

Cambios en el mapa mediático del Ecuador: los medios públicos que tenemos y los medios que queremos

Changes in Ecuador's Media Map: The Public Media
We Have and the Media We Want

Ma. Isabel Pumín y Nathalie Rencoret**

Resumen

El sistema de medios públicos en Ecuador está compuesto por 22 medios de diferente origen y estructura, constituyéndose un poder nuevo y sin límites claros, que intenta competir con medios privados y tradicionales del país, cuya administración es de carácter familiar y monopolístico. Los medios públicos en Ecuador distan de las características universales planteadas para este tipo de medios, básicamente por la cercanía con los organismos del Estado, en general. La competencia entre medios públicos y privados es desigual, situación que modifica la agenda mediática nacional, dejando a la luz algunas debilidades y limitaciones del ejercicio periodístico y del manejo de la empresa periodística, en particular. El presente artículo se fundamenta en un análisis descriptivo de los medios de comunicación en Ecuador y el juego de poderes que ha desatado la presencia de medios públicos en esta última década. Analizan también el rol del periodismo y su posición frente a los temas vitales para el país, evidenciando la ausencia de una política integral a favor del ciudadano y debilidades en la profesión periodística. Concluye con recomendaciones para mejorar el papel de los medios en Ecuador.

Palabras clave: Gobierno, comunicación, medios de comunicación, Ecuador.

Recibido: Marzo 2013 • Aceptado: Agosto 2013

* Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador Correo electrónico: mipunin@utpl.edu.ec.

** Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. Correo electrónico: nareconret@utpl.edu.ec.

Abstract

The public media system of Ecuador consists of 22 mass media organizations with diverse origins and structures, constituting a new power without clear limits that tries to compete with private and traditional mass media organizations whose administration has a family, monopolistic character. Public media organizations in Ecuador are far from the universal characteristics proposed for this type of media, basically, due to their closeness to State organizations. The competition between private and government media groups is unequal, a situation that modifies the national media agenda, exposing some of the weaknesses and limitations of journalistic work and the handling of journalistic enterprises, in particular. This article is based in a descriptive analysis of the communications media in Ecuador and the power game that the presence of public media has unleashed in this last decade. It also analyzes the role of journalism and its position confronting vital issues for the country, showing the lack of a comprehensive policy that favors citizens and weaknesses in the journalism profession. It concludes with recommendations for improving the role of media in Ecuador.

Keywords: Government, communication, media, Ecuador.

Introducción

La presente investigación de carácter descriptivo y comparativo hace una valoración cronológica del proceso de consolidación de los medios públicos y su rol dentro del Mapa Mediático del Ecuador, compuesto por más de mil medios de comunicación. Para la comparación toma como referencia las características de orden mundial que rigen dichos sistemas mediáticos públicos.

Analiza el devenir de estos medios frente a la política comunicacional ejecutada por el presidente Rafael Correa Delgado desde el 2007, y cómo estas acciones han marcado el ejercicio periodístico en el país. Para lo cual, detalla estrategias implementadas por el Gobierno Nacional, en los últimos años, y las reacciones que dentro del ámbito empresarial y periodístico se han tomado, marcando diferencias entre la información emitida por los medios públicos y privados.

Los medios públicos en Ecuador

Los medios públicos a nivel del mundo se han desarrollado tomando como modelo de referencia el europeo y el estadounidense, creados tras la Segunda Guerra Mundial. En líneas generales, su objetivo es ofrecer a la sociedad información, cultura, educación y entretenimiento, estimulando a su vez la participación social (Navarro y Villanueva, 2010), compromiso que respaldan la figura de medios públicos en el mundo y que permitieron la consolidación de modelos de referencia mundial como la BBC de Londres.

Los medios públicos se han caracterizado por la pluralidad informativa y la promoción de la identidad cultural (Dries y Woldt, 1996), proceso en el cual la

ciudadanía tiene un rol relevante; además es un compromiso que los distinguen de la oferta comercial, esto al menos en la teoría (Sánchez, 2006; Araujo, 2009; Becerra y Mastrini, 2011). En el presente estudio se valora el aporte que al modelo universal hacen los medios públicos del Ecuador, tomando como figura y estudio de caso a la estación de carácter público denominada: *Ecuador TV*, considerada como la televisión pública del Ecuador.

