

La disputa por la verdad. El debate en torno a la calidad de la información entre los medios públicos y privados en Ecuador

Eduardo Albán Gallo – Universidad de Salamanca – edualban@usal.es,
eduardoalban78@gmail.com

Resumen: A más de un año de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador, considerada como parte del proceso de innovación de Políticas Públicas en América Latina (desde la “década de fuego” a la etapa “post MacBride”). Varios han sido los debates en torno a la forma “novedosa” de legislar en el sector comunicación, sobre todo cuando las grandes empresas mediáticas privadas se convirtieron en las principales detractoras de la Ley y de las acciones del gobierno socialista de Rafael Correa, quien desde el inicio de su gestión les declaró la “guerra abierta”. El artículo señala los principales conflictos que surgieron tras la puesta en marcha de la normativa en torno a libertad de expresión y pone de manifiesto las implicaciones que deja en la opinión pública, respecto de la democracia, la segregación de los sistemas de comunicación.

Palabras-clave: Revolución Ciudadana; Medios de Comunicación; Regulación; Credibilidad; Ecuador.

1. Introducción

Al trabajar las Políticas Públicas de Comunicación en América Latina se hace referencia a las acciones que, en su mayoría, han sido incentivadas por gobiernos de corte progresista (Ecuador, Venezuela, Bolivia, Argentina). Entre muchos de los objetivos planteados para el efecto están la defensa de la “libertad de expresión”, la “democratización de los medios de comunicación” y los contenidos que se difunden a través de los medios.

Partiendo de un contexto histórico, estas “nuevas” políticas nacionales de comunicación responden a una autodenominada “ola de izquierda progresista”

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

latinoamericana, donde los gobernantes orquestan discursos similares en términos estructurales.

Apelan a confrontar al “cuarto poder”, a los dueños de los medios privados, al monopolio empresarial de la comunicación, pero además, demandan la recuperación de la “libertad de expresión”, como la única vía que garantiza los derechos de aquellos que no han tenido acceso a los medios de comunicación. El actual régimen de Rafael Correa y su Revolución Ciudadana planteó la necesidad de reformar el marco legal en comunicación bajo el argumento de que la Ley de Radiodifusión y Televisión de 1975 fue aprobada durante un gobierno dictatorial y que las modificaciones efectuadas años más tarde favorecerían a un sector periodístico empresarial y monopólico.

Este argumento normativo se fortalece con un discurso totalmente confrontativo para con los medios de comunicación, con sus propietarios y con los periodistas. De hecho, desde el inicio de su gestión declaró “guerra abierta” a este sector porque consideraba -hasta la fecha lo sigue haciendo- que la información manejada por los medios es manipulada, defiende intereses de la partidocracia y de los grupos de poder económico. Del otro lado, los propietarios de medios de comunicación privados y sus periodistas insisten que los planteamientos del gobierno representan un atentado a la Libertad de Expresión consagrada en la Carta de los Derechos Universales.

Con estos antecedentes, la Asamblea Nacional Constituyente del 2007 incluyó dentro de su agenda la discusión acerca del rol de los medios de comunicación y de sus trabajadores. Se convocó a sectores ciudadanos para presentar propuestas de lo que hoy es la Ley Orgánica de Comunicación (LOC).

La implementación de la normativa avaló el nacimiento de los organismos regulatorios: el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM) y la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM), ambos plantean escenarios importantes en la coyuntura nacional.

Por un lado, representan para el Ecuador una etapa de innovación en términos de políticas públicas de comunicación, no solo por su contenido jurídico, sino por la forma en que las nuevas instituciones de control se desarrollan en la

sociedad y sobre los medios de comunicación. Y por otro, al considerar que tanto la LOC como los organismos de control han contribuido para profundizar - aún más- el clima de confrontación que se había instalado desde el inicio del mandato de Correa.

El artículo presenta una breve introducción histórica descriptiva de las políticas de comunicación en América Latina y su incidencia en Ecuador hasta la consecución de la normativa aprobada por la Asamblea Nacional. Un segundo momento muestra el estado situación del sistema de medios de comunicación en el país respecto de los cambios en el sistema político. Para cerrar con un análisis de datos de estudios recientes que intentan explicar el fenómeno de tipificación-segregación de los *mass media*: medios públicos y medios privados, producto de la polaridad generada desde el discurso del gobierno y los conflictos entre estos.

Finalmente se plantea un análisis estadístico experimental en el que se realiza un cruce de las variables “confianza en los medios de comunicación” y “confianza en el Presidente de la República” en el que se muestra posibles respuestas al conflicto medios de comunicación vs. Gobierno.

2. La Política Pública de Comunicación en América Latina

“En general, el concepto de política pública se refiere a todo aquello que es o debiera ser de interés de la comunidad. Por definición lo público es lo que pertenece a la ciudadanía o al pueblo, y la política es el arte de instrumentar la asignación de los recursos necesarios para alcanzar ciertos fines. De manera que un asunto de política pública es todo aquello que involucra aspectos importantes relativos a la comunidad y a su bienestar” (Casas, 2006: 122).

El estudio de las políticas públicas de comunicación se convierte en una disciplina de reciente aparición y con un desarrollo todavía débil en el marco de las democracias poco consolidadas, más aún cuando apenas han pasado un poco más de 30 años de salida de las dictaduras en América Latina.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

En el siglo XXI la cuestión central para los países latinoamericanos y sus democracias radicaba en la capacidad, eficacia directiva y las condiciones que planteaban para mantener armonía entre gobernantes y gobernados.

“A raíz de la democratización de los regímenes autoritarios, la legitimidad del cargo o posición de autoridad y la legalidad de la actuación del gobernante democrático están fuera de discusión, pero no así su rendimiento social, su producción de resultados de valor para la sociedad que gobierna o intenta gobernar” (Aguilar, 2012: 31).

De ahí que el estado actual de la democracia en América Latina ofrece pocos referentes empíricos que permitan realizar una más clara y cotidiana aplicación del enfoque las políticas públicas a lo que hace y deja de hacer el gobierno, lo cual explica el escaso desarrollo de la teoría y práctica de las políticas públicas (Parsons, 2007).

El estudio y análisis de las políticas públicas de comunicación en América Latina nace como uno de los ejes principales de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Lo primordial era conocer los vínculos entre la comunicación y el desarrollo, como parte del proyecto del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), considerado como un componente fundamental del Nuevo Orden Económico Internacional (Quirós y Segovia, 1996).

