La nueva arquitectura de la confianza informativa

Cómo circulan las noticias y dónde depositamos credibilidad en Quito y Guayaquil

CIEES + Lupa Media
2026

Resumen ejecutivo

Las formas de acceder a la información están cambiando, pero las fuentes que las personas utilizan para decidir si una información y/o noticia merece confianza no necesariamente cambian al mismo ritmo.

Los resultados de esta investigación muestran un ecosistema informativo híbrido en Quito y Guayaquil. El consumo se encuentra prácticamente dividido entre medios tradicionales y redes sociales: el 49% de las personas encuestadas utiliza principalmente medios tradicionales para informarse y el 46% señala a las redes sociales como su principal vía de acceso a noticias. Sin embargo, cuando se pregunta por confianza, los medios tradicionales mantienen un papel central: el 49,6% identifica a la televisión como el medio más confiable y el 51,3% señala que confía más cuando una noticia aparece publicada en un medio de comunicación.

Esta diferencia entre dónde se recibe la información y dónde se valida su credibilidad constituye uno de los principales hallazgos del estudio.

Los datos también cuestionan algunos supuestos frecuentes sobre la desinformación. En la prueba aplicada, las personas que se informan principalmente a través de medios digitales no fueron más propensas a creer la pieza falsa presentada. El 86% la identificó como falsa o engañosa, frente al 79,6% entre quienes utilizan principalmente medios tradicionales. En ambos grupos, alrededor del 6,5% la consideró verdadera.

La diferencia apareció principalmente en la incertidumbre. Entre usuarios de medios tradicionales, el 14% no logró clasificar la pieza, mientras que entre usuarios digitales ese porcentaje fue del 7,3%.

Algo similar ocurre con la edad. Entre las personas de 65 años o más, el 22% no pudo clasificar la noticia presentada, pero apenas el 4,9% la consideró verdadera. Este resultado invita a distinguir entre dos fenómenos que suelen confundirse: creer una falsedad y no contar con suficiente seguridad o herramientas para evaluar una información.

El estudio revela además otro desafío particularmente relevante para el combate contra la desinformación: la posibilidad de estar equivocado y, al mismo tiempo, sentirse muy seguro de la propia interpretación. Entre quienes calificaron como verdadera la noticia falsa, el 60,4% dijo estar muy seguro de su respuesta y el 34% algo seguro. El 24,5% de este grupo llegó incluso a calificarse con 10 sobre 10 en su propia capacidad para distinguir entre noticias verdaderas y falsas.

Desde la perspectiva del fact-checking, este hallazgo amplía la discusión. La desinformación no opera únicamente sobre la falta de información. También puede apoyarse en interpretaciones equivocadas sostenidas con altos niveles de confianza.

Finalmente, Quito y Guayaquil muestran estructuras de confianza diferentes. Mientras en Quito los datos, documentos y fuentes adquieren mayor peso al momento de evaluar la credibilidad de una noticia, en Guayaquil el medio que publica conserva una influencia considerablemente mayor.

No existe una única estrategia para fortalecer la resiliencia frente a la desinformación.

Las intervenciones de alfabetización mediática, los productos periodísticos y las estrategias de fact-checking necesitan considerar no solamente qué información consume una audiencia, sino también cómo decide confiar en ella.

Antecedentes

Esta investigación surge de una encuesta realizada por CIEES a 820 personas de 16 años o más en Quito y Guayaquil, mediante entrevistas cara a cara en hogares los días 26 y 27 de septiembre de 2026. El estudio reporta un margen de error de ±4% y un nivel de confianza del 95%.

La alianza estratégica entre CIEES y Lupa Media, en torno a este *white paper*, une la investigación de opinión pública y el *fact-checking* para aportar al debate sobre la desinformación y fortalecer la credibilidad en el

ecosistema informativo. Su punto de partida es una pregunta: ¿cómo deciden las personas qué información considerar creíble y qué papel juega esa decisión en la construcción de la opinión pública?
Ese proceso puede entenderse como un conjunto de balanzas: ¿pesa más la confianza en quien comunica o en el medio que publica? ¿La plataforma donde circula la noticia o quienes verifican su contenido? ¿Qué distancia hay entre aquello que creemos y aquello que damos por cierto?

También interviene otra tensión: el deseo de conocer e informarse; frente a los atajos que usamos para decidir con rapidez. Ante una gran cantidad de mensajes, podemos apoyarnos en el reconocimiento de un vocero, la reputación de un medio, la recomendación de alguien cercano o la apariencia de una publicación, sin detenernos siempre a revisar la evidencia. Ese "bypass cognitivo" puede facilitar la evaluación cotidiana, pero también influir en qué aceptamos como verdadero.