Campos (2013), catedrático español experto en empresa informativa, revisa los datos del Observatorio Audiovisual Europeo del 2011, y concluye que: “la televisión pública representa menos del 15%, los canales internacionales un 10% y la televisión privada más del 75%” del espectro mediático.

En Latinoamérica, “Como promedio existe una estación pública por cada cuatro comerciales” (Alfonzo, 1990) cuya consolidación es irregular, mientras que el Ecuador la figura de medio público es relativamente nueva, como se explicará más adelante.

La estructura del sistema mediático en la región está marcada por el monopolio empresarial, se habla de un sistema “comercial y políticamente dócil” (Fox y Waisbord, 2002), las políticas administrativas y periodísticas pueden cambiar ante la voluntad del gobernante de turno.

El crecimiento de carácter exponencial, en materia de medios públicos, que tiene el Ecuador desde el 2009, merece un estudio y análisis detallado, estudio que lamentablemente en Ecuador es prácticamente inexistente.

La presencia y crecimiento de los medios públicos ha modificado de manera sustancial del mapa de medios en Ecuador, hasta el 2007 la empresa periodística era meramente de carácter comercial y privada, con una casi nula participación de medios comunitarios.

Un estudio realizado por la UNESCO (2011) revela la existencia de apenas 0,2% de radios comunitarias, pese a que las radio estaciones son el sector más amplio¹ y antiguo en el país. La creación de la radio en Ecuador data de 1910.

El sistema de medios públicos en Ecuador desde el 2012 está constituido por 22 medios de diverso origen y estructura. Como un dato histórico en la década de los 60's, funcionó la Radio Nacional del Ecuador, que inauguró el concepto de radio comunitaria en el país. Hoy es la radio pública del Ecuador. En la actualidad en Ecuador se discute los objetivos de los medios públicos. Uno de los más

1 Según el reporte de la Superintendencia de Compañías (SUPERTEL) de marzo del 2012, en Ecuador existen 1.169 emisoras de radio, el reporte es citado en el Anuario de las Empresas de Comunicación en Ecuador (2011/2012) realizado por la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL).

crítico ha sido César Ricaute, representante de Fundamedios ², en una entrevista realizada por Diario La Hora (2012) sostiene que: “La información de los medios públicos no revela independencia editorial, de gestión o administrativa”.

Para Isch (2012:83) la comunicación en el “socialismo del siglo XXI: ha pasado de la guerra de guerrillas a la guerra de cuartillas”. Por otro lado, los medios privados en el país, han sido marcados por fuertes relaciones con el poder, “la propiedad y el control son los rasgos determinantes de la cultura periodística” (Abad, 2011).

Las deficiencias periodísticas son el centro de críticas del gobierno, se cita como ejemplo, dos acontecimientos puntuales. El primero, la suspensión de la programación por 72 horas de Teleamazonas, en diciembre del 2009; y dos allanamientos a la Revista Vanguardia por Fidecomiso AGD/CFN y el Ministerio de Relaciones Laborales, siendo los más comentados, y que están íntimamente relacionados con acciones de la empresa periodística y el rol del Estado. Hechos puntuales, pero que se repiten a nivel de todo el mundo, generando una dosis de tensión entre el periodista y el político (empresarios), cuya relación reviste tintes cada vez más conflictivos (Casero, 2009).

La mayor concentración de medios públicos se encuentra en los que han sido incautados por el Gobierno, producto de las deudas con el Estado Ecuatoriano de los grupos económicos Isaías y Aspiazu³ principalmente, eventos que además están relacionados con la crisis bancaria que vivió el país en 2009.

La crisis permitió evidenciar una relación compleja, pero invisible para el ciudadano común, la poderosa vinculación de medios de comunicación con la banca privada del país, y su injerencia en las agendas de noticias publicadas. Una lucha que disputa además la cuota publicitaria del Estado y sus dependencias.

