

## **Las noticias de portada en la prensa escrita ecuatoriana: espacios de poder y entretenimiento**

### **The front-page news in the Ecuadorian written press: spaces of power and entertainment**

Ana Tamarit\*, Ana Belén Puñal Rama\*

\* Universidad Estatal de Milagro, Ecuador

“En la medida en que se interponga entre el ciudadano común y los hechos una organización de noticias guiada por criterios enteramente privados y ajenos a todo examen, no importa lo sublime que sean, nadie podrá afirmar que la esencia del gobierno democrático esté segura”  
Walter Lippmann

#### Resumen

¿Qué y quién es noticia de portada en los principales medios escritos de Ecuador? Este artículo estudia la agenda mediática del primer año de mandato del presidente Lenín Moreno. Se ha utilizado una metodología cuantitativa, basada en el análisis de contenido de más de 3.500 informaciones de portada publicadas en los periódicos ecuatorianos de tirada nacional durante el período comprendido entre agosto de 2017 y agosto de 2018. Un año que ha estado marcado por el elevado peso en portada de la información política, sustentada en la visión negativa al mandato del expresidente, Rafael Correa. Esta parte de los contenidos se dulcifica con informaciones de entretenimiento, deportes, farándula y espectáculo. Se analizan, además, desde una mirada crítica, los actores y escenarios, mostrando la invisibilización de sectores tan relevantes para el país como los agricultores y mineros. Las mujeres siguen sin apenas representación ni espacio.

Palabras clave: Agenda setting, periodismo, prensa escrita, comunicación y género, perspectiva de género

#### Abstract

What and who is cover story in the main written media of Ecuador? This article focuses on the establishment of the media agenda in the first year of President Lenín Moreno's term. A quantitative methodology has been used, based on the analysis of the content of more than 3,500 cover information published in the Ecuadorian national newspapers during the period between August 2017 and August 2018. A year that has been marked by the high weight on the cover of political information, supported by the negative view of the period of the previous president, Rafael Correa. This part of the agenda is sweetened with entertainment, sports and show business content. The actors and scenarios are also analysed, from a critical point of view, showing the invisibility of sectors as relevant to the country as farmers and miners. Women continue with little representation or space.

Keywords: Agenda setting, journalism, written press, communication and gender, gender perspective

## **Introducción**

Esta investigación nace de los contrastes observados en la realidad de un país, Ecuador, durante un período de tres años en el que se ha producido una alternancia en el poder con dos gobiernos que han entendido de maneras muy diferentes los medios de comunicación y el periodismo. En el mandato de Rafael Correa nació la

Ley Orgánica de Comunicación (2013), duramente rebatida por los grupos mediáticos ecuatorianos, que se sintieron amenazados tanto por las restricciones que se establecían en el accionariado de los medios como por las exigencias en la elaboración de contenidos. Se rompen las relaciones entre propietarios de los medios y gobierno, entre otras razones porque en la Constitución de 2008 se prohíbe que los banqueros tengan acciones en las industrias mediáticas (Ramos y Chavero, 2016, p. 2). Este período finalizó en 2017, cuando tomó el testigo el presidente Lenín Moreno, con una mirada por completo diferente, favoreciendo, en aras de la libertad, a los tradicionales grupos mediáticos del país.

Este es el contexto en el que surge la idea de investigar la conformación de la agenda setting en los principales periódicos nacionales del Ecuador durante el primer año de mandato del nuevo presidente, Lenín Moreno. El establecimiento de agenda, de aquellos temas que los medios consideran prioritarios y relevantes, ofrece un mapa en el que se pueden observar cómo se configuran las relaciones de poder en la esfera pública y mediática. Es por eso que consideramos de especial interés analizar las claves con las que se establece la priorización de contenidos en este período, donde se produce una modificación en el clima de las relaciones entre Gobierno y medios de comunicación.

En este escenario nos hemos preguntado cómo, a través de ese primer nivel en la construcción de la realidad que es la selección de las noticias que van en portada, aquellas que el medio considera de máxima importancia, se visibilizan determinados temas, actores y espacios mientras se ocultan otros. Los resultados de este trabajo abren el debate alrededor de cómo se sigue construyendo la cultura mediática del Ecuador ya que son la élite política y el entretenimiento los sectores estrella de la realidad ecuatoriana. Se han analizado más de 3.500 noticias, en una muestra representativa de un año, seleccionados desde agosto de 2017 a agosto de 2018. Las portadas estudiadas corresponden a los cinco grandes periódicos de tirada nacional del país: *El Telégrafo*, *El Universo*, *El Comercio*, *Expreso* y *Extra*. Todos los resultados obtenidos se analizan también desde la perspectiva de género, dada la importancia de cruzar las relaciones de poder en la esfera pública con las relaciones de poder entre hombres y mujeres en cuanto que desvela nuevas dimensiones de discriminación.

## **Marco Teórico**

Analizar lo que publican los principales diarios ecuatorianos nos obliga a retomar el pensamiento y la reflexión que, desde los años 60, se ha realizado desde la denominada teoría del establecimiento de agenda, más conocida como *agenda setting*. Tal y como señalan en aquel entonces autores como Cohen (1963) y McCombs y Shaw (1972), los medios de comunicación no determinan tanto lo que la ciudadanía debe pensar (sus efectos no son directos y a corto plazo) sino sobre qué asuntos, sobre qué temas, debe pensar. Es el primer nivel en esa construcción de la realidad que realizan los medios de comunicación y al que ya, de manera pionera, hizo referencia Lippman cuando hablaba de la pseudorealidad que construyen los medios al proyectar su mirada sobre el entorno (Lippman, 2003, p. 33).