Este white paper examina cómo se equilibran esas señales cuando la información circula por medios, plataformas y redes personales.

1. Introducción: la pregunta ya no es solamente dónde nos informamos

Durante buena parte de la transición hacia ecosistemas digitales, la discusión sobre consumo informativo ha girado alrededor de una pregunta relativamente sencilla: ¿de dónde obtiene noticias la población?

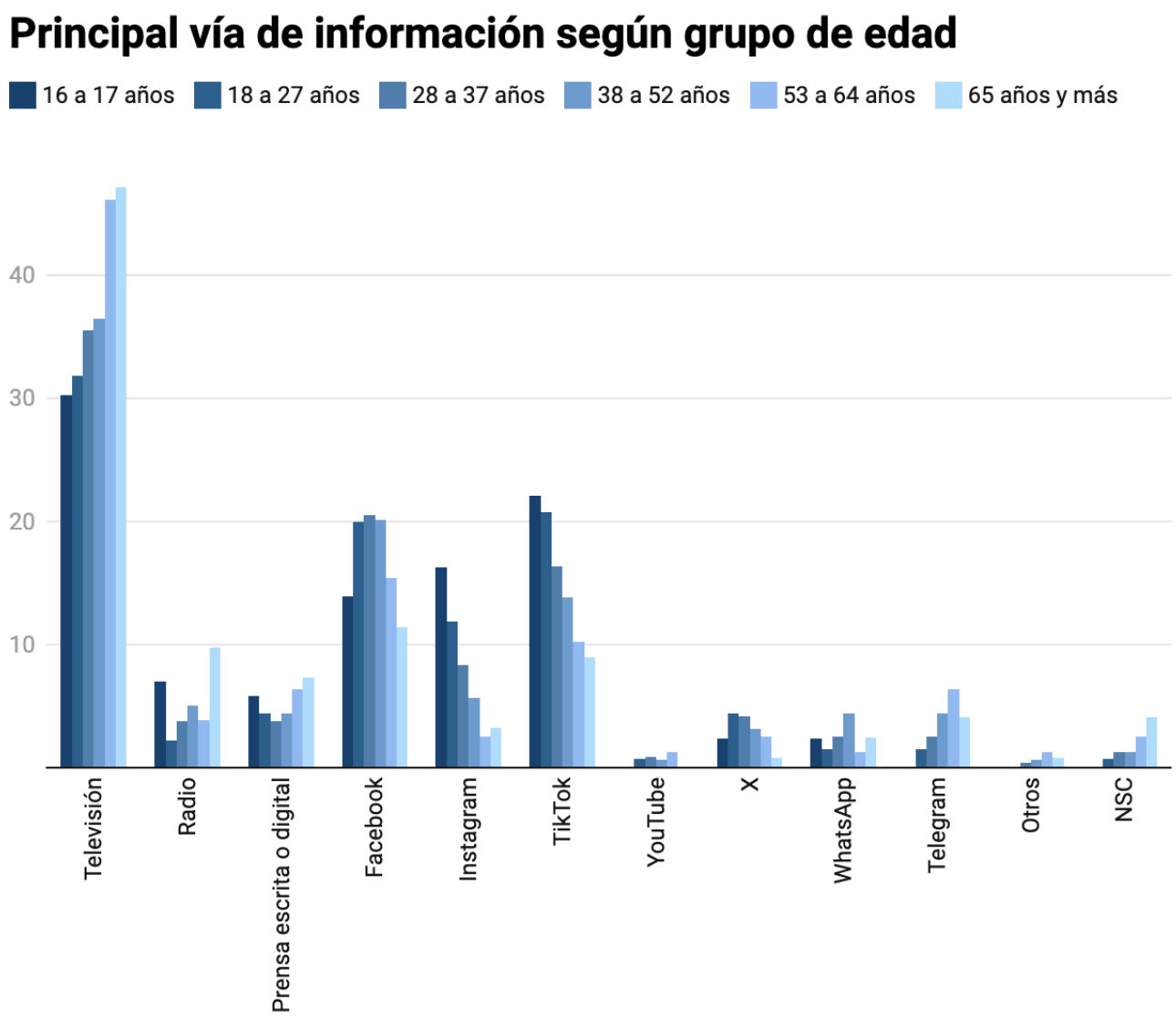
La expansión de plataformas digitales sociales transformó esa respuesta. Facebook, Instagram, TikTok, X y otras plataformas dejaron de ser únicamente espacios de interacción social para convertirse también en mecanismos cotidianos de acceso, descubrimiento y circulación de información.