Un estudio realizado Walton y Layton (2001) para la Fundación Knight, y citado por Checa (2012:127) reveló entre otras cosas:

“El obstáculo más serio para la práctica del periodismo en Ecuador es que todos los medios están en manos de personas vinculadas con la élite comercial y política del país. (...). Los dueños de los medios ecuatorianos no actúan como garantes del orden democrático. Usan los medios para proteger sus intereses”.

- 2 Fundamedios es una organización que aglutina básicamente a periodistas y comunicadores. Opera en el país desde el 2004 y que promueve la libertad de expresión. Más información en: <http://www.fundamedios.org/>
- 3 Los hermanos Isaías, fueron accionistas del Banco Filanbanco y además propietarios de 16 medios de comunicación, entre ellos Gamavisión y TC Televisión, que gozaban de la preferencia de los ecuatorianos. El grupo Aspiazu Semanario fueron propietarios del Banco del Progreso y de diario El Telégrafo, considerado como el decano de la prensa nacional.

Como referencia complementaria al estudio antes señalado, es importante citar a continuación a los cuatro grupos mediáticos más importantes del país vinculados con la banca, que son a su vez los medios con mayor sintonía en el país. Esta tradicional vinculación ha sido estudiada por más de una década (Punín, 2011; Checa, 2012) entre otros.

Cuadro I Grupos mediáticos vinculados con la banca

Sector Bancario	Medios de Comunicación
Filanbanco	El Telégrafo, Gama TV, Cable visión, TC Televisión, Revistas: La Onda, El Agro, entre otras
Pichincha	Teleamazonas, Revistas: Mundo Diners, Gestión, Fuscía, Soho, entre otras
Banco del Austro	Telerama, Diario El Mercurio y radio El Mercurio
Banco de Machala	Caravana TV Radio Caravana

Fuente: Elaboración propia.

Esta relación banca/medios de comunicación fue suspendida de manera radical con la implementación de dos acciones claves del gobierno de Rafael Correa Delgado, y que narradas cronológicamente podrían resumirse así:

1.1. Incluir dentro del referéndum Consulta Popular del 2008. La siguiente pregunta: ¿Está usted de acuerdo con prohibir que las instituciones del sistema financiero privado así como las empresas de comunicación privadas de carácter nacional, sus directores y principales accionistas, sean dueños o tengan participación accionaria fuera del ámbito financiero o comunicacional, respectivamente, enmendando la Constitución como lo establece el anexo 3?.

El apoyo mayoritario del pueblo ecuatoriano a esta prohibición está reflejada en la Constitución Ecuatoriana, (Asamblea Nacional Constituyente, 2008a) en el artículo 312, que entró en vigencia en octubre del 2008.

1.2. Y luego devino la modificación de la Ley de Contratación Pública (Asamblea Nacional Constituyente 2008b), mediante el decreto No. 1793, con lo cual prohíbe a las empresas en general mantener capitales en islas vírgenes o fuera del país.

La medida, según la información de la Secretaría Nacional de comunicación (2013) afectó a los siguiente medios de comunicación: Diarios: El Comercio, El Universo, La Hora, Revistas: Vanguardia, principalmente; esta última abiertamente contraria al régimen; que dejó de publicarse a mediados del 2013.

Las acciones antes enumeradas modifican la presencia y accionar de los medios de comunicación y han abierto un escenario de nuevas confrontaciones, ma-

tizadas con la salida del aire de periodistas, y de algunas caras visibles de la noticia en televisión, entre otros hechos aislados.

A continuación se cita algunos ejemplos, que se producen después de las medidas citadas, que cambian de manera sustancial el mapa mediático, en general. El banquero Fidel Egas, propietario de la cadena de televisión Telemazonas decidió vender sus acciones a tres grupos: los empleados otorgado una línea de crédito del banco de su propiedad Banco Pichincha al grupo La República y el Comercio de Lima (Perú) y otros acciones a ciudadanos ecuatorianos, de confianza del banquero antes citado.

El grupo *El Eljuri* vinculado con diario El Mercurio y la cadena de televisión Telerama, también usó una figura parecida, aunque su política de expansión, en relación al medio impreso es evidente, desde el 2010 se incluyó una sección vinculada con la provincia de Loja, además inauguró una sala de redacción en la ciudad del mismo nombre.