“Las políticas de comunicación se encuentran delimitadas por una doble disyuntiva: por un lado la infraestructura y por el otro lado, los contenidos. Los estados nacionales tienen la obligación de dotar a sus pueblos de la infraestructura de comunicación necesaria para mantener comunicado al país, para proveerlo de la infraestructura de interconexión e información que le permita desarrollarse en todos los órdenes: económico, político, social y cultural. Pero también tienen la responsabilidad de tomar una postura definida en torno a los contenidos que se transmitirán a través de dichos canales de comunicación: o bien asumen una postura de respeto a la libre

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

expresión, o bien se preocupan por ponderar y en todo caso calcular y asignar directrices de política cultural y de comunicación respecto de los contenidos que se transmiten” (Casas, 2006: 120).

La década de los 70 fue considerada como la “década de fuego” en el campo de la comunicación, ya que fue objeto de un candente y fragoso debate internacional, la región se convirtió entonces en una zona rica en ideas y debates alrededor de la comunicación, educación y nuevas tecnologías. Las demandas por un cambio en las estructuras dinámicas de la comunicación social tienen un papel prioritario en la plataforma política del “Tercer Mundo”, especialmente en los acuerdos de los Países No Alineados. (Reyes-Matta, 1978: 94).

El concepto de política pública de comunicación o “política nacional de comunicación” aparece en el simposio de Montreal (Canadá) en 1969, donde se consideraba como una necesidad imprescindible incluir el estudio y diseño de un “programa internacional en comunicaciones”; efectivamente se buscaba “ayudar” a los estados miembros de la UNESCO para que “formulen sus políticas relativas a los grandes medios de comunicación”.

Una Política Nacional de Comunicación es un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación en un país (Beltrán, 1976: 04).

La UNESCO inició un trabajo de promoción de las políticas nacionales de comunicación, tras lo dispuesto en la decimosexta reunión realizada en 1970 y aprobada por los países miembros, la misma que señalaba que la Conferencia General, a través de su Director, ayude a los estados miembros a formular sus políticas relativas a grandes medios de información.

En el transcurso de la construcción de las políticas nacionales de comunicación en la región, la UNESCO planteó concentrar a una serie de expertos internacionales, quienes dieron las pautas conceptuales para iniciar la formulación de políticas de comunicación.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Tras desarrollarse la Conferencia intergubernamental sobre políticas de comunicación en América Latina y el Caribe en San José de Costa Rica (1976) iniciaron una serie de debates en torno al rol que la Comunicación, los medios y los comunicadores-periodistas tenían en el orden mundial frente a las sociedades. Sin embargo, el rol de la UNESCO carecía de credibilidad, debido a los enfrentamientos políticos y cierta manipulación de las noticias sobre las actividades que cumplían.

Emitidos tanto acuerdos como recomendaciones, se lanzaron en contra de la UNESCO una serie de acusaciones, en especial por parte de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). A la par, se inició una campaña en la que se los acusaba de intentar “estatalizar la información en complicidad con el Movimiento de Países No Alineados y con la Unión Soviética”. Los principales actores de esta campaña en contra fueron: The New York Times, la Asociación Press y la Agencia Francesa de Prensa (Quirós y Segovia, 1996:65).

“Cabe resaltar que una vez desarrollado el encuentro, toda América Latina (Brasil, Uruguay, Chile, Argentina, Bolivia, Ecuador, Perú, Paraguay, la mayor parte de América Central) estaba gobernada por militares. Tan solo Colombia, Venezuela, Costa Rica y México tenían gobiernos elegidos democráticamente” (Fox, 1989: 23).

La discusión alrededor del ejercicio de políticas públicas de comunicación quedó en el papel, el debate no solo fue coartado violentamente por las élites nacionales de la difusión masiva, en su alianza con los poderes transnacionales de las agencias de noticias y los grandes medios de los países más poderosos de Occidente, sino que también sufrió un abandono prematuro por parte de sectores de investigación de la comunicación de América Latina y de sus gobernantes (Capriles, 1996).

En la década de los 80, la UNESCO había planteado el estudio de MacBride en el marco de la comunicación de masas y el papel de la prensa en las sociedades modernas y lo que se buscaba era promover un nuevo escenario en el que los ciudadanos tengan pleno conocimiento de las relaciones que se establecían entre los medios, la democracia y el poder político.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Las políticas públicas en materia de comunicación comenzaron a ser reconocidas como una pieza clave angular en la definición de las condiciones materiales de progreso y convivencia, más allá de los señalamientos que desde hace décadas viene apuntando el campo académico.

Un claro indicador de esta importancia relativa asignada a las políticas públicas, hasta hace poco tradicionalmente excluidas de la agenda pública, es la proliferación de observatorios especializados en las industrias de la comunicación y cultura con apoyo gubernamental, así como diversos programas orientados a apoyar económicamente la supervivencia de la pequeña y mediana empresa del sector (Moreno y Sierra, 2008: 10 y 11).

El estudio de las políticas de comunicación, durante los últimos años representa, pero sobre todo involucra el análisis de iniciativas en lo concerniente al amplio conjunto de actividades de información, comunicación y cultura; de ahí que dichas iniciativas postulan las metas que persiguen. Como consecuencia, necesitan disponer de recursos y medios con los cuales puedan cambiar una situación y generar resultados en un período de tiempo determinado (Becerra, 2010 en de Moraes, 2001).

América Latina se convierte en una de las pocas regiones del mundo donde los *mass-media*, bajo el control de lo privado y de orientación comercial, predominan sobre cualquier otra forma de organización de los media. Esto se justifica en razón del rol que cumplen los medios de comunicación en la región, las mismas que adoptan un cierto nivel de competencia con los estándares de la industria de la comunicación en Estados Unidos y Europa.

Las últimas décadas resignificaron una variedad de cambios en las formulación de políticas de comunicación, debido principalmente a la expansión tecnológica que llegó a los medios de comunicación. Estos momentos de reflujo de políticas tuvo que ver con la concentración y la transnacionalización, que se acentuaron con la “re-regulación”, que a criterio de Mastrini y Loreti (2009: 60 y 61) es la eliminación de restricciones a la concentración de medios.

Por lo tanto las políticas se volvieron escasas e insuficientes, y los controles monopólicos se beneficiaron con legislaciones omitidas o complacientes (de Moraes, 2011).

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Es la sociedad civil, los organismos internacionales y los movimientos sociales quienes han confrontado de manera directa con los dueños del poder mediático para buscar reivindicar la democratización de la comunicación, con la repartición equitativa de frecuencias, el acceso universal a la información y la eliminación de fines comerciales.

