en detalle; e informa de la contratación de obras y/o servicios, aunque no con la máxima rigurosidad ya que no publica estrictamente los contratos, sino las obligaciones monetarias derivadas. En este sentido, se obtiene diecinueve indicadores (91,5%) suspensos en el examen en torno al modo de gestionar los recursos económicos.

De éstos, cabe destacar igualmente la insuficiencia informativa en torno a la publicación de los convenios colectivos o derechos laborales, pues sólo se informa sobre las obligaciones laborales por parte de la empresa; y la carencia explicativa sobre los ingresos provenientes de la Administración Pública, de la publicidad o de los patrocinios, entre otras fuentes, ya que sólo se menciona respecto de medios públicos. Algo mejor, aunque muy poco, son gestionados los recursos económicos en TC Televisión. Se trata de un 14,2% de los indicadores aprobados. Y es que se publica acertadamente una suerte de balance, pero que no tiene que ver con el presupuesto anual aprobado; también se informa sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias a través del SRI; por otra banda, en este caso positivo, la explotación de los derechos deportivos y sus costes, y la inversión en tecnología, investigación, desarrollo e innovación (aunque no la cuantía). Dos indicadores que poco pueden hacer frente a los dieciocho reprobados (85,7%), ya sea porque hay una ausencia informativa plena, porque se cometen errores idénticos a los señalados en el caso de Ecuavisa, o porque no queda clara la información, como es el caso de la publicación de auditorías.

ECUAVISA



Evaluaciones:

TV Ecuador - 2018 (30/01/2018)

Infómetro:

25% 50% 75% 100%

Resultado:

15 (24,19%)

Datos de contexto

Propiedad:	TELEVISORA NACIONAL COMPAÑÍA ANÓNIMA TELENACIONAL C.A.
GrupMedia:	TELEVISORA NACIONAL
Cargo:	
Titular (año):	0
Tipo de medio:	TELEVISION ABIERTA VHF
Financiación:	privada
Sedes:	9
Cobertura:	70.7
Web:	www.ecuavisa.com/

Imagen 3. Mapa Infoparticipa (2018)

Tabla 3.

¿Cómo gestionan los recursos económicos?

Indicador	Ecuavisa	TC Televisión
¿Se publica el presupuesto anual aprobado, especificando gastos y financiación?	NO	NO
¿Se publica la liquidación mensual del presupuesto?	NO	NO
¿Se detalla el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la empresa?	SI	SI
¿Se publica la liquidación de los presupuestos de ejercicios anteriores y/o la cuenta general?	NO	NO
¿Se publica de forma diferenciada los ingresos provenientes de la Administración Pública, publicidad, patrocinios, etc. ?	NO	NO
¿Se informa de las subvenciones u otras aportaciones concedidas?	NO	NO
¿Se informa de los costes de producción ajena?	NO	NO
¿Se informa sobre la explotación de los derechos deportivos y sus costes?	NO	SI
¿Se informa de los costes de producción y/o la compra de los derechos de grandes eventos?	NO	NO
¿Se ofrecen datos de inversión en cine y/u otras industrias culturales?	NO	NO
¿Se publica de forma detallada la inversión en tecnología, investigación, desarrollo e innovación?	NO	SI
¿Se indica la cantidad presupuestaria adjudicada a la producción nacional independiente?	NO	NO
¿Se informa sobre la RPT y las tablas salariales de los trabajadores/as?	NO	NO
¿Se publican los convenios colectivos o derechos laborales del colectivo de trabajadores/as, incluido el	NO	NO

cumplimiento de las obligaciones laborales por parte de la empresa?		
¿Se publica un directorio completo de la empresa informativa, así como el distributivo del personal?	NO	NO
¿Se publica el texto íntegro de todos los contratos colectivos vigentes?	NO	NO
¿Se publica la oferta de trabajo del medio informativo, el desarrollo de los concursos públicos y los resultados?	NO	NO
¿Se explicita el inventario de recursos, bienes muebles o inmuebles de la televisión?	NO	NO
¿Se publica la contratación de obras y/o servicios?	SI	NO
¿Se informa de los resultados de las auditorías internas?	NO	NO
¿Se publican los procesos precontractuales, contractuales, de adjudicación y liquidación, contrataciones de obras, adquisición de bienes, prestación de servicios...?	NO	NO