Por su parte, Mario Canessa, propietario de Carussel Tv y Carussel Radio, tomó otro camino, decidió desvincularse del Banco de Machala y continuar ejerciendo el periodismo, especialmente vinculado con el comentario deportivo.

Estos cambios en la estructura empresarial y mediática del país, forjan un panorama nuevo que el periodista, Gustavo Abad, etc. (2010), en la publicación latinoamericana conjunta denominada: *¿Por qué nos odian tanto?* describe así:

“Por primera vez en la historia de este país, los medios ocupan el banquillo de los acusados. Al contrario de sus antecesores, el actual mandatario tiene un discurso crítico y muchas veces descalificador respecto de los medios privados. Pero estos no se quedan atrás y responden de manera visceral. Entre ellos no hay posibilidad de diálogo, porque cada uno se declara víctima del otro”.

Los medios públicos que existen en el país, tomando como variable de clasificación la naturaleza de su origen, se estructuran de la siguiente manera:

El sistema mediático ecuatoriano fue fortalecido en primer período presencial de Rafael Correa y formó parte de su oferta electoral. En el 2007, se crea Ecuador TV (ECTV), que abrió el camino para la creación de cinco medios más, de diverso formato, misión y cobertura.

La creación y administración de medios públicos coincide con la política de “nueva izquierda” implementada en países como Venezuela, Perú, Bolivia y Ecuador, más conocida como: Socialismo del siglo XXI, otros autores como Souza (2010) lo llaman: “Socialismo del buen vivir”.

Es importante mencionar que, según la página web de la Secretaría Nacional de comunicación (2013) disponible en: www.comunicacion.gob.ec, dentro del sistema de información oficial figuran: El ciudadano en sus versiones: prensa escrita, televisión, radio y web.

Cuadro II

Listado de medios incautados por el Estado Ecuatoriano y medios públicos

Medios incautados	El Telégrafo
	Gama TV
	Canal UNO
	TC Televisión
	Cable Visión
	Radio Súper K 800
	Radio Carrusel
	Radio La Prensa
	Multicom
	Cable Noticias CN3
	Cable deportes CD7
	Radio El Telégrafo
	Revista La Onda
	Revista El Agro
	Revista El Valle
	Revista Samborondón
Medios públicos nuevos	Ecuador Tv (ECTV)
	Radio Pública
	Agencia de Noticias Andes
	Rotativo Interino El Ciudadano
	Periódico Popular PP ELVERDADERO (Versión impresa y digital).

Fuente: Elaboración propia.

Características de medios públicos en Ecuador. Del modelo teórico a la realidad

En América Latina no hay políticas de comunicación en perspectiva de Estado sino en función de los gobiernos (Rincón, 2010). Ecuador no ha sido una excepción, las directrices en relación al rumbo y objetivos de la comunicación mediática desarrollada en el seno de los medios públicos, la decide la Secretaría Nacional de comunicación (SECOM), órgano que a su vez cuenta con una Subsecretaría de Innovación y Desarrollo y Nuevos Medios; su inclinación es de naturaleza gubernamental.

Esta gestión del Estado está respaldada por el artículo 384, de la Constitución de la República del Ecuador, que establece la facultad del Estado para formular la política pública de comunicación.

En el caso particular de los medios públicos, la agenda tampoco tiene mayor planificación y sigue en el mejor de los casos las dinámicas del poder, con algunos acercamientos hacia la generación de contenidos educativos y a la producción nacional.

Ecuador TV tiene una programación compuesta por 73 programas de diverso contenido y procedencia, en la parrilla tienen una fuerte presencia los programas de género infantil, aunque al igual que la televisión comercial no han podido escapar de producciones de carácter global como Disney.

Cuadro III **Categorías y segmentos de la programación de Ecuador TV**

Categoría	Número de programas
Cine y Series	6
Documentales	6
Infantil	28
Lo público	1
Noticieros	6
Producción Nacional	24
Telenovelas	2

Fuente: Elaboración propia con datos de www.ecuadortv.com con corte 20 de febrero del 2013.