El papel del Estado, en la construcción de políticas nacionales de comunicación, como ente que debe garantizar la autonomía, tanto individual como colectiva, se ha visto trastocada durante las últimas décadas.

“Sin duda, Las políticas de comunicación han tomado como base general el concepto de libertad de expresión para fundamentar la capacidad de los individuos y las organizaciones para expresar sus opiniones a través de los medios de comunicación” (Mastrini, 2014:118).

Los debates en torno a la comunicación como un bien público, la profesionalización, la responsabilidad de los medios privados, de los medios públicos y estatales, entre otros temas, han entrado en la opinión pública después de haber construido órganos de políticas nacionales, que han sido promovidas por gobiernos de corte progresista que buscan la democratización de los medios y la equidad de los mismos para frenar el poder político que han mantenido durante muchos años.

3. La Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador

La llegada de Rafael Correa al poder en el 2006 marca una época de cambios en términos económicos, políticos y sociales. El planteamiento de una Revolución Ciudadana, representado por el Movimiento PAIS (Patria Altiva i Soberana) buscaba cambiar de forma radical la situación del país y construir, tal como lo siguen señalando las autoridades: “un nuevo país”.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

“... hacer los cambios radicales que requieren nuestro país y que soñaron nuestros próceres y patriotas. Con la participación ciudadana... haremos un gran acuerdo nacional para construir oportunidades para todas y todos, donde prime el interés común sobre el particular, y donde los ciudadanos y las ciudadanas tengan garantizados sus derechos a una buena vida, a ser parte activa de la sociedad y de las decisiones que nos afectan, a una sociedad equitativa y solidaria, donde la honradez y las manos limpias sean la base de la nueva democracia...” (Plan de Gobierno 2007-2011).

Si se habla entonces de una transformación radical en cuanto el sistema político, eso implica también una transformación de sus normativas, pero principalmente de la Constitución. Para el 2006, la Constitución de 1998 aún estaba en vigencia y daba paso a una serie de garantías para con los partidos políticos tradicionales y para que puedan mantener su control y poder.

Rafael Correa, que contaba con el apoyo ciudadano, propuso como oferta de campaña la posibilidad de reformar la Constitución vía Asamblea Nacional Constituyente. Convocó a Consulta Popular y la mayoría decidió la instalación de la Asamblea Constituyente que tuvo la mayoría oficialista (de 130 asambleístas, 80 eran de MPAIS). En el 2008, tras un referéndum se aprobó la nueva Constitución y con ella se dio paso a muchas reformas en el sistema político ecuatoriano.

En el ámbito de la comunicación, la Constitución de 2008 estableció un catálogo amplio de derechos a la comunicación e información. El primer presupuesto para poner en marcha esos derechos es que “todas las personas, sin distinción alguna de raza o ideología tienen derecho a una comunicación libre, intercultural incluyente, diversa y participativa. Asimismo del acceso universal a las tecnologías, creación de medios de comunicación, uso de frecuencias, creación de medios públicos, privados y comunitarios, buscar y difundir información”.

“Una de las características de la Constituyente del 2007 es que aprobó la eliminación del monopolio u oligopolio de los medios de comunicación y garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de fuentes a quienes informen, emitan sus opiniones, a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación. Entre los “derechos de libertad” se incluyeron el de libre expresión y el derecho a exigir rectificación a los medios de comunicación, en términos similares a anteriores cartas políticas” (Ayala, 2011: 32).

La Ley Orgánica de Comunicación se aprueba después de 3 años y medio, los informes para primer y segundo debate se cerraron en medio de las críticas por parte de la oposición y de los gremios y organismos afines a la comunicación en el país. La normativa ha permitido que el gobierno fortalezca el sistema público de medios de comunicación y al mismo tiempo para que el ambiente de conflicto se incremente entre el Ejecutivo y los medios de comunicación.

La LOC permitió establecer varios niveles de control y regulación de los medios de comunicación por medio de la creación de dos organismos de control y regulación: el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), y la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM). Ambas con fuerte resistencia por parte de organismos internacionales de derechos humanos, gremios de periodistas y de cierto sector de la ciudadanía.

4. Los medios de comunicación en Ecuador

“Los medios de comunicación son, en un sentido muy importante, una institución política, pero también son (y cada vez con mayor frecuencia) empresas que están determinadas por factores económicos” (Hallin y Mancini, 2008: 44).

Los medios juegan un rol importante en la formación de la opinión pública, son los principales moldeadores de las percepciones e ideas. Son “empresas de

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

concienciación” (Masterman, 2001). Pero en la actualidad se pone en tela de juicio que su primera función sea educar, informar y entretener.

Considerarlos como una “empresa de concienciación” da cuenta la serie de transformaciones que han sufrido, no solo en Ecuador sino en toda América Latina. La influencia que tuvieron desde las grandes potencias, en especial desde EEUU, a través de las más famosas agencias de noticias. Los medios latinoamericanos se convirtieron en el canal *-ad honorem-* para promocionar hechos y noticias cargadas de un sesgo a toda la región.

“Los primeros medios han sido testigos y actores de la trayectoria del país. En sus páginas se han relatado las glorias y vergüenzas nacionales, las guerras, la vida política, los éxitos colectivos, los actos sociales y los escándalos. Allí han aparecido importantes documentos públicos y textos literarios, al mismo tiempo que han publicado lo que se podía comprar o vender. Pero, sobre todo, en la prensa se han librado grandes batallas por la democracia, por la libertad de pensamiento y de conciencia” (Ayala, 2012: 2).

Los medios de comunicación en este siglo han cambiado su razón de ser, su rol eminentemente comercial es una constante en casi todos los países de América Latina. Se le suma además la forma en que manipulan la información, de acuerdo a los intereses de sus propietarios.

En la actualidad, la autodenominada “ola progresista latinoamericana” han tomado como aspecto importante las transformaciones en los sistemas de comunicación, a partir de la reconstrucción o revalorización del Estado como espacio institucional y ético-político, con la disposición para asumir e implementar políticas públicas que contribuyan a la democratización de la información (de Moraes, 2001).

Antes de la llegada de Correa, la situación de los medios de comunicación era crítica, la relación medios y poder político era totalmente visible. Los medios en su mayoría respondían a intereses particulares, con agendas pre-establecidas. Sus propietarios, por lo general dueños de instituciones financieras y políticos

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

tenían carta abierta a la opinión pública para “orientar” intencionalmente y con un sesgo altamente marcado.