Pero conocer el canal por el que una persona recibe una noticia no necesariamente permite saber qué hace que la considere verdadera.

Ese segundo proceso —la construcción de confianza— resulta especialmente importante para comprender la desinformación.

Una persona puede encontrar una noticia en TikTok, consultar después un medio de comunicación, recibirla nuevamente por WhatsApp y terminar validándola mediante la opinión de alguien cercano. La circulación informativa contemporánea no ocurre necesariamente dentro de un único canal.

Los resultados de esta investigación apuntan precisamente hacia ese ecosistema híbrido.



Nota metodológica: Encuesta realizada a 820 personas de 16 años o más residentes en Quito y Guayaquil, mediante entrevistas cara a cara en hogares, el 26 y 27 de septiembre de 2026. Margen de error: ±4% y nivel de confianza del 95%.

Gráfico: Lupa Media • Fuente: CIEES • Creado con Datawrapper

El consumo informativo está prácticamente dividido entre medios tradicionales y redes sociales, pero la confianza continúa concentrándose de manera importante en referentes periodísticos tradicionales. Incluso entre algunos usuarios que utilizan plataformas digitales como principal vía de información, la televisión o la prensa aparecen como referencias de credibilidad.

Consumir información y confiar en ella no son lo mismo. Las fuentes a través de las cuales nos informamos no siempre son las mismas en las que depositamos nuestra confianza. Esta distinción es el punto de partida de este *white paper*.

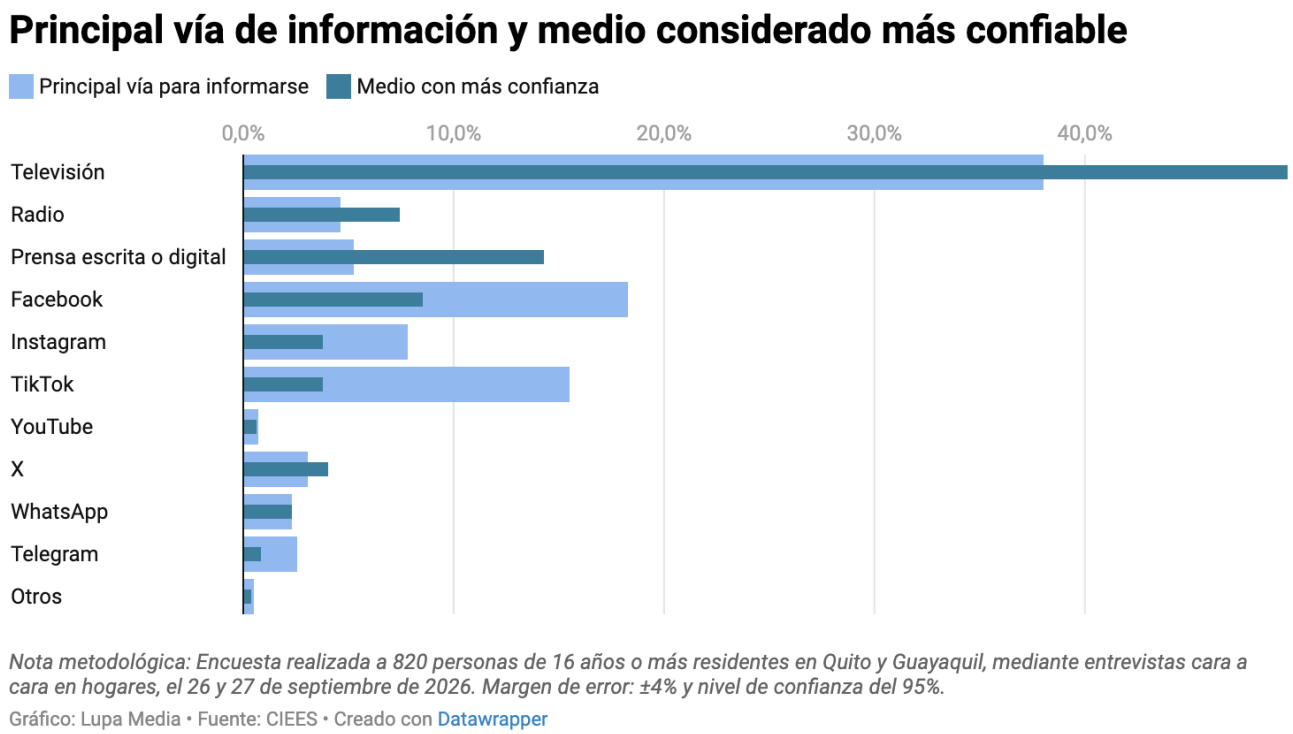
2. Un ecosistema híbrido: las redes llevan la noticia, los medios todavía la validan

Los datos muestran una transformación clara del consumo informativo.