Tabla 4.
Información para la participación

Indicador	Ecuavisa	TC Televisión
¿Se publican informaciones y/u opiniones sobre actuaciones de los miembros del Consejo de Administración, de la Dirección o sobre la actividad institucional del medio informativo?	NO	NO
¿Publica la empresa informativa el código deontológico orientado a mejorar las prácticas de gestión interna y trabajo comunicacional?	SI	SI
¿Publica la empresa informativa sus políticas y/o líneas editoriales?	SI	SI
¿Se publica la regulación de contenidos, incluida la producción audiovisual nacional y la nacional	SI	SI

independiente? (informativos, opinión, formativos, entretenimiento, deportivos, publicitarios)		
¿Se clasifican las audiencias y las franjas horarias estipuladas por ley para los programas? (familiar, responsabilidad compartida, adultos)	NO	SI
¿Se dedica un apartado en la web para informar sobre los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades de Ecuador?	NO	NO
¿Se publica un código de tratamiento sobre los colectivos de atención prioritaria? (niños/as, mujeres, personas mayores, discapacidad)	SI	NO
¿Existe un histórico de contenidos emitidos?	NO	NO
¿Se informa sobre la realización, junto con colectivos sociales, de programas y proyectos en beneficio de la comunidad?	NO	SI
¿Se publican los compromisos asumidos con la comunidad?	NO	SI
¿Se ofrece una sección de Historia del medio informativo?	SI	SI
¿Se ofrece información sobre la sede social y el lugar físico de ejecución de actividades?	SI	SI
¿Se publica el nombre, dirección, apartado postal y dirección electrónica de la persona encargada de atender la información pública?	NO	NO
¿Se promueve el derecho al acceso a contenidos de las personas con discapacidad auditiva o visual?	NO	NO
¿Se publica el informe anual sobre el cumplimiento del derecho de acceso a la información pública?	NO	SI
¿Se informa sobre las sanciones recaídas a la empresa informativa en función de la legislación aplicable?	SI	NO

¿Difunde el medio informativo a través de su web mecanismo de difusión de derechos y deberes ciudadanos?	NO	NO
¿Existe una política de protección de datos?	NO	NO
¿Existen códigos de autorregulación sobre contenidos e infancia?	NO	NO
¿Se publican datos de audiencia de los programas?	NO	NO

En lo que se refiere a los indicadores situados dentro del bloque “Información para la participación” (tabla 4), compuesto por un total de 20, Ecuavisa cumple con 7 (35%) y TC Televisión con 9 (45%). El significado de este bloque radica en la disposición de datos de forma estructurada que permitan al ciudadano o a la ciudadana tener un conocimiento oportuno para la mejor toma de decisiones a la hora de utilizar las herramientas de participación o aprovechar de mejor forma los espacios destinados para ello.

Como información publicada de forma correcta por ambas televisiones, se dispone todo lo que tiene que ver con el código deontológico (incluso con espacios propios), las políticas editoriales (incluida misión, visión y objetivos), la dirección del espacio físico dónde se ejecutan las actividades (Guayaquil y Quito), una sección específica para historia de la cadena (aunque muy escueta) y la publicación de regulación de contenidos. Este último indicador, nacido del artículo 60 de la Ley Orgánica de Comunicación y dado como válido a pesar de una necesidad evidente de mejora, tiene en cuenta esta disposición legal y también la obligación de incluir la producción audiovisual nacional y nacional independiente. Adicionalmente, Ecuavisa recoge información sobre sanciones recibidas (artículo 23 LOTAIP) y la publicación de unas pautas de tratamiento periodístico a los colectivos de atención prioritaria dentro del propio código deontológico, accesible, pero muy escaso. Por su parte, TC Televisión clasifica (de forma parcial) las franjas horarias estipuladas por ley, da completa información sobre los compromisos adquiridos con la comunidad y establece una relación del derecho de acceso a información pública, aunque es imperativo mejorar en su disposición, que se recoge en el informe de rendición de cuentas (PDF).