En el país en líneas generales hay una fuerte cultura del espectáculo, pero siempre vinculada con los círculos de poder, que a su vez han forjado las tendencias en relación al contenido se difunde, de manera particular en los noticieros, en horario estelar. El resultado final es un altercado continuo, cuyos protagonistas tienen nombre y apellido, y que bien podrían resumirse en tres bandos:

- Gobierno (Presidente de la República y ministerios).
- Medios privados de comunicación (AEDEP, SIP, UNP).
- Periodistas de medios en general.

El Gobierno en general, cuya cabeza más visible es el Presidente quien llama “Prensa corrupta”, a periodistas, pero en especial a los dueños de los medios. Los dos últimos bandos de medios privados y periodistas unidos de manera muy intermitente por la libertad de expresión y prensa, cuyos esfuerzos son aislados.

La propuesta más visible ha sido la que lideró la Asociación de Editores de Periódicos (AEDEP), campañas como más respeto, el proceso que tuvo un eco internacional. En el Ecuador se ve un paulatino deterioro de la libertad de prensa (Fundamedios, 2009). Lesión que también ha sido reconocida por la Sociedad Interameri-

cana de Prensa (SIP), en una publicación del Diario Hoy (2010). Las tres agrupaciones citadas han sido descalificadas por el Presidente Correa Delgado.

El resultado final del conflicto medios públicos y privados es la exposición del presidente y su grupo de poder, lo que Rincón (2010) llama “Estado comunicador”, para lo cual hay toda una política de inversión publicitaria. La inversión en publicidad oficial de las instituciones del Estado el Gobierno gastó \$.19.440.665, 20 entre enero y junio de 2011, según los reportes de Participación Ciudadana (PC) (Hoy, 2011)⁴, inversión que en los meses siguientes han ido incrementándose.

Un informe publicado por Fundamedios denominado Palabra Rota, Ricaurte (2009) que toma como fuente primaria a Infomedia-Ibope, se señala que el Estado gastó \$. 14.894,000 en pautas publicitarias. Cifras que convierten al Estado en uno de los mejores y principales anunciantes en el país.

Y por otro lado, los medios de comunicación comerciales están debilitados y en otros casos presos de un discurso de violencia, (réplica/contra réplica) que debilita lo más importante la calidad de la información y la relación con el ciudadano común. “las empresas de medios han perdido fuerza e imagen, mientras el Gobierno erosiona su confianza (...). La prensa es oposición, el gobierno es avance” (Ramos, 2010: 209).

El discurso periodístico de los medios públicos en el Ecuador, tampoco ha podido escapar de las debilidades del periodismo en Latinoamérica, entre los cuales se destacan: adición a las fuentes oficiales, el compromiso con grupos económicos y políticos, superficialidad e irrelevancia, entre otros (Querejeta, 2009) lo cual está minando su misión. Como un ejemplo emblemático se puede citar la cobertura única de la revuelta policial el pasado 30 de septiembre de 2010.

La independencia de los medios públicos es uno de los temas que mayor conflicto genera en el país, pero esta debilidad también está en medios privados. Así asistimos a un alineamiento de la mayoría de medios privados en contra (Abad, 2009), a la propuesta gubernamental en casi todos los frentes.

Retos pendientes de los medios públicos:

-Reinventar el periodismo en Ecuador

Se debe revisar de manera prolija las políticas de gestión administrativa y periodística de los medios públicos de Comunicación en Ecuador, no importa la naturaleza

4 La nota completa que publica del Diario Hoy, se puede visualizar en el siguiente enlace: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/publicidad-creceria-para-2012-515724.html>. Acceso: 04/04/12.

de su origen, todo con el único objetivo de ofrecer un menú de calidad, solo entonces el ciudadano común podrá valorar la importancia de los medios públicos.

Disminuir las apariciones y difusiones de las cadenas del gobierno, considerando sobre todo que los mismos contenidos están de manera frecuente en los medios comerciales, y existe en riesgo evidente de saturación informativa, tampoco se puede dejar de lado, la información periodística ejerce un control social (Reig, 2007).

