

EL TIEMPO, el más consultado por los líderes de opinión en Colombia

El último estudio 'Panel de opinión' de Cifras y Conceptos muestra el liderazgo de este medio en las categorías digital e impresa.

Tanto en su versión digital como impresa, EL TIEMPO es el medio de comunicación más consultado por los líderes de opinión en Colombia. Así lo señala el último estudio 'Panel de opinión' de la firma Cifras y Conceptos, divulgado este jueves.

Los autores del estudio que mide cada año los cambios de opinión en Colombia en relación a diversos temas políticos, económicos y sociales, realizaron 1.431 encuestas en Bogotá y 16 departamentos del país. Fueron consultados líderes de opinión relacionados con la política, el sector privado, los medios de comunicación, académicos, organizaciones sociales y líderes digitales.

A la pregunta sobre los medios de comunicación que más consultan para mantenerse informados, en la categoría de medios digitales EL TIEMPO (14%), El Espectador y Cambio (13%), La Silla Vacía (12%), y el diario español El País y Semana un 8 y 7 por ciento, respectivamente.

Cuando indagaron a los líderes de opinión por los medios impresos que usan para informarse la mayoría señaló a EL TIEMPO (30%), seguido por El Espectador (27%), revista Semana (12%), La República (5%) y El Colombiano (4%).

Por regiones, el estudio también señala que en medios impresos EL TIEMPO es el líder en el Valle del Cauca. Comparte el liderazgo en Antioquia con El Colombiano, y con El Espectador en Atlántico y Risaralda.

Este diario también fue escogido como el más consultado por los líderes de opinión en los departamentos de Boyacá, Cauca, Córdoba, Huila, Meta y Tolima.

El estudio también preguntó a los líderes por los medios más consultados en televisión. En esa franja el primero fue Caracol Noticias (31%), luego Noticias Uno (20%), Noticias RCN (13%), y CM& (8%).

En cuanto a la radio, la primera opción fue la W (28%), Blu (20%) y Caracol Radio 6:00 a. m. (20%).

En otros apartados del estudio, relacionados con los medios de comunicación, el ex vicepresidente y columnista de EL TIEMPO Germán Vargas Lleras también fue destacado como el segundo más leído, apenas superado por Daniel Coronell, de Los Danieles. María Isabel Rueda, también columnista de la edición dominical de este diario, es resaltada como otra de las autoras más consultadas.

Entre los caricaturistas más vistos dos que son publicados por esta casa

ASÍ SE INFORMAN LOS LÍDERES DEL PAÍS

(Cifras en porcentajes)

MEDIOS MÁS CONSULTADOS



CARICATURISTAS MÁS VISTOS



COLUMNISTAS MÁS LEÍDOS



Fuente: Cifras & Conceptos

editorial, Matador (36%), y Vlado (23%), ocupan el primer y segundo lugar.

Los resultados del Panel de Opinión se conocen apenas unos días después de que EL TIEMPO recibiera un reconocimiento clave a su labor periodística: un sello de confianza y transparencia informativa en línea otorgado por la Iniciativa de Autenticidad de Contenido (CAI), una organización independiente cofundada por The New York Times, Adobe y Twitter.

Líder en páginas vistas

ELTIEMPO.COM, además, mantuvo en septiembre el liderazgo sosteni-

do que ha mostrado cada mes en los últimos años como el sitio de noticias con más páginas vistas en Colombia. En su más reciente reporte, la reconocida firma de medición de audiencias digitales Comscore[®] indicó que en ese mes este portal alcanzó en sus múltiples plataformas más de 140 millones de páginas vistas, un 5 por ciento más que agosto, cuando llegó a 132'827.000.

La misma medición, también en la categoría multiplataforma, indica que Semana.com llegó en septiembre a 86'326.000 páginas vistas y Pulzo.com a 60'266.000. Además, Blu-radio.com registró 30'452.000, Infobae.com obtuvo 29'839.000 y el por-

tal del Espectador.com alcanzó 27'371.000.

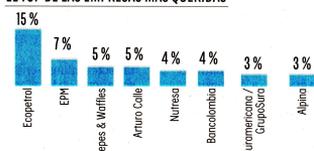
En el análisis de comportamiento de audiencias digitales, la variable de 'páginas vistas' es clave a la hora de observar el comportamiento del público, pues hace referencia al número de enlaces totales que consultaron los usuarios de un sitio de noticias en un tiempo determinado. En septiembre, además, ELTIEMPO.COM fue el sitio de noticias en con mayor consumo de páginas vistas por usuario: 13,3.