El 49% de las personas encuestadas señala a los medios tradicionales como su principal fuente de información, mientras que el 46% utiliza principalmente redes sociales. WhatsApp y Telegram reúnen cerca del 5% de las preferencias.

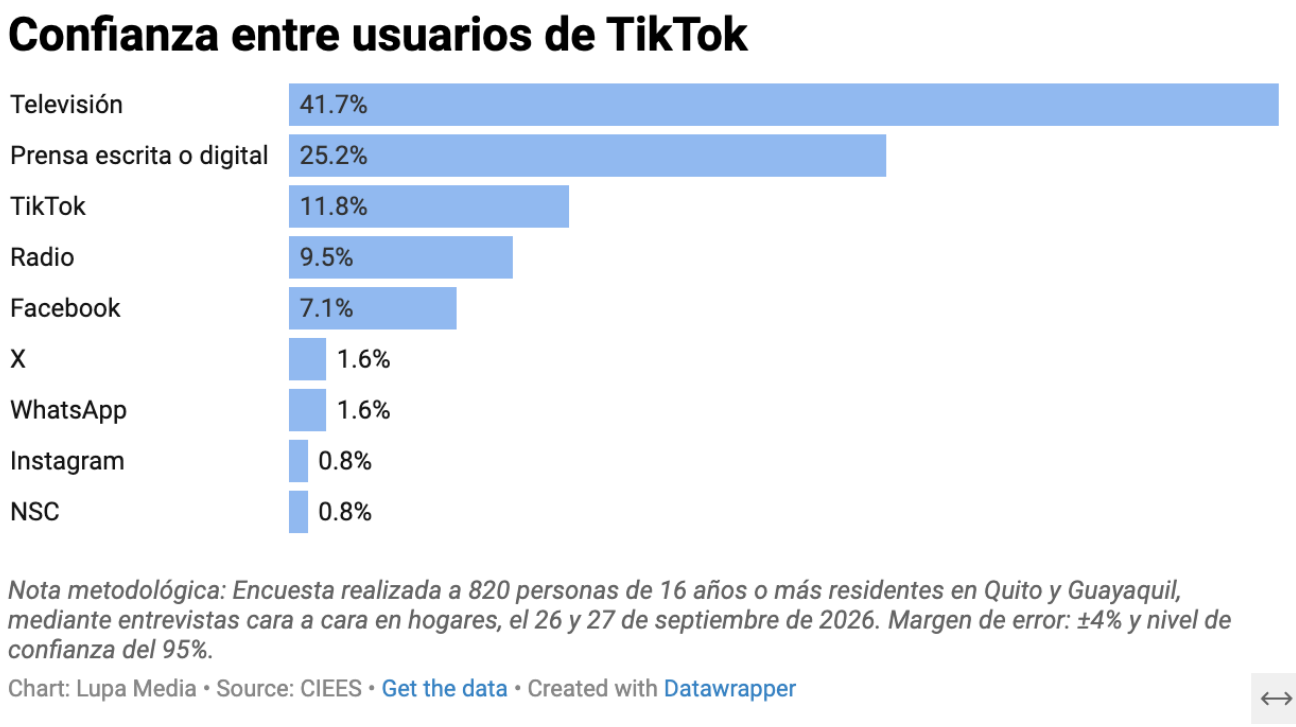
Pero esta distribución cambia cuando se observa la confianza.

La televisión es identificada como el medio más confiable por el 49,6% de los participantes. La prensa escrita o digital ocupa el segundo lugar, con 14,3%. Facebook aparece después, con 8,5%. En términos generales, el 51,3% señala que confía más cuando una noticia aparece en un medio de comunicación, frente al 24,8% que deposita mayor confianza en las redes sociales.



El lugar donde circula una noticia y el lugar desde el que se construye su legitimidad pueden ser distintos. Los cruces entre consumo y confianza ayudan a observar este comportamiento. Entre quienes utilizan Instagram como principal fuente de información, el 23,4% identifica a esa misma plataforma como la más confiable, pero exactamente el mismo porcentaje señala a la televisión.

La diferencia es todavía más marcada entre quienes utilizan TikTok como fuente principal. En ese grupo, apenas el 11,8% considera a TikTok como el medio más confiable. En cambio, el 41,7% señala a la televisión y el 25,2% a la prensa.



Estos datos sugieren que la expansión de las redes sociales no necesariamente ha producido una sustitución completa de las instituciones periodísticas como referentes de credibilidad. Más bien parece configurarse una cadena de confianza híbrida: la noticia puede llegar desde una plataforma digital, pero su legitimidad puede buscarse en otro espacio.