El Ecuador ha sufrido una serie de transformaciones en su sistema de medios de comunicación en apenas pocos años. La legislación de la comunicación en Ecuador fue modificada a partir de las iniciativas de las mismas empresas. Tales empresas hoy utilizan el espacio mediático para posicionar la idea de que la intervención del Estado, en la regulación de los medios de comunicación, atenta contra la libre expresión y, por ello, debe ser resistida por todos los ciudadanos y ciudadanas.

“Los grandes grupos de comunicación no se limitan a las actividades info-comunicacionales, sino que se ramifican al conjunto de la economía, que incluyen bancos, grandes almacenes, inmobiliarias, o aseguradoras, produciéndose un cruce de intereses del que los medios de comunicación nunca hablan. Ahora bien, si hay un tema que prácticamente no es abordado por los medios de comunicación, es la información referida a la economía y la política de los medios de comunicación” (Macaroff, 2010: 3).

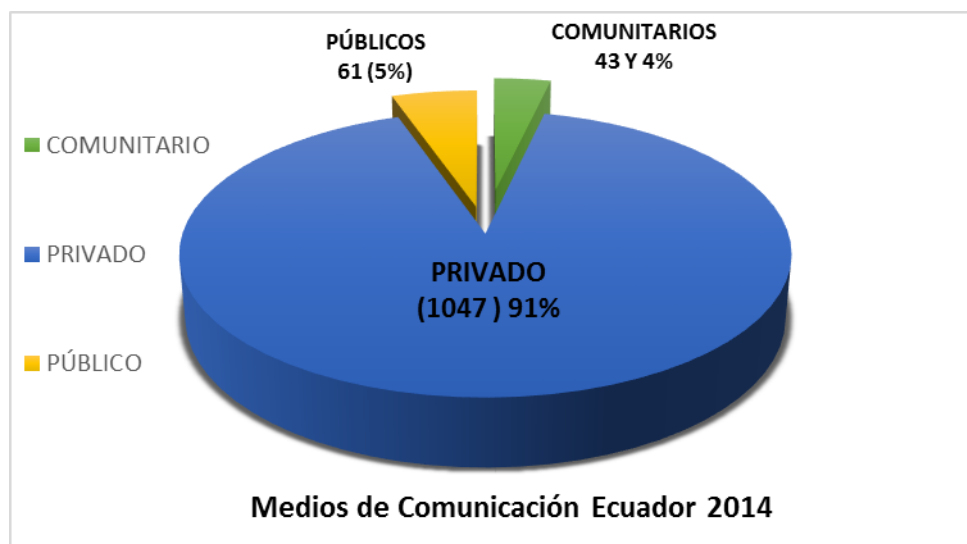
El sistema de medios en Ecuador sufrió cambios significativos, a partir de la “guerra” declarada por el Presidente de la República. Para el Gobierno, estos cambios han representado para los ecuatorianos la recuperación de los derechos ciudadanos, la democratización de la palabra, la eliminación de monopolios y oligopolios, la repartición equitativa de los medios en el espectro radioeléctrico, entre otros aspectos relacionados con el ejercicio de los periodistas; pero de otro lado, se han generado una variedad de pugnas con representantes de gremios, de instituciones y organismos afines a la comunicación.

Para muchos analistas, la Ley de Comunicación ha contribuido a profundizar, aún más, el clima de confrontación que se había instalado, desde el inicio del mandato de Rafael Correa, entre los empresarios mediáticos y los funcionarios del gobierno nacional. (Ramos, 2010).

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

El registro único de medios, puesto en marcha por el CORDICOM muestra la situación actual de los medios de comunicación en el país. La fuerte incidencia de los medios privados, por encima de los medios públicos y comunitarios. Lo que solo en números podría señalar respuestas al conflicto latente entre el poder político y los medios de comunicación.



Fuente: Registro Único de Medios/CORDICOM. Fecha de corte: 08.03.14

5. Medios públicos vs. Medios privados

El conflicto entre los medios públicos y privados nace por esa “obsesión-necesidad” de tipificarlos o segregarlos en base a sus contenidos, que el caso ecuatoriano es una tendencia altamente marcada por la defensa a ultranza de intereses particulares visibles desde el estado y desde el sector privado de la información.

Esta particularidad no está determinada por el sistema de medios al que se vinculan, sino más bien a las estructuras sociales en la que los *mass media* se adhieren (Mastrini, 2014), que es desde dónde se concentra la discusión de este apartado.

Históricamente, los estudios (Fox, 1990; Fuenzalida, 2000; Méndez, 2001) muestran que los medios “no privados” latinoamericanos en lugar de organizarse como un servicio público del Estado fueron jurídicamente

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

constituidos y operados como medios gubernamentales, propagandísticos de los caudillos y gobiernos militares o civiles de turno.

“Según esos estudios, la experiencia latinoamericana con las estaciones de propaganda gubernamental se sintetiza en una espiral descendente, provocado por la rotativa en la dirección superior de la empresa, no-credibilidad en la información, carencia de sintonía, crisis económica, grave obsolescencia industrial, y corrupción en algunos casos” (Fuelzalida en Alfaro, 2006: 20).

Dichas investigaciones permitieron además identificar el papel de los medios de comunicación social, de sus propietarios y de la relación que establecían con sus audiencias. Si los privados respondían a tendencias de la propiedad oligopólica y entrelazada de los media, la distribución del acceso a los mensajes, sesgada en favor de las minorías urbanas, y la predominancia de contenidos triviales, alienadores y violentos, además que se los denunció también por generar estímulos al consumismo, el racismo y el conservadurismo.

Los medios públicos eran considerados como una propiedad estatal y tenían como fin una característica no lucrativa, su única forma de existir era la subvención gubernamental. Al no contar con ese apoyo, estos medios se convirtieron en el foco de atención de empresas extranjeras para promocionar sus productos.

En algunos países, empresas privadas compraron y gestionaron sus propias redes radiofónicas comerciales (Beltrán y Fox, 1980). Se estima que alrededor de 1.200 periódicos y de más de 200 emisoras recibían un informativo diario de forma gratuita. Solo al final de la Segunda Guerra Mundial, el 75% de la noticias compiladas de cadenas radiofónicas y agencias de noticias estadounidenses. Es así que las principales noticias internacionales eran producidas en Washington y preparadas por el Departamento de Estado y el *Office of Inter American Affairs* (Epstein en Fox, 1989).

El poderío de los medios públicos fue grande en su momento en América Latina y el control al que estaban sometidos los medios privados por parte del

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Estado también. Sin embargo, con el transcurso de los años, ese poder se invirtió, los medios públicos no lograron competir con sus similares privados.