Negativamente cabe señalar la inexistencia absoluta de un Consejo de Administración u órgano similar en noticias, encargado de tomar decisiones institucionales y económicas de forma colegiada. Por otra banda, a pesar de las grandes posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, no existe un histórico de contenidos, no se publican las audiencias de los programas ni se establece espacio para informar de derechos y deberes ciudadanos. De igual forma cabe señalar la inexistencia de algún tipo de información que haga referencia a la interculturalidad y plurinacionalidad del Estado ecuatoriano reconocido en la Constitución del año 2008 en su artículo 1, y en la Ley Orgánica de Comunicación (2013) que en su artículo 36 hace referencia al derecho de indígenas, afroecuatorianos y montubios a difundir su cultura por los medios.

Tabla 5.

¿Qué herramientas ofrece para la participación ciudadana?

Indicador	Ecuavisa	TC Televisión
¿Se da información en la web sobre las formas de participación u otras normas al respecto?	SI	NO
¿Se establece un espacio para informar a la ciudadanía del procedimiento para apelar al derecho a la rectificación o a réplica?	SI	NO
¿Existe un espacio interactivo para el Defensor de las Audiencias?	NO	NO
¿Hay canales efectivos de participación/consultas/quejas para el público?	SI	NO
¿Se proporcionan mecanismos para la valoración de los programas y los contenidos?	NO	NO
¿Existen redes sociales operativas?	SI	NO

Las herramientas para la participación ciudadana publicadas en la web de las televisiones otorgan resultados divergentes. En el apartado negativo, TC Televisión no ofrece nada que permita a la ciudadanía opinar y participar de forma individual o colectiva. Incluso, aunque las redes sociales figuran operativas, no están insertas en ninguna parte de la página web mediante widgets o iconos. Por otra parte, Ecuavisa cumple con 4 de los 6 indicadores propuestos, aunque con desigual efectividad. Se puede apelar al derecho de réplica o rectificación (artículo 23 y 24 de la Ley Orgánica de Comunicación), al igual que se puede informar de forma orientada (la página redireccionada la petición al departamento correspondiente, que permite más agilidad y más rápida retroalimentación) a través de un formulario on-line de contacto. No obstante, no existe la figura del defensor de las audiencias ni posibilidad de valorar los programas y contenidos, ni siquiera mediante sencillos mecanismos de puntuación.

4. Conclusiones y discusión

El acceso a la información pública en las televisoras ecuatorianas tiene garantía expresa desde la Constitución y las leyes que la amparan. Esto se presenta como un reto para el gobierno ecuatoriano en cuanto al ejercicio de la participación ciudadana, y también de cara a situar al ciudadano como sujeto protagonista en los ámbitos sociales, políticos y comunicacionales. No obstante, conviene destacar la necesidad de ampliar esta responsabilidad desde los ámbitos estrictamente institucionales a las empresas informativas, como es caso de las televisiones, porque su producto es un derecho de la gente. La información es uno de los bienes más valorados en la sociedad de hoy, aunque Ecuador proporciona información basada aún en principios de actuación que se rigen por un modelo de gestión obsoleto a la luz de los lineamientos internacionales de la UNESCO.

Como primera conclusión, se debe indicar que después de la aplicación de los indicadores a las páginas web de Ecuavisa y TC Televisión, ambas suspenden de forma clara en la auditoría. La primera obtiene la validación de 15 indicadores sobre un total de 62, representando un 24,19%; la segunda 14 validaciones, con un 22,58%. Es por ello por lo que la información que se dispone en las páginas web es insuficiente en todos los ámbitos analizados y la calidad de la información pública es deficiente. Igualmente, existe una clara deficiencia en la accesibilidad, con una ordenación de datos poco intuitiva.

Es importante destacar la nula voluntad de las empresas de televisión analizadas de promover la identificación de sus máximos responsables, su forma de elección y su remuneración económica. Esta condición es la base para cualquier tipo de proceso de rendición de cuentas y, su no cumplimiento, rompe la secuencia que permite la participación efectiva de la ciudadanía y de los grupos de interés. Legalmente en el Ecuador no existe un precepto normativo que las obligue, no obstante, se puede extender el artículo 7 de la LOTAIP sobre la publicidad de viáticos a la recientemente incorporada a los medios públicos TC Televisión, que en ningún caso cumple. Un primer elemento que someter a discusión, y a vista de los resultados anteriores, tiene que ver como la necesidad de revisar la legalidad para promover un derecho ciudadano como es el de conocer y reconocer a las personas que gestionan bienes públicos, no solamente los representantes escogidos directamente por mandato popular.