¿Qué significa esto para el periodismo?

Para los medios y organizaciones de fact-checking, estar presentes en las plataformas donde circula la información sigue siendo necesario, pero no suficiente. El desafío no consiste únicamente en alcanzar a la audiencia. También implica comprender qué elementos hacen que esa audiencia considere una información confiable.

3. Informarse en redes no significa necesariamente ser más crédulo

Una de las narrativas más extendidas sobre desinformación establece una relación casi automática entre consumo digital y vulnerabilidad. Bajo esa mirada, quien se informa a través de redes sociales estaría más expuesto y, por lo tanto, tendría mayor probabilidad de creer contenidos falsos.

Los resultados de esta prueba no respaldan esa relación de manera directa.

Ante la noticia falsa presentada durante la investigación, el 43,9% de los encuestados la clasificó como falsa y el 37,8% como engañosa. En conjunto, el 81,7% identificó algún problema de veracidad. Solo el 6,5% la consideró verdadera y el 11,8% no logró clasificarla.

Cuando se analiza el resultado según la principal vía de información, las personas que utilizan medios digitales incluso muestran una mayor capacidad de clasificación dentro de esta prueba: el 86% identificó la pieza como falsa o engañosa, frente al 79,6% entre los usuarios de medios tradicionales.

Sin embargo, la proporción que creyó verdadera la falsedad fue prácticamente idéntica: 6,7% entre usuarios digitales y 6,4% entre usuarios tradicionales.

La diferencia principal estuvo en otro lugar. Entre quienes utilizan medios tradicionales, el 14% no supo cómo clasificar la noticia. Entre quienes utilizan medios digitales, esa proporción cayó al 7,3%.

Exposición, credulidad e incertidumbre no son equivalentes.

Una persona puede estar altamente expuesta a información digital y aún así contar con herramientas para reconocer señales problemáticas. De la misma manera, una persona puede no creer directamente una falsedad, pero carecer de criterios suficientes para evaluar su veracidad.

4. La incertidumbre también es una forma de vulnerabilidad informativa

Las iniciativas de alfabetización mediática suelen concentrarse en una pregunta: ¿quiénes son más propensos a creer información falsa? Pero los datos sugieren que existe otra dimensión relevante: quiénes tienen dificultades para decidir.

Esta diferencia se observa con claridad al analizar los resultados por edad.

Entre las personas de 65 años o más, el 22% no pudo clasificar la noticia presentada. Entre adolescentes de 16 y 17 años, la proporción fue del 7%; entre jóvenes de 18 a 27 años, del 8,9%.

Sin embargo, apenas el 4,9% del grupo de mayor edad calificó la noticia como verdadera.

El dato invita a evitar una interpretación simplista según la cual las personas mayores necesariamente “creen más desinformación”. Al menos frente al estímulo utilizado en este estudio, el principal desafío observado en este grupo no fue una mayor aceptación de la falsedad, sino una mayor incertidumbre para clasificarla.

Esta diferencia tiene consecuencias prácticas. Una estrategia dirigida a alguien que está convencido de una falsedad no necesariamente debe ser igual a una estrategia dirigida a alguien que simplemente no sabe cómo evaluarla.

Desde una perspectiva de alfabetización mediática, esto sugiere la necesidad de trabajar habilidades relacionadas con:

- reconocimiento de fuentes;
- evaluación de evidencia;
- contraste de información;
- búsqueda de señales de contexto;
- identificación de incertidumbre;
- capacidad de postergar una conclusión cuando no existe evidencia suficiente.

La alfabetización mediática no debería aspirar a que las personas tengan siempre una respuesta inmediata. También debería ayudarlas a reconocer cuándo todavía no cuentan con suficiente información para llegar a una conclusión.