El carácter educativo, cultural y hasta elitista no tenía la capacidad de competir con un medio comercial, que era la característica principal de un medio privado.

Los gobiernos no veían beneficio alguno contar con un medio de comunicación público y la mejor alternativa era ponerlos a la venta.

Esa idea de invertir en estos medios para convertirlos en plataformas de difusión comercial se debió a la influencia norteamericana. Industrias comerciales tanto nacionales como extranjeras que, además de contar con alto poder político, estaban interesadas en los media como vehículos para la publicidad y la radio comercial respondía adecuadamente a la necesidad de la industria de un medio de publicidad.

Los medios públicos encontraron una inclinación mucho más acentuada hacia las preocupaciones propagandísticas que hacia el servicio de fines educativos y culturales. Y en ambos casos detectaron una clara indiferencia por el desarrollo de objetivos y tareas, excepto en lo que se refería a la promoción de la obra pública. Para estos investigadores, las elites oligárquicas que sometían y explotaban a las masas habían pasado a ser también dominantes en la esfera de comunicación y la cultura, aumentando con ello su poder en favor del mantenimiento del statu quo (Fox, 1989).

“Para Martín Barbero, los medios públicos “deben ofrecer reconocimiento y expresión de la diversidad cultural; representación de la diversidad ideológico-política; promover una información independiente, plural e incluyente de las diferentes situaciones regionales.” (CIESPAL, 2009: 10)

Si la lógica comercial ha sido una constante en el desarrollo de los medios de comunicación privados a lo largo de la historia en el país. Es necesario señalar que durante muchos años se han mantenido como grandes empresas y monopolios individuales o corporativos. Si bien su fin es generar ingresos para sus propietarios y accionistas, a la vez, difunden y promocionan una ideología,

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

que claramente se traduce en el apoyo o rechazo a las autoridades, por lo menos sus contenidos muestran esa tendencia.

Solamente cuando los medios de comunicación respondan a concepciones liberales, que presuponen un “modelo ideal” (Hallin y Mancini, 2008), con una prensa libre y neutral sin interferencias del Estado, es un ideal muy lejano de cristalizarse en el país. Los discursos y acciones con alta carga ideológica muestran un marcado contenido político que intenta posicionar una “verdad” parcializada a través de los medios tanto públicos como privados.

“Con la llegada de Rafael Correa al gobierno, el Estado se propuso desarrollar un proyecto de medios públicos. Este incluyó la refundación de la Radio, como Radio Pública del Ecuador, inaugurada en agosto de 2008, la creación de un canal de televisión abierto (Ecuador TV) inaugurado en abril de 2008 y en marzo de 2008 entra en circulación El Telégrafo como diario público” (Macaroff, 2010: 04).

RPE reemplazó a la antigua Radio Nacional del Ecuador (el único medio público hasta el 2006) y el diario El Telégrafo, al igual que GamaTv, Tc Tv y otros medios de comunicación, fueron incautados por la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD) a su propietario, un ex banquero, y pasó a ser administrado por el Estado.

Apareció, también, el periódico gubernamental El Ciudadano, vocero de la “Revolución ciudadana”, y se creó la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica (ANDES). Por último, entró en circulación en septiembre del 2010 el diario público popular “PP, El Verdadero”, en versión tabloide que se edita e imprime en las instalaciones de El Telégrafo (UNESCO, 2011).

“Los medios públicos en este país nacen a partir de la iniciativa política de un gobierno que ha encarnado un proceso que se ha producido en otros países latinoamericanos también, podríamos llamar de recuperación de las capacidades del Estado en distintos espacios: en planificación, en salud, en educación y evidentemente en comunicación. Es decir, si podemos en este momento discutir qué

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

son y qué deberían ser lo que llamamos medios públicos es porque hubo una iniciativa política que los hizo posibles...” (Isabel Ramos, intervención Foro Guayaquil 10/02/10).

¿Pero qué llama la atención a los ecuatorianos esta tipificación-segregación de los medios generada desde el gobierno?

Hugo Chávez, Nestor Kirchner, Cristina Fernández, Evo Morales, Lula da Silva y Rafael Correa han legitimado un discurso similar de oposición y confrontación a los medios de comunicación privados. Y al mismo tiempo se han permitido, amparados en la normativa, el fortalecimiento de los medios públicos-gubernamentales y el nacimiento de los medios comunitarios.

La estrategia mediática del gobierno resulta efectiva para poner en marcha esa tipificación-segregación de los medios de comunicación. El constante posicionamiento de un actor antagónico-opositor claramente identificado como la prensa privada, sus propietarios y periodistas ha permitido que los ciudadanos demanden calidad en los contenidos que éstos les entregan, demanda que además se fortalece por la regulación a la que se encuentran sometidos por la Ley Orgánica de Comunicación aprobada por el actual régimen.

En ese escenario, cuánto de credibilidad es la que tienen los medios públicos. Cuando ajustan su programación a la excesiva promoción estatal, sin reparo a la crítica y con un síntoma de verdad parcializada. Sin dejar pasar que los medios privados actúan de manera similar cuando procuran imponer una parcialización-manipulación de la información de acuerdo a sus intereses y además se muestran como un actor político de oposición al régimen.

En la actualidad muchos medios se constituyen como actores políticos con fuertes intereses económicos. No es redundante recordar que los medios de comunicación pueden ser independientes de los gobiernos, pero nunca lo serán de sus intereses económicos y políticos.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

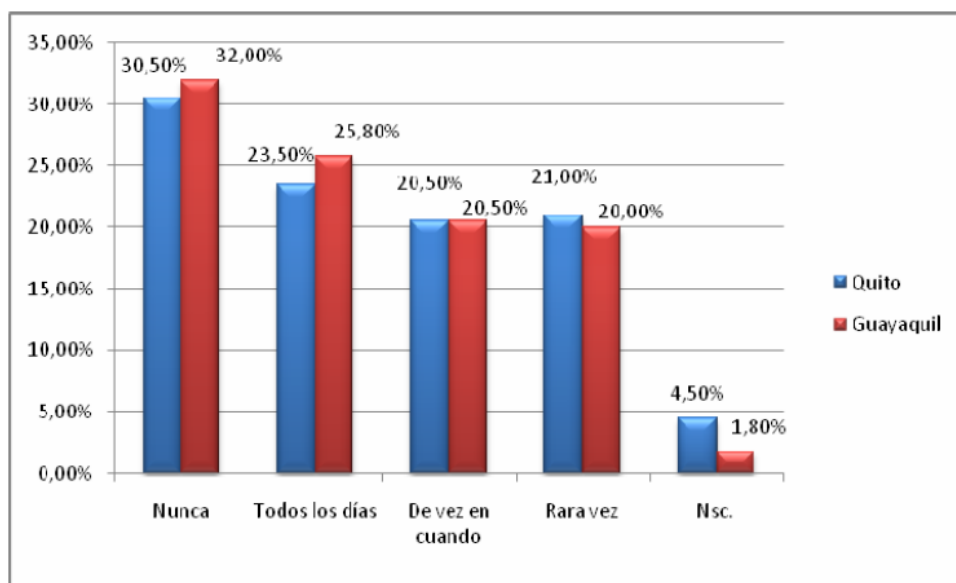
Universidad de La Laguna – abril de 2016