En el ámbito de la gestión de los recursos colectivos, existe una ocultación sistemática de los dos elementos básicos que deben regir una empresa: en primer lugar, el órgano rector, como es el Consejo de Administración o similar; en segundo lugar, la estructura organizacional a través de un organigrama donde se estipulen los departamentos existentes y las funciones de cada uno. Esto provoca, sumado a la primera de las conclusiones, la incapacidad de saber a quién se está fiscalizando. Del lado positivo -sí que se cumple con lo legalmente exigido, y lo éticamente demandado- lo que se refiere a la rendición de cuentas, elementos al que se le hace especial seguimiento por parte de las autoridades: se publica, se socializa, se anuncia, se registra y, incluso, se emite en pieza audiovisual. La Rendición de Cuentas tiene un aportado específico y visible que permite un acceso claro y rápido, aunque tenga la misma una vocación excesivamente finalista olvidándose muchas veces del *proceso* que la acompaña.

Por otro lado, la información debidamente publicada por parte de ambos medios de comunicación respecto de la gestión de los recursos económicos está muy lejos de ser positiva: se publican balances, pero no se desglosan, no se muestra su ejecución y no se le hace seguimiento. Es por ello por lo que la gestión económica es inoperante y colisiona con los derechos de los trabajadores, al no publicitar convenios colectivos, RPT y procesos contratación. Un segundo elemento a discusión sería el de saber si, en verdad, existe un conocimiento real del departamento económico y de recursos humanos sobre sus obligaciones derivadas de la LOTAIP.

Igualmente se debe indicar que la información para la participación en TC Televisión y Ecuavisa, siendo relevante, es insuficiente. Por una parte, se publican las formalidades (sede física e historia), las grandes pautas que sientan las bases de producción de la información, como las políticas editoriales y el código deontológico, pero no se profundiza en el tratamiento específico de los colectivos de atención prioritaria y minorizados, amparados en el ámbito legal (contenido), ni tampoco desde el punto de vista acceso (adaptación de la web a las personas con deficiencia visual o auditiva). Este promueve una situación de indefensión ciudadana, al no informarse de los derechos ante la persona jurídica que gestiona un bien de servicio público como es la información. En esta misma línea, a pesar de los resultados aparentes buenos resultados de Ecuavisa en el apartado de “¿Qué herramientas ofrece para la participación ciudadana?”, se puede indicar que la participación no está institucionalizada en ninguno de los canales analizados. La institucionalización de la participación pasa inexcusablemente

por la existencia de un Defensor de las Audiencias (artículo 73 de la LOC), que establece un marco de derechos y que sistematice las herramientas de las que dispone el ciudadano para poder fiscalizar la actividad institucional, económica y de acceso a información.

En definitiva, este trabajo nos arroja un suspenso claro en el análisis de las dos televisiones, porque la información es insuficiente y deficiente, con poca voluntad de las empresas informativas de reconocerse a sí mismas, ocultando quién la dirige y cómo se trabaja, con una gestión económica que ni reconoce a sus trabajadores, promueve una situación de indefensión ciudadana y en la que la participación no está institucionalizada. Igualmente, es de interés profundizar en la necesidad de revisar la legalidad en algunos aspectos y en otros muchos los procedimientos, que si bien estandarizados, no se llega a cumplir en la mayor parte de los casos. Además, conviene aplicar esta nueva metodología a otras televisiones para validar plenamente los 62 indicadores propuestos.

* **Investigación financiada.** Los resultados de este artículo forman parte de los trabajos exploratorios del proyecto de I+D “Indicadores de Gobernanza, Financiación, Rendición de Cuentas, Innovación, Calidad y Servicio Público de las RTV Europeas Aplicables a España en el Contexto Digital” (CSO2015-66543-P), del Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España; de la Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación XESCOM” (ED341D R2016/019), apoyado por la Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria de la Xunta de Galicia, coordinada por el grupo Novos Medios de la Universidad de Santiago de Compostela, con la participación de los grupos CP2 y TI3 de la Universidad de Vigo e iMARKA de la Universidad de A Coruña; del Observatorio de Transparencia y Buen Gobierno del Ecuador del grupo de investigación Medios, Tecnologías Aplicadas y Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra; y el I+D+I 2016-2018 CSO2015-64568-R “Metodologías y modelos de información para el seguimiento de la acción de los responsables de los gobiernos locales y la rendición de cuentas” a cargo del Laboratorio de Periodismo y Comunicación para la Ciudadanía Plural (LPCCP) de la Universitat Autònoma de Barcelona.