Se necesita una producción mediática diferente, por ejemplo, es necesario que, los nuevos medios públicos tengan un papel protagónico en el desarrollo tecnológico (Medina y Ojer, 2009), buscando ser una alternativa a la producción de carácter privado.

Hay que recordar además que “El primer propósito del periodismo consiste en proporcionar al ciudadano la información que necesita para ser libre capaz de gobernarse a sí mismo” (Kovach, 2004:18) por ello, los medios públicos tienen la obligación de ofrecer una programación que se distinga del resto de medios de comunicación, caso contrario los medios públicos no habrán cumplido con su función.

La prensa en el Ecuador no debe ser considerada como un poder supremo sobre la esfera pública, sino por el contrario un servicio y bien social, hablamos de medios como una “emergente forma de poder sociales en las sociedades complejas” (Couldry y Curran, 2003: 4) que requieren entre otras cosas información oportuna e íntegra, solo entonces el periodismo será un bien supremo y como tal un bien social.

Conclusiones

Los medios públicos y los privados compiten por una misma audiencia sin que exista una propuesta diferente y creativa, que les permita a los medios independientemente de su origen cumplir con su función tradicional y fundamental: informar, educar y entretener, nobles valores que fomentan los medios de comunicación en general.

El periodismo ecuatoriano debe reflexionar sobre su rol y función social; buscar una salida ante el conflicto instaurado entre el Presidente de la República y los propietarios de los medios privados en el país. Un periodismo de calidad, marcado por la investigación como una oferta permanente podría ser una salida, aunque de por medio esté la cuota publicitaria que oferta el Estado.

Los periodistas en general deben pasar a considerarse trabajadores independientes e intelectuales que aporten con salidas creativas a este agitado escenario, con lo cual justificarán el rol y valía de su profesión, sin condicionar el tipo de medio en el cual presta sus servicios profesionales.

Referencias bibliográficas

- Abad, Gustavo (2009). **Comunicación y política: el surgimiento del periodismo público en el Ecuador Caso El Telégrafo**. Informe de investigación. Universidad Andina Simón Bolívar. Sede Ecuador. Ecuador.
- Abad, Gustavo y Rincón Omar, etc. (2010). ¿Por qué nos odian tanto? Extraído de <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07475.pdf> Consulta: 12/03/2013
- Abad, Gustavo (2011). **El club de la pelea. Gobierno y medios, un entramado de fuerzas y debilidades**. Veeduría Ciespal. Ecuador.
- Alfonzo, Alfredo (1990). **La televisión en América Latina y el Caribe: 40 años después**. Presentación al XII Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano. La Habana.
- Araujo, Octavio (2009). **México ¿Un nuevo régimen político?** Siglo XXI Editores. México.
- Asamblea Nacional Constituyente (2008a). Constitución de la República del Ecuador. Artículo Nro. 312. Ecuador. Extraído de <http://02a045b.netsolhost.com/legislacion/normativa/leyes/constitucion2008.pdf>. Consulta: 22/03/13.
- Asamblea Nacional Constituyente (2008b). Ley de Contratación Pública. Decreto Nro. 1793. Ecuador. Extraído de www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2ecuanexo44.pdf Consulta: 23/02/13
- Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo (2011). Transformación en el sistema de medios en la Argentina del Siglo XXI. Konrad Adenauer Stiftung. Extraído de <http://www.plataformademocratica.org/Publicacoes/17794.pdf>. Consulta: 02/05/13.
- Campos, Francisco (2013). El futuro de la TV europea es híbrido, convergente y cada vez menos público. Revista Latina de Comunicación Social. Extraído de http://www.revistalatinacs.org/068/paper/970Santiago/04_Campos.html Consulta: 23/02/13
- Casero, Andreu (2009). El control político de la información periodística. RLCS. Revista Latina de Comunicación Social. Extraído de http://www.revistalatinacs.org/09/art/29_828_47_ULEPICC08/AndreuCasero.html Consulta 25/02/13.
- Checa-Godoy, Antonio (2012). La Banca y la propiedad de los medios: el caso de Ecuador. Revista Latina de Comunicación Social. Extraído de http://www.ull.es/publicaciones/latina/067/art/950_Sevilla/06_Checa.html Consulta: 19/02/13.
- Couldry, Nick y Curran James (2003). **Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World**. Rowman y Littlefield Publishers. Inc. Estados Unidos.