[®] Comscore MMX. Key measures. Multi-platform. Septiembre 2022. Colombia. Categoría News/Information

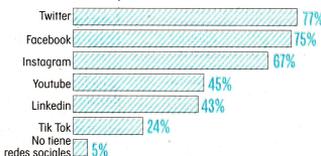
LAS CINCO PRIORIDADES PARA EL 2023



EL TOP DE LAS EMPRESAS MÁS QUERIDAS



LAS REDES SOCIALES QUE MÁS USAN



Bajar la pobreza, punto clave

Reducir la pobreza y la desigualdad (con el 30 y el 29% respectivamente) son para los líderes de opinión del país los dos más importantes desafíos en materia social para el próximo año.

Según la encuesta de Cifras y Conceptos, las siguientes prioridades como la reducción de calidad (8%) y ofrecer salud en mejores tiempos, seguridad alimentaria y acabar con el hambre y la seguridad ciudadana y violencia, cada una con el 4%.

En cuanto a los desafíos económicos, se destaca reducir la inflación (19%), disminuir el desempleo y afrontar la recesión económica (17%) y la reforma tributaria, con el 15%.

En el campo político, los encuestados mencionaron como los principales retos para el 2023 la gobernabilidad del presidente Gustavo Petro (17%), la 'paz total' (16%), disminuir la corrupción (14%) y disminuir la polarización (10%). En lo ambiental se relacionan desafíos como frenar la deforestación en el país (20%) y combatir la minería ilegal (17%) y a nivel internacional se menciona el restablecimiento de las relaciones con Venezuela (26%), restablecer la confianza e imagen internacional de Colombia ante el mundo (25%) y la relación con Estados Unidos (10%).

Ecopetrol, la más admirada

Para los encuestados, las instituciones que más confianza les generan son el Banco de la República (75%), las universidades privadas (74%), las universidades públicas (72%), la Corte Constitucional (70%), la JEP (66%) y la Corte Suprema (63%). Al final de la tabla, en los tres últimos lugares aparecen la Contraloría General (41%), la Procuraduría General (41%) y el Congreso (39%).

Igualmente, los líderes de opinión mencionaron las empresas más admiradas, destacando a Ecopetrol (15 por ciento), Empresas Públicas de Medellín (7%), Crepes & Waffles y Arturo Calle (con el 5%) y Nutresa (4%). Entre las ONG más admiradas están DeJusticia (7%), la Cruz Roja (5%), Fedesarrollo (4%), Indepaz, Fundación Ideas para la Paz y la Fundación Corona (cada una con un 3%). También se preguntó sobre los miembros del Congreso más destacados en la última legislatura. Allí se destacan el senador Jorge Robledo, Iván Cepeda, Angélica Lozano, el ahora presidente Gustavo Petro y Paloma Valencia. El documento resalta que Robledo, que ya no es congresista, ha ocupado el primer lugar de la medición en los últimos 10 años. En la Cámara se destaca a Juanita Guerrero (15%), Katherine Miranda (11%) y María José Pizarro (9%).

Twitter es la red que más usan

Se preguntó a los líderes su opinión sobre las redes sociales que usan. El 77% mencionó a Twitter; el 75% a Facebook, el 67% usa Instagram, y el 45% YouTube. El 51% de los encuestados consideran que estas redes se enfrentan en su vida privada, y el 75% considera que esas plataformas entregan sus datos personales a otras compañías para fines comerciales o de publicidad. El 60% se siente seguro en las redes sociales, el 40% se siente inseguro, y el 43% se ha sentido matoneado o maltratado en las redes sociales, mientras que el 57% no ha sentido esas presiones.

Respecto a la confiabilidad de la información que encuentran en las redes sociales, el 66% piensa que ha sido engañado con noticias falsas, y el 34% considera lo contrario. Y el 34% de los encuestados se declaró consciente de haber compartido información en las redes sociales que después supo que era falsa, un 66% opinó lo contrario. En cuanto a quién consideran que es el principal responsable de abordar la problemática de difusión de noticias falsas en las redes sociales, respondieron que los usuarios (54%), las compañías de tecnología (26%), los medios de comunicación (13%) y el Gobierno (8%).