5. El desafío más difícil: estar equivocado y estar seguro

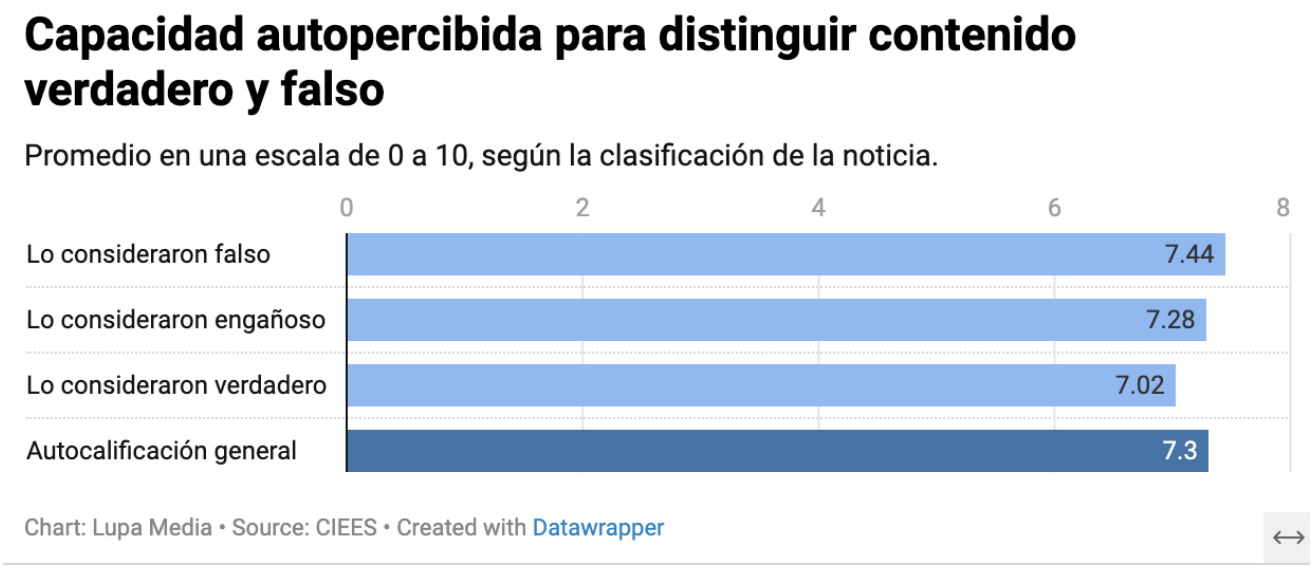
Existe, sin embargo, una vulnerabilidad distinta. No la de quien duda. Sino la de quien está equivocado y, aun así, confía considerablemente en su interpretación.

El 62,8% de los encuestados se declaró muy seguro de la clasificación que realizó sobre la pieza presentada y el 23,8% algo seguro.

La seguridad también estuvo presente entre quienes se equivocaron. Entre las personas que calificaron como verdadera la noticia falsa, el 60,4% estaba muy seguro de su respuesta y el 34% algo seguro.

Además, este grupo no necesariamente percibía limitaciones en su propia capacidad para detectar desinformación.

La capacidad autopercibida promedio para distinguir entre noticias verdaderas y falsas fue de 7,30 sobre 10. Quienes clasificaron correctamente la pieza como falsa reportaron una capacidad promedio de 7,44. Quienes la consideraron engañosa, 7,28. Pero incluso quienes la calificaron erróneamente como verdadera se otorgaron en promedio 7,02 sobre 10.



Más aún: el 24,5% de quienes creyeron verdadera la falsedad se calificó con 10/10 en su capacidad para distinguir desinformación.

Corregir información no significa necesariamente corregir una creencia

El modelo más sencillo de combate contra la desinformación supone que existe un déficit informativo: una persona no conoce un dato correcto, recibe información falsa y, al entregarle evidencia verificada, puede modificar su interpretación.

Pero los datos muestran que parte del problema puede ocurrir en un escenario distinto. La persona ya tiene una interpretación. Confía en ella. Y además puede considerarse altamente capaz de distinguir entre información verdadera y falsa.

En ese escenario, una verificación no compite únicamente contra una falsedad. Compite contra una certeza.

Entonces, este hallazgo permite plantear una de las principales conclusiones de este white paper: la desinformación no se sostiene solamente en la falta de información. También puede sostenerse en la confianza con la que una interpretación equivocada es asumida y ratificada.

Esto abre un campo particularmente importante para la alfabetización mediática: enseñar no solamente a verificar información externa, sino también a examinar nuestras propias certezas.

6. Quito y Guayaquil: dos estructuras distintas de confianza

El análisis agregado esconde diferencias importantes entre las dos ciudades estudiadas.

En Quito, los medios digitales tienen mayor presencia como vía principal de información: 51,5%, frente al 41,3% de medios tradicionales.

En Guayaquil ocurre lo contrario: los medios tradicionales alcanzan el 54,3%, mientras los digitales representan el 39,5%.

Pero la diferencia más significativa aparece al preguntar qué hace creíble una noticia.

En Quito, el 42% señala a los datos, documentos o fuentes como principal criterio de credibilidad. Solo el 26,8% prioriza al medio que publica.

En Guayaquil, el patrón se invierte: el 53,8% considera al medio que publica como el principal factor de credibilidad, mientras que el 24,5% prioriza datos, documentos o fuentes.