5. Notas

[1] Proyectos: (I) Metodologías y modelos de información para el seguimiento de la acción de los responsables de los gobiernos locales y la rendición de cuentas. Ministerio de Economía y Competitividad, convocatoria 2015, modalidad 1: proyectos de I+D+I del programa estatal de investigación, desarrollo e innovación orientada a los retos de la Sociedad CSO2015-64568-R, IP Dra. Núria Simelio Solà y Dra. Amparo Moreno Sardà, 2016-2018. (II) Comunicación pública, transparencia, rendición de cuentas y participación en los gobiernos locales. Ministerio de Economía y competitividad, Gobierno de España, proyecto I+D+I, convocatoria 2013 del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación, Orientada a los Retos de la Sociedad, modalidad 1, “Retos Investigación”, 2014-2016, CSO2013-46997-R, IP Juan Luis Manfredi Sánchez. (III) Comunicación y periodismo para la participación ciudadana en el seguimiento y la evaluación de la gestión de los gobiernos locales. Ministerio de Economía y Competitividad, VI Plan Nacional de I+D+I, subprograma de proyectos de investigación fundamental no orientada, convocatoria 2012, 01/01/2013-31/12/2015, prorrogado hasta 30/09/2016, CSO2012-34687, IP Dra. Amparo Moreno Sardà.

6. Referencias bibliográficas

- MA Abellán López (2016): “El Buen Gobierno desde una perspectiva Iberoamericana. Un especial análisis del caso ecuatoriano”. *Iconos*, 54, pp. 231-233. Recuperado el 18 de enero de <http://revistas.flacsoandes.edu.ec/iconos/article/view/1696>
- L Alonso-Muñoz, A Casero-Ripollés (2017): “Transparencia y monitorización en el entorno digital. Hacia una tipología de las plataformas impulsadas por la ciudadanía”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 1.351-1.366. Recuperado el de enero de 2018 de: <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1223/73es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2017-1223
- A Azurmendi, C. Llorens, N. López Vidales & J.J. Bas Portero (2015): “La participación del público como valor añadido de servicio público para la televisión de proximidad. Estudio de caso de “La noche de...”, en ETB 2”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 490-518. Recuperado el de enero de 2018 de: <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1056/26es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2015-1056
- A Badillo, Á. & P. Marengi (2011): “Estándares tecnológicos, batallas económicas y la transición digital del audiovisual terrestre en Latinoamérica”. En Badillo Matos, A. & Sierra Caballero, F. (Eds) *La transición a la televisión digital terrestre en Iberoamérica: diagnóstico y prospectiva* pp. 12-45. Quito: CIESPAL. Recuperado el 2 de enero de 2018 de: <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/127842-opac>
- Á Badillo, Á. & F Sierra, F (2011): *Televisión digital medios de comunicación américa latina políticas de comunicación*. Quito: CIESPAL. Recuperado el 2 de enero de <http://repositorio.ciespal.org:8080/jspui/123456789/125>
- C Ballinas Valdés (2011): *Participación política y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación*. México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Recuperado el 2 de enero de: www.te.gob.mx/documentacion/publicaciones/Temas_selectos/25_participacion.pdf
- F Campos-Freire, F (2015): “Financiación e indicadores de gobernanza de la radiotelevisión pública en Europa”. En: Marzal, J.J., Izquierdo, J. & Casero-Ripollés, A. (eds.) *La crisis de la televisión pública: el caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, pp. 189-216. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- F Campos-Freire, M Rodríguez-Castro, Ó Juanatey & VA Martínez (2017): “El debate europeo sobre el futuro de la financiación de las radiotelevisiónes públicas”. En: *El fin de un modelo de política*. [online] La Laguna: Francisco Javier Herrero Gutiérrez y Concha Mateos Martín (Coord.). Recuperado el 2 de enero de: <http://www.revistalatinacs.org/17SLCS/libro-colectivo-2017.html>
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2007): Estudio especial sobre el derecho de acceso a la información. Recuperado el 19 de enero de <http://www.cidh.oas.org/relatoria/section/Estudio%20Especial%20sobre%20el%20derecho%20de%20Acceso%20a%20la%20Informacion.pdf>
- M Corcoy Rius (2016): *Comunicació i periodisme a les corporacions locals: de les primeres eleccions democràtiques al retiment de comptes. Permanències i canvis a les notícies, del paper als recursos digitals*. Tesis Doctoral Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Comunicació 2016.