“En este sentido Follari (2009) hace hincapié en cómo, en países como Argentina, Venezuela, Bolivia y Ecuador los grandes medios de comunicación han pasado de ser los portavoces de la oposición a consolidarse ellos mismo como actores políticos opositores. Acción política que se ejerce bajo el antifaz de la una supuesta objetividad apolítica”. (Macaroff, 2010: 10).

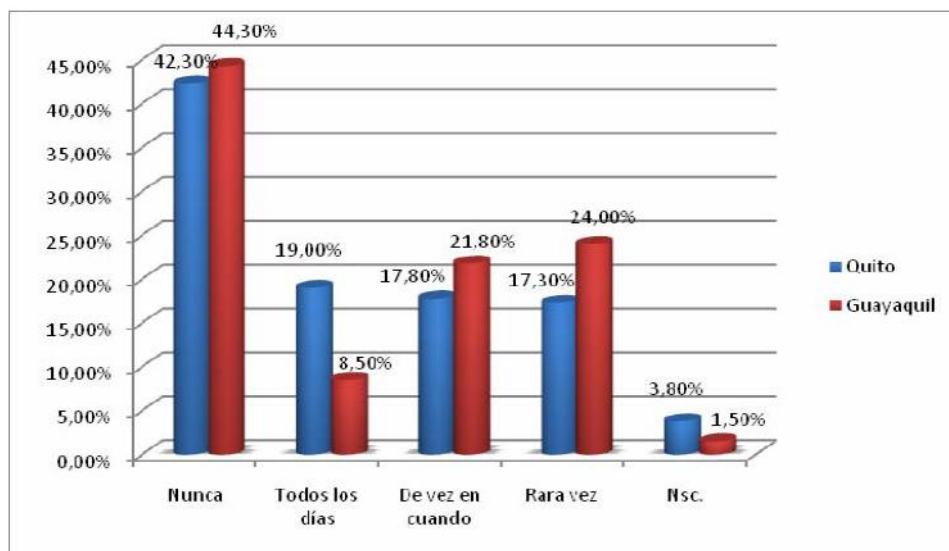
Ciespal presentó un estudio de percepción acerca de los medios públicos y entre los resultados se señala que los ciudadanos están conscientes de la existencia de los medios públicos, privados y comunitarios. Sin embargo no se toma en cuenta los contenidos de los medios, aspectos de profesionalización y otros factores que podrían, desde la estadística, señalar datos relevantes.

Estos datos permitirán dar luces a las interrogantes planteadas en párrafos anteriores y en las conclusiones. Si bien son datos poco influyentes y ante la falta de datos más actuales, servirán como referente para mirar de manera descriptiva el conflicto entre medios públicos y privados en Ecuador.

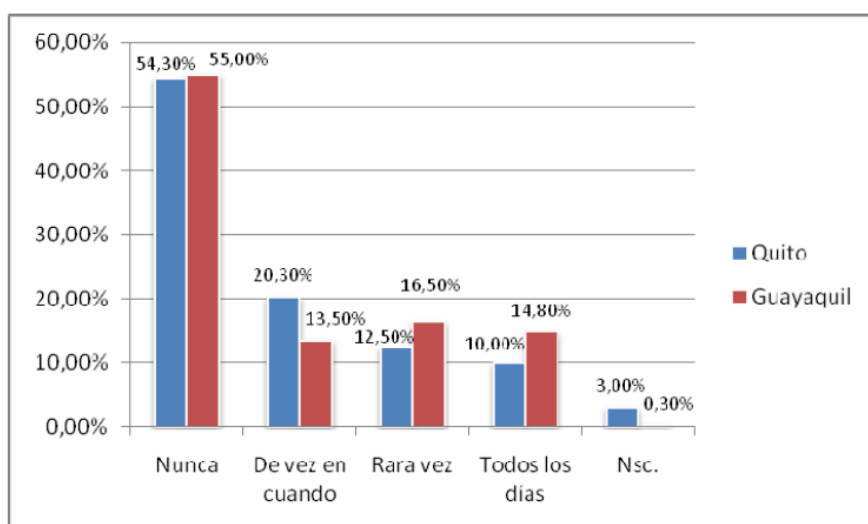
¿CUÁNTAS VECES A LA SEMANA VE USTED EL CANAL PÚBLICO?



¿CUÁNTAS VECES A LA SEMANA SINTONIZA LA RADIO PÚBLICA?



¿CUÁNTAS VECES A LA SEMANA LEE EL TELÉGRAFO?



Fuente: CIESPAL, 2009

Si bien el estudio de CIESPAL cuenta con una serie de datos relevantes, el problema es que se concentra en las dos principales ciudades del país; pese a ello, el Registro Único de Medios podría justificar ese razonamiento, al considerar que un alto porcentaje de los medios se concentra en esas dos ciudades. Señala que al 17 y el 16 por ciento de medios de comunicación se distribuyen entre Guayas y Pichincha respectivamente.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

En el mismo año, la Universidad de los Hemisferios presenta un estudio de credibilidad que permite determinar los niveles de credibilidad que logran los medios de comunicación periodística en la opinión pública ecuatoriana. Han pasado seis años del levantamiento de ambos estudios, pero los datos han permitido mirar numéricamente esa relación entre medios y los niveles de credibilidad que tienen en la opinión pública.

Credibilidad de prensa, radio, televisión e Internet en Ecuador

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

Fuente: Encuesta CICOP 2009-2013. Datos en porcentajes

Como se puede apreciar en la tabla anterior, si bien los niveles de credibilidad de los medios públicos se incrementan de manera positiva entre el 2009 y el 2013. Ecuavisa y Teleamazonas considerados como medios privados mantienen un porcentaje muy por encima de la media en relación de Ecuador TV, Gama TV y Tc TV, que son considerados como medios que responden a

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

intereses gubernamentales. Lo cual llama la atención si se relaciona con los niveles de popularidad del Gobierno, cuando las críticas que se difunde desde estos medios públicos son altamente negativos para con los medios privados.