- Dries, Josephine y Wolدت, Runar (1996) *The Role of Public Service Broadcasting in the information society*. Düsseldorf: European Institute for the Media. Estados Unidos.
- Diario HOY. (2010). SIP: Ecuador eleva presiones sobre los medios. Extraído de <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/sip-ecuador-eleva-presiones-sobre-los-medios-440538.html> Consulta: 01/01/13.
- Diario HOY. (2011). Publicidad crecería para 2012. Extraído de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/publicidad-creceria-para-2012-515724.html> consulta: 4/04/12.
- Diario La Hora (2011). César Ricaute: Los medios públicos deberían ser más controlados. Extraído de <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101144491#.UeIX8nBFSGg>. Consulta: 03/05/13
- Fox, Elizabeth y Waisbord, Silvio (2002). **Latin politics, global media**. University of Texas Press. Estados Unidos.
- Fundamedios (2009). **La palabra rota**. Seis investigaciones sobre el periodismo ecuatoriano. Editor Fundamedios. Ecuador.
- Kovach, Bill (2004). **Elementos del periodismo**. Ediciones El País. Santillana. México.
- Isch, Gustavo (2012). **De la guerra de guerrillas a la guerra de cuartillas**. Veceduría Ciespal. Ecuador.
- Medina, Mercedes y Ojer, Teresa (2009). Valoración del servicio público de televisión. Comparación entre la BBC y TVE. RLCS. Revista Latina de Comunicación Social. Extraído de http://www.revistalatinacs.org/09/art/2482342ULEPICC11/Medina_y_Ojer.html Consulta: 20/02/13.
- Navarro, Fidela y Villanueva Ernesto (2010). **Medios de servicio público y transparencia: análisis y medición de su desempeño**. Intiyan. Ediciones Ciespal. México.
- Punín, María (2011). Rafael Correa y la prensa ecuatoriana. Una relación de intrigas y odios. **Revista RAZÓN Y PALABRA**. Volumen 75. Febrero/Abril 2011 Ecuador. (Pp. 1-13)
- Querejeta, Alejandro (2009). Periodismo: la polémica especificidad latinoamericana. **Revista Latina de Comunicación CHASQUI**. No.108. Ecuador. (Pp. 34-37).
- Sánchez, Juan (2006). El reto de las televisiones públicas en Europa. Las estrategias de la BBC y de RTVE. Revista TELOS. Volumen, No. 68. Venezuela. Extraído de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=3&rev=68.htm> Consulta: 20/02/13.
- Secretaría Nacional de comunicación. (2013). El Ciudadano. Extraído de <http://www.elciudadano.gob.ec/> Consulta: 21/02/13.

- Souza, Boaventura (2010). Hablemos del Socialismo del Buen Vivir. Extraído de <http://www.plataformabuenvivir.com/2011/07/souza-santos-socialismo-buen-vivir/> consulta: 01/05/13.
- Ramos, Hernán (2010). **Medios públicos y el poder político en la era de Rafael Correa**. En: Palabra rota. Seis investigaciones sobre el periodismo ecuatoriano. Fundamedios. Ecuador.
- Reig, Ramón (2007). **El periodista en la telaraña. Nueva economía, comunicación, periodismo, públicos**. Rubí: Anthropos. España.
- Rincón, Omar (2010). **¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina**. Centro de competencia en comunicación para América Latina. Bogotá.
- UNESCO (2011). **Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador-2011** (primera edición). Editorial Casa Unesco. Ecuador.
- Walton Mary y Layton Charles (2001). El periodismo Ecuatoriano bajo el microscopio. En: La Banca y la propiedad de los medios: el caso de Ecuador, en Revista Latina de Comunicación Social. Extraído de: http://www.revistalatinacs.org/067/art/950_Sevilla/06_Checa.html DOI:10.4185/RLCS-067-950-125-147. Consulta 19/02/13.