C Cruz-Rubio (2015): ¿Qué es (y que no es) gobierno abierto? Una discusión conceptual. *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad* Nº 8, marzo – agosto, pp. 37-53. Recuperado de e 2 de enero de: http://aragonparticipa.aragon.es/sites/default/files/c_nicandro_modelo_gobierno_abierto_iberoamerica.pdf

JC De Bustos (2015): “La gobernanza en las televisiones públicas autonómicas españolas”. In Congreso CICOM Televisiones Autonómicas 2015. *FCom*. Recuperado el 3 de enero de: <https://congresocicom2015tvautonomicas.files.wordpress.com/2016/07/miguel-de-bustos1.pdf>.

R De-Frutos (2014): *Indicadores mediáticos. Análisis crítico de los modelos de evaluación internacional* (PhD dissertation). Universidad de Málaga. Recuperado el 14 de enero de: <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/8569>

Ecuador (2004): Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, 18 de mayo. Asamblea Nacional del Ecuador, *Registro Oficial Suplemento 337*. Recuperado el 8 de enero de 2018 de: http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic5_ecu_ane_cpccs_22_ley_org_tran_acc_inf_pub.pdf

Ecuador (2008): Constitución de la República del Ecuador, de 20 de octubre. Asamblea Nacional del Ecuador, *Registro Oficial 449*. Recuperado el 8 de enero de 2018 de: http://www.asambleanacional.gob.ec/es/noticia/constitucion_de_la_republica_del_ecuador

Ecuador (2010): Ley Orgánica de Participación Ciudadana, 20 de abril. Asamblea Nacional del Ecuador, *Registro Oficial Suplemento 175*. Recuperado el 8 de enero de 2018 de <http://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/10/DynamicPDF-1.pdf>

Ecuador (2013): Ley Orgánica de Comunicación, 25 de junio. Asamblea Nacional del Ecuador, *Registro Oficial Suplemento 22*. Recuperado el 8 de enero de 2018 de: <http://lotaip.eltelegrafo.com.ec/2017/junio/LEY-ORGANICA-DE-COMUNICACIONO.pdf>

España (2013): Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno. *Boletín Oficial del Estado*, 10 de diciembre de 2013, núm. 295, p. 97.922; recuperado el 8 de enero de 2018 de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2013/BOE-A-2013-12887-consolidado.pdf>

BC Han (2013): *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder Editorial.

H Heikki Heikkilä, D Domingo, J Pies, M Glowacki, M Kus, O Baisnée, O. (2012): *Media Accountability Goes Online. A transnational study on emerging practices and innovations (MediaACT Workingpaper)*. Finlandia: Universidad de Tampere.

E Hung (2009): *Transformaciones comunicativas en la era digital. Hacia el apagón analógico de la televisión*. Colombia: Ediciones Uninorte Barranquilla

Kantar Ibope (2017). Informe share televisiones. Recuperado el 3 de enero de: <http://www.kantaribopemedia.com.ec/soluciones-type/audiencia-de-tv/>

PC López-López, M López-Golán & I Puentes-Rivera (2017): “Hypertransparency and new technologies: Analysis of public information in TVE and RPT”. In: *Iberian Conference on Information Systems and Technologies*. CISTI: Lisboa. DOI: 10.23919/CISTI.2017.7976023

PC López-López, M López-Golán, & I Puentes-Rivera (2018, January). “Transparency and Participation in Public Service Television Broadcasters: The American Southern Cone.” In *International Conference on Information Theoretic Security* (pp. 1033-1043). Springer: Cham. DOI: 10.1007/978-3-319-73450-7_98

PC López-López, AC Vaca-Tapia, P Molina Rodríguez-Navas, P.M (2017): “La transparencia en las televisiones del Ecuador: una revisión legal de la información pública”. *Comhumanitas: revista científica de comunicación*, 8, vol 1, pp. 137-158. Quito: Universidad de los Hemisferios.