Frente a ello se ha planteado una suerte de análisis experimental al realizar un cruce de variables propuestas en el Proyecto de Opinión Pública de América Latina 2014 de la Universidad de Vanderbilt.

De acuerdo con la tabla (1), la confianza en los medios de comunicación está íntimamente relacionada con la confianza en el Presidente de la República. Así lo muestran los datos donde la relación es estadísticamente significativa al 0.00, lo anterior indica que mientras crece la confianza en los medios de comunicación incrementa la confianza en el Presidente.

Así lo muestra la prueba de Chi de Pearson (una asociación estadística significativa al 0.000). Según los datos de la tabla 1, la relación se da en cada nivel de confianza. Es decir, la muestra de la sociedad que confía poco en los medios, confía poco en el Presidente. Por otro lado, cuando la confianza es alta en los medios, se confía en un alto grado en el Presidente. Cabe destacar que casi el 70% de los encuestados confía algo y mucho (del 5-7 de la escala) en los medios y en consecuencia en el Presidente. Con ello se muestra una alta concentración de la sociedad en un alto nivel de confianza asociada al Presidente y a los medios de comunicación.

Lo anterior se debe leer en dos sentidos, el primero tiene que ver con la concepción de la institución que representan los medios de comunicación y no necesariamente a sus contenidos. Y la segunda va de la mano de la confianza que se muestra al mandatario, que no necesariamente se relaciona con el contenido de su discurso, sino a los niveles de aceptación.

En este sentido, la asociación de la confianza en los medios y en el Presidente, según los datos obtenidos, muestran una asociación que va encaminada a la “institución” que los dos actores representan para la sociedad. Es decir, con los datos no podemos establecer qué tipo de medio de comunicación (privado, público, radio o televisión, etc.) y/o, el tipo de contenido que afecta más en la confianza. Más sí se establece la alta asociación entre los medios de comunicación y el Presidente.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Esto abre un camino para la investigación en el campo de la comunicación y deja abierto el camino para señalar otras herramientas que den respuesta a estos temas. Con pruebas de mayor rigor estadístico y comparación de fuentes de datos.

TABLA 1.Tabla de contingencia Confianza en el presidente * Confianza en los medios de comunicación

		Confianza en los medios de comunicación							Total
		Nada	2	3	4	5	6	Mucho	
Confianza en el presidente	Recuento	19	7	10	14	20	6	8	84
	% dentro de								
	Nada Confianza en el presidente	22,6%	8,3%	11,9%	16,7%	23,8%	7,1%	9,5%	100,0%
	% del total	1,3%	0,5%	0,7%	0,9%	1,3%	0,4%	0,5%	5,6%
	Recuento	2	5	14	15	9	3	1	49
	% dentro de								
	2 Confianza en el presidente	4,1%	10,2%	28,6%	30,6%	18,4%	6,1%	2,0%	100,0%
	% del total	0,1%	0,3%	0,9%	1,0%	0,6%	0,2%	0,1%	3,3%
	Recuento	2	4	28	38	19	4	6	101
	% dentro de								
3 Confianza en el presidente	2,0%	4,0%	27,7%	37,6%	18,8%	4,0%	5,9%	100,0%	
% del total	0,1%	0,3%	1,9%	2,6%	1,3%	0,3%	0,4%	6,8%	
Recuento	6	12	51	93	46	9	15	232	
% dentro de									
4 Confianza en el presidente	2,6%	5,2%	22,0%	40,1%	19,8%	3,9%	6,5%	100,0%	
% del total	0,4%	0,8%	3,4%	6,2%	3,1%	0,6%	1,0%	15,6%	
Recuento	8	10	45	111	87	33	18	312	
% dentro de									
5 Confianza en el presidente	2,6%	3,2%	14,4%	35,6%	27,9%	10,6%	5,8%	100,0%	
% del total	0,5%	0,7%	3,0%	7,5%	5,8%	2,2%	1,2%	21,0%	
Recuento	5	8	34	70	71	44	27	259	
% dentro de									
6 Confianza en el presidente	1,9%	3,1%	13,1%	27,0%	27,4%	17,0%	10,4%	100,0%	
% del total	0,3%	0,5%	2,3%	4,7%	4,8%	3,0%	1,8%	17,4%	

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

	Recuento	21	16	33	88	107	85	102	452
	% dentro de								
Mucho	Confianza en el presidente	4,6%	3,5%	7,3%	19,5%	23,7%	18,8%	22,6%	100,0%
	% del total	1,4%	1,1%	2,2%	5,9%	7,2%	5,7%	6,9%	30,4%
Total	Recuento	63	62	215	429	359	184	177	1489
	% dentro de								
	Confianza en el presidente	4,2%	4,2%	14,4%	28,8%	24,1%	12,4%	11,9%	100,0%
	% del total	4,2%	4,2%	14,4%	28,8%	24,1%	12,4%	11,9%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	283,253 ^a	36	,000
Razón de verosimilitudes	250,278	36	,000
Asociación lineal por lineal	115,799	1	,000
N de casos válidos	1489		

- a. 6 casillas (12,2%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,04.

Fuente: LAPOP 2014. Elaboración propia.

6. Conclusiones

Los conflictos entre los medios de comunicación públicos y privados son producto no solo del gobierno y de su discurso, sino de la normativa. La regulación vigente establece estos grados de tipificación, los etiqueta en: públicos, privados y comunitarios.

Si bien la normativa establece la equidad en la repartición de frecuencias para cada tipo de medio, muy poco se ha hecho para hacerla cumplir. Aunque no es el punto central de este documento, la situación de los medios comunitarios es un tema que queda pendiente de analizar, no solo en su estructura sino también en los niveles de incidencia que tienen en el sistema político y el rol que cumplen en la sociedad.

Frente a estos datos se plantean una serie de cuestionamientos para futuros trabajos: si los niveles de audiencia en los medios públicos-gubernamentales son tan bajos como se señala, porque y cuáles son los mecanismos del

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Presidente y su Revolución Ciudadana para consolidar un discurso y niveles de popularidad aceptables.

Si los medios públicos son poco vistos por los ecuatorianos, qué canales de información utiliza el gobierno para llenar y vaciar al mismo tiempo el campo político con su discurso. Acaso la política pública e infraestructura mediática pública-estatal compuesta por un 5 por ciento del total nacional son tan fuertes que anulan por completo a ese más del 90 por ciento de medios privados.