La concentración de confianza en medios tradicionales es también mucho mayor en Guayaquil. El 64,8% identifica a la televisión como el medio más confiable, frente al 33,8% en Quito. La prensa escrita o digital alcanza 22,1% en Guayaquil y 6% en Quito.

No se trata de afirmar que una ciudad “confía en evidencia” y otra “confía en marcas”. Los datos muestran tendencias relativas dentro de la muestra.

> **La arquitectura de confianza no es homogénea.**

Una misma verificación puede mantener exactamente la misma evidencia y conclusión, pero requerir distintas formas de presentación y distribución.

En contextos donde los datos y documentos tienen mayor peso, puede ser especialmente relevante hacer visible rápidamente la fuente primaria. En contextos donde el reconocimiento del medio tiene mayor influencia, la legitimidad institucional y las alianzas de distribución pueden adquirir mayor importancia.

7. El papel creciente de la intermediación personal

Los resultados muestran además que la credibilidad no depende únicamente de instituciones o evidencia.

El 9,1% señala a la persona o creador que comparte una noticia como el principal factor que influye en su credibilidad y el 10,1% menciona haberla recibido de alguien de confianza.

En conjunto, aproximadamente una quinta parte de los encuestados vincula la credibilidad principalmente con alguna forma de intermediación personal.

El fenómeno se vuelve especialmente relevante entre quienes confían más en redes sociales. En ese grupo, el 16,3% señala a la persona o creador como principal criterio de credibilidad, frente al 7,4% entre quienes confían más en medios de comunicación.

Esto implica que la confianza digital tampoco puede entenderse únicamente como confianza en plataformas. Detrás de una plataforma existen personas: creadores, periodistas, especialistas, familiares, amigos, comunidades y referentes.

En muchos casos, ellos funcionan como puentes de legitimidad.

Para organizaciones periodísticas y de fact-checking, esto plantea una pregunta estratégica: ¿es suficiente publicar una verificación correcta o necesitamos también construir redes de distribución mediante personas que las audiencias ya consideran confiables?

8. Implicaciones sociales de la desinformación y la desconfianza

El daño de la desinformación puede ir más allá de aceptar una afirmación falsa: también puede debilitar las referencias compartidas para conversar sobre los hechos, contrastar versiones y tomar decisiones colectivas. La democracia requiere discutir distintas interpretaciones con procedimientos y fuentes cuya credibilidad pueda examinarse. Cuando esa base se debilita, la discusión pública puede desplazarse de la evidencia hacia una disputa sobre quién define lo verdadero (Lewandowsky et al., 2023).

La confianza se organiza mediante distintas balanzas: entre el vocero y el medio; la plataforma y quienes verifican; las creencias propias y la evidencia disponible. En entornos digitales también usamos señales rápidas, como quién compartió el contenido, cómo está presentado o qué reputación tiene la plataforma. Estos atajos ayudan a orientarse, pero el riesgo aparece cuando sustituyen la revisión de la fuente y la evidencia (Ross Arguedas et al., 2024).

La duda es necesaria cuando lleva a preguntar, contrastar y verificar. El problema surge cuando se convierte en desconfianza generalizada y ninguna fuente parece confiable. Entonces se vuelve más difícil distinguir la crítica legítima del rechazo automático. La investigación sobre desconfianza institucional advierte que la sospecha extendida puede debilitar también la confianza entre personas y la disposición a cooperar, aunque no toda desconfianza produzca esos efectos (van Prooijen, Spadaro y Wang, 2022).

La certeza equivocada plantea otro desafío. Cuando alguien sostiene con seguridad una interpretación falsa, puede recibir una corrección como un cuestionamiento a su criterio o a las personas en quienes confía. La conversación corre entonces el riesgo de centrarse en quién comunica o verifica, dejando la evidencia en segundo plano. Así, el desacuerdo puede endurecerse y reducir la disposición a revisar una conclusión.

El análisis previo muestra que los criterios de credibilidad varían entre públicos. Esto permite plantear una pregunta social: ¿qué ocurre cuando el desacuerdo sobre una información se convierte también en un desacuerdo sobre quién está legitimado para verificarla? La encuesta no midió directamente cambios en la cooperación, la polarización o la confianza interpersonal; por eso, este capítulo plantea posibles implicaciones, no un daño social demostrado para Quito o Guayaquil.

El desafío consiste en fortalecer una confianza crítica: examinar quién comunica, qué evidencia presenta y cómo puede verificarse, manteniendo abierta la posibilidad de corregir una interpretación. El periodismo, el fact-checking y la alfabetización mediática pueden contribuir

haciendo visibles sus fuentes y criterios, y ayudando a evaluar la información y las señales que influyen en su credibilidad.