P C López-López, I Puentes-Rivera & J Rúas-Araújo (2017): “Transparencia en televisiones públicas: desarrollo de indicadores y análisis de los casos de España y Chile”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 253-272. <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1164/14es.html>
DOI: 10.4185/RLCS-2017-1164

JL Manfredi-Sánchez (2017): “Horizontes de la información pública”. *El Profesional de la Información*, Vol. 26, nº 3, pp. 353-360. DOI: 10.3145/epi.2017.may.01

G Mazzoleni (2010): *La Comunicación Política*. Madrid: Alianza Editorial.

NJ Medranda Morales (2017): *Calidad y transparencia en la información y comunicación que se emite a través de las páginas webs de los municipios: comparación de caso Ecuador y España*. Tesis Doctoral Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Comunicació 2016, en <http://hdl.handle.net/10803/458654>

P Molina Rodríguez-Navas, N Simelio Solà & M Corcoy Rius, Marta (2017): “Metodologías de evaluación de la transparencia: procedimientos y problemas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 818-831 [ISSN 1138-5820], <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1194/44es.html>;
DOI: [10.4185/RLCS-2017-1194](https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1194)

A Moreno-Sardà, P Molina Rodríguez-Navas & N Simelio-Solà (2017): “El impacto de la legislación sobre transparencia en la información publicada por las administraciones locales”. *El profesional de la Información*, v. 26, n. 3, pp. 370-380, Recuperado el 3 de enero de: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/may/03.pdf>

A Naser, A Ramírez-Alujas & D Rosales (2017): *Desde el gobierno abierto al Estado abierto en América Latina*. Santiago de Chile: CEPAL. Recuperado el 3 de enero de: <https://www.cepal.org/.../publicaciones/41353-gobierno-abierto-al-estado-abierto>

B Ormel (2017): *Acceso a la información: Lecciones de la América Latina*. UNESCO.

I Perales (2003): *Poder local y democracia participativa en América Latina*. Recuperado el 16 de enero de: <https://www.alainet.org/es/active/3997#!slide>

A Precht & M Figueroa (2017): “Transparencia en los partidos políticos: el modelo chileno”. *Revista Internacional de transparencia e integridad*. 3 (2), pp. 1-10.

Y Ramos-Gil & C Márquez-Domínguez (2016): “El apagón analógico en Ecuador: ¿oportunidad o promesa?” Congreso La Latina. *Del Verbo al Bit*. ISBN-13: 978-84-16458-41-7 / D.L.: TF-605-2016 / DOI (del libro): 10.4185/cac116

M Redondo García & E Campos-Domínguez, E. (2016): “La transparencia mediática como mecanismo de autorregulación: análisis de su presencia en las webs de los principales medios españoles.” *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 32, pp. 1-19.

D Sánchez & H Carrión (2005): *Acceso a la Información Pública en Ecuador*. Recuperado el 3 de enero de: http://www.imaginar.org/docs/Acceso_Informacion.pdf

J Torres (2013): “Una mirada crítica a los derechos a la Transparencia, acceso a la Información pública y rendición de Cuentas”. *Derecho y cambio social*. Recuperado el 3 de enero de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5475843.pdf>

Unesco (2012): *Quality Indicators for Public Broadcasters – Contemporary Evaluation*. Brasilia: Unesco.

A Valencia-Bermúdez & F Campos Freire (2016): Value indicators for regional broadcasters: accountability in EITB, CCMA and CRTVG. *Communication & Society* 29(4), pp. 59-68

H Van den Bulck, (2015). “PSM Accountability in Recent Decades. A Progressive Shift from State to Market”. I Arriaza Ibarra, K., Nowak, E, Kuhn, R. (Eds) *Public Service Media in Europe: A Comparative Approach*. London: Routledge.

D Wolton (1997): *Penser la communication*. Paris: Flammarion.

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

P C López-López, C Márquez-Domínguez, P Molina Rodríguez-Navas, Y T Ramos-Gil (2018): “Transparencia e información pública en las televisiones del Ecuador: el caso de Ecuavisa y TC Televisión”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 1307 a 1332.
<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1308/67es.html>
DOI: [10.4185/RLCS-2018-1308](https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1308)

- En el interior de un texto:

...P C López-López, C Márquez-Domínguez, P Molina Rodríguez-Navas, Y T Ramos-Gil (2018: 1307 a 1332) ...

o

...P C López-López *et al*, 2018 (1307 a 1332) ...

Artículo recibido el 2 de mayo de 2018. Aceptado el 17 de julio.
Publicado el 20 de julio de 2018