Estas y varias otras preguntas nacen del análisis de estos estudios, por lo que el campo para el desarrollo de los mismos es bastante amplio. Mientras tanto el ambiente de conflictividad que se han generado en estos niveles del poder continuará y los más afectados resultan ser los consumidores de los medios de comunicación.

7. Referencias

Aguilar, Luis F (2012): *Política Pública: una mirada al presente y al futuro*.

OPERA (Observatorio de Políticas, Ejecución y resultados de la Administración pública). Número 12. Páginas 31 a 61. Colombia.

Ayala, Enrique (1982): *La prensa en la historia del Ecuador, una breve visión general*. En Destruge, Camilo. Historia de la prensa en Guayaquil.

Corporación Editora Nacional. Quito.

Barbero, Jesús Martín (2002). *De las políticas de comunicación a la reimaginación de la política*. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Vol. IV, nro. 3, Septiembre – Diciembre Pág. 4 a la 18. Brasil.

Barbero, Jesús Martín (2008) : *Políticas de la comunicación y la cultura, clases de investigación, policies of communication and culture*. Transcripción clase doctoral impartida el 8 de mayo del 2008, en el marco de programa: Dinámicas Interculturales de la Fundación CIDOB nro. 11.

Becerra, Martín (2012). “Mutaciones en la superficie y cambios estructurales en América Latina en el Parnaso informacional”. En Moraes, Dênis de (comp).

Mutaciones de lo visible: comunicación y procesos culturales en la era digital.

Buenos Aires,

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Beltrán, Luis Ramiro (1976) : *Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina: los primeros pasos*. Revista Nueva Sociedad Número 25. Julio-Agosto 1976. Pp. 4-34.

Capriles, Oswaldo (1996) : Poder político y comunicación, Caracas, UCV, Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico.

CIESPAL (2009) : Percepción sobre los medios públicos en Ecuador. Área de investigación. Quito.

Coronel, Gabriela (coordinadora) (2012) : Anuario de las empresas de comunicación de Ecuador 2011-2012. Departamento de Ciencias de la Comunicación. Universidad Técnica Particular de Loja. Ecuador.

De la Luz Casas, María (2006) : *Políticas de comunicación, un tema pendiente en la agenda*. *Global Media Journal Edición Iberoamericana*. Tecnológico de Monterrey-Cuernavaca. Volumen 3, Nro. 5, páginas 119/133. México.

De Moraes, Dênis (2011) : La cruzada de los medios en América Latina: gobiernos progresistas y políticas de comunicación. 1ra edición. Paidós, Buenos Aires.

De Moragas, Miquel (2011) : *Interperetar la comunicación, estudios sobre medios en América y Europa*. Editorial Gedisa. Barcelona.

Fox, Elizabeth (1989) : *Medios de comunicación y política en América Latina, lucha por la democracia*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

Fox, Elizabeth (1982) : Schmucler, Héctor (et al). Comunicación y Democracia en América Latina. CLACSO, PNUD, UNESCO. Centro de Estudios y promoción del desarrollo (DESCO). Lima.

Fuenzalida, Valerio (2006) : *Reformas en la TV Pública de América Latina en Alfaro Moreno, Rosa María Ed. De lo Estatal a lo Público, Medios: ¿de quién y para qué?* Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Lima.

Hallin, Daniel y Mancini, Paolo (2008) : *Sistemas Mediáticos Comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Versión en español. Barcelona.

Macaroff, Anahi (2010) : *¿Es posible democratizar la comunicación? Debates sobre los medios públicos y privados en el Ecuador*. FLACSO Andes. Ágora, espacio de autoarchivo e intercambio de documentos y trabajos de

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

investigación. Quito.

MacBride, Sean (1993) : *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. Ed Fondo de Cultura Económica. México.

Masterman, Len (2011) : *La enseñanza de los medios de comunicación*.

Ediciones de la Torre, tercera edición. Gráficas Cofas. Madrid.

Mastrini, Néstor (2014) : *Las industrias culturales en Argentina*. Tesis Doctoral.

Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información.

Departamento de Periodismo III. Madrid.

McQuail, Dennis (1994) : *Mass Communication Theory*. Sage Publications Ltd., London 3ra edición.

Mendizábal, Iván (2014) : *La presencia de los medios en la actual democracia:*

tendencias de la credibilidad en Ecuador. Revista Latinoamericana de

Comunicación CHASQUI. CIESPAL. Número 127. Quito. En:

<http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2291>

Moreno Dominguez, Manuel y Sierra Caballero, Francisco (2008) :

Comunicación y cultura en Iberoamérica, el reto de las políticas públicas en la sociedad global. Gestión Editorial visión libros, Grupo Compoliticas. Madrid.

Ordoñez, Romina (2011) : *Nacimiento de los medios públicos en Ecuador. La*

(re)construcción de lo público. Tesis Universidad Andina Simón Bolívar, Sede

Ecuador. Área de Letras y Estudios de la Cultura, mención Comunicación.

Quito.

Parsons, Wayne (2007) : *Políticas públicas: una introducción a la teoría y la*

práctica del análisis de las políticas públicas. Traducción de Atenea Acevedo.

FLACSO sede México.

Quirós, Fernando; Segovia, Ana (1976) : *La Conferencia de San José de Costa*

Rica. CIC Cuadernos de Información y Comunicación, 1996, no 2, p. 63.

Ramos, Isabel (2010) : *Mucho ruido y pocas nueces: cobertura mediática y*

participación ciudadana. Revista Íconos 37 FLACSO sede Ecuador. Pág. 25-

31. Quito.

Reyes-Matta, Fernando (1978) : *Un modelo de comunicación con participación*

social activa. Revista Nueva Sociedad número 38, septiembre-octubre 1978.

Pp 94-110.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Rivera, Diana (2012) : *Breve historia de la prensa en el Ecuador. El aporte de Loja*. En Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación. Breves historias de los medios en Ecuador. Quito: CIESPAL (nro. 119, septiembre) pp.3-16.

Sierra Caballero, Francisco (1997) : *Pedagogía de la Comunicación y Desarrollo Local: una propuesta metodológica cualitativa*. Tesis presentada para la obtención del título de doctor. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información. Madrid.

UNESCO (2011) : *Análisis del Desarrollo Mediático en el Ecuador-2011*. Con el apoyo del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación. VyM Gráficas. Quito. También en: www.unesco.org/quito.