9. Qué implican estos hallazgos para el fact-checking

9.1. No confundir alcance con confianza

Llegar a una audiencia no significa necesariamente contar con su credibilidad. Las organizaciones periodísticas necesitan pensar ambas variables de manera separada.

9.2. Hacer visible la evidencia

Cuando los datos, documentos y fuentes son factores importantes de credibilidad, la evidencia no debería quedar escondida al final de una verificación. Debe formar parte del lenguaje visual y narrativo del contenido.

9.3. Diferenciar incertidumbre de credulidad

Una persona que no sabe si una información es verdadera necesita herramientas distintas a alguien que ya ha adoptado firmemente una falsedad.

9.4. Trabajar sobre la confianza, no únicamente sobre el dato

La corrección factual es indispensable. Pero frente a interpretaciones sostenidas con alta seguridad, el desafío también consiste en generar condiciones para que una persona reevalúe su propia conclusión.

9.5. Diseñar estrategias de distribución diferenciadas

La evidencia encontrada en Quito y Guayaquil sugiere que no todas las audiencias construyen credibilidad mediante los mismos mecanismos. La verificación puede ser la misma. Su distribución no necesariamente tiene que serlo.

10. Implicaciones para alfabetización mediática

Estos hallazgos también obligan a ampliar el objetivo tradicional de la educación contra la desinformación.

Durante años, buena parte de los programas de alfabetización mediática se han concentrado en enseñar técnicas: buscar una fuente, revisar una fecha, utilizar una búsqueda inversa, identificar una cuenta falsa o contrastar una afirmación.

Estas habilidades siguen siendo necesarias. Pero no son suficientes.

Los resultados sugieren incorporar una dimensión adicional: la relación entre confianza, certeza y juicio informativo.

Una alfabetización mediática más completa debería ayudar a desarrollar al menos cuatro capacidades:

Capacidad	Qué implica
Evaluar	Identificar la calidad de una fuente y la evidencia disponible.

Contrastar	Buscar información adicional antes de aceptar una afirmación.
Reconocer incertidumbre	Aceptar que no siempre existe suficiente evidencia para decidir inmediatamente.
Revisar	Estar dispuesto a modificar una interpretación cuando aparece evidencia nueva.

Desde esta perspectiva, una persona alfabetizada mediáticamente no es aquella que nunca se equivoca. Es aquella que cuenta con mejores herramientas para identificar por qué cree algo, qué evidencia sostiene esa creencia y cuándo debería revisarla.

11. Conclusiones

Los resultados de esta investigación muestran un ecosistema informativo que no puede explicarse mediante una oposición sencilla entre medios tradicionales y redes sociales.

Las redes se han convertido en una puerta fundamental de acceso a noticias, pero la televisión y la prensa continúan desempeñando una función importante de legitimación.

El uso de plataformas digitales tampoco implica automáticamente mayor credulidad. En la prueba realizada, los usuarios digitales no fueron más propensos a considerar verdadera la pieza falsa que quienes utilizan principalmente medios tradicionales.

En cambio, aparecen otras formas de vulnerabilidad que merecen mayor atención.

Una es la incertidumbre: personas que no necesariamente creen información falsa, pero carecen de herramientas o confianza suficiente para evaluarla.

Otra es la certeza equivocada: personas que adoptan una interpretación falsa y lo hacen con niveles elevados de seguridad.

Ambas requieren respuestas distintas.

Los datos también muestran que la confianza no se construye de la misma manera en Quito y Guayaquil y que personas, creadores y círculos cercanos cumplen un papel creciente como intermediarios de credibilidad.

> **Combatir la desinformación no consiste únicamente en producir más información correcta. También requiere comprender cómo las personas deciden en qué confiar.**

Para medios de comunicación, organizaciones de fact-checking, instituciones educativas y actores públicos, esto significa pasar de una estrategia centrada únicamente en corregir falsedades a otra capaz de trabajar sobre evidencia, confianza, incertidumbre y capacidad de revisar nuestras propias certezas.

Nota metodológica

Los resultados analizados corresponden a 820 entrevistas cara a cara en hogares realizadas a personas de 16 años o más residentes en Quito y Guayaquil, los días 26 y 27 de septiembre de 2026. El estudio reporta un margen de error de ±4%, con un nivel de confianza del 95%.

La evaluación de capacidad para identificar desinformación se realizó a partir de una pieza falsa específica presentada como estímulo. Por tanto, estos resultados permiten analizar la reacción frente a esa pieza, pero no deben interpretarse como una medición general de la capacidad de las personas para identificar cualquier tipo de desinformación.