En la reflexión que aquí proponemos, nos centraremos en hacer una exploración inicial de aquellos temas, sujetos y espacios en los que centra su atención la agenda mediática de los principales medios escritos

ecuatorianos. ¿De qué hablan? ¿De quién hablan? ¿Qué escenarios y lugares visibilizan? Teniendo en cuenta que el poder se ejerce en la actualidad fundamentalmente a través de la palabra, tal y como señala Van Dijk (2009), el preguntarnos sobre quiénes hablan los medios nos permite observar a quiénes dan la visibilidad, a quiénes tocan, con el poder expansivo de la palabra, los intelectuales orgánicos (Ortega, 1992) en los que se han transformado los medios de comunicación y, en especial, los escritos, que son el escenario, por excelencia, del debate público dirigido por y hacia las élites.

El poder de los medios de comunicación, ese poder discursivo del que habla Van Dijk, radica en la capacidad que tienen para orientar la opinión pública, mediante la generación de representaciones simbólicas sobre lo que ocurre en el entorno próximo y lejano. Sartori (2007) distingue tres procesos para la formación de la opinión pública que, en orden de mayor a menor importancia, son: un recorrido vertical de la información, en cascada, desde las élites hacia abajo; en dirección contraria, desde las bases hacia arriba y, por último; la identificación con los grupos de referencia. En Ecuador, la verticalidad en el recorrido de la información adquiere especial relevancia dada la debilidad que el país presenta en la organización de su tejido social y político, lo que dificulta un movimiento de abajo hacia arriba, así como la identificación con las voces de los grupos sociales de referencia en el país. A eso se une el hecho de que, históricamente, los medios de comunicación han estado en manos de los grandes grupos bancarios y empresariales. Tal y como señala el ex ministro Raúl Vallejo (2008), hasta 2008, "se contabilizaba que 118 accionistas de bancos estaban vinculados a 210 medios del Ecuador; de los siete canales de TV nacionales, cinco pertenecían a banqueros" (Vallejo y Ricaurte, 2013, p. 272). Es un ejemplo del interés que han tenido y tienen los grandes grupos de poder económico y político por contar con un medio de comunicación que actúe como vocero de sus intereses.

Por otra parte, se deben considerar en el contexto de este trabajo las diferencias y antagonismos regionales que existen en Ecuador, un país con una débil identidad nacional y con un marcado contraste, político y estructural, entre Quito y Guayaquil, muy arraigado históricamente (Cueva, 1974). Ha existido un aislamiento entre Sierra y Costa fomentado por el enfrentamiento de sus élites que históricamente han preferido subrayar de manera interesada las diferencias culturales por no reconocer las diferencias estructurales que presentan las dos zonas del país. Siguiendo el estudio realizado por Traverso, "la clase hegemónica ha mantenido como estrategia oponer a la desigualdad estructural vigente su discurso homogeneizador, prefieren naturalizar las diferencias para convertirlas en la justificación del problema estructural de la desigualdad que está detrás de ese discurso" (Traverso, 1998, 294).

Thompson (1998) entiende que el poder de los medios de comunicación radica en la capacidad que tienen para lograr sus propios intereses en coalición con el resto de los poderes: el económico y el político. Siguiendo a Ortega (1992), el poder de los medios tiene un carácter "transversal", es decir, se mueve libremente entre el resto de poderes y de agentes sociales dado que nada se escapa a las rutinas y prácticas periodísticas de los medios de comunicación y sus actores. El evidente poder que, potencialmente, tienen los medios de comunicación, se produce en espacios concretos que ya Bourdieu (1997) identificó como "campos de interacción". Son aquellos lugares donde se ejecutan las relaciones de poder entre las élites y, para llevarse a cabo esas relaciones, se deben dar tres condiciones: 1) cada individuo ocupa una posición determinada en ese

espacio; 2) así mismo, tiene una capacidad de influencia que afecta a las relaciones del conjunto y 3) el poder aumenta o disminuye en función de los recursos de los que se posean.

Estas condiciones las cumplen los medios de comunicación, que además ocupan un lugar importante en el ecosistema social. Su poder e influencia afecta al conjunto. Es, en definitiva, el "poder transversal" que han descrito Ortega y Humanes (2000). Más que un cuarto poder, los medios han pasado a concebirse como una presencia omnipresente en todos los sectores (políticos, económicos y sociales) de una sociedad. Su poder radica en los materiales informativos que adquieren y en las funciones que se les atribuye en una sociedad democrática, y que Curran establece en cinco (2005, pp. 274-281): vigilancia del poder, foro para el debate libre de ideas, representación de la ciudadanía frente a la autoridad (las tres funciones que les atribuye la teoría liberal clásica) y, además, la expresión de conflictos y de diferencias, así como la contribución a la conciliación social. Los medios de comunicación, apunta Curran, acostumbran a alinearse a los intereses de las jerarquías del poder, en vez de contribuir a que las personas puedan decidir según sus intereses.

Los estudios realizados desde la teoría de la agenda setting en Ecuador en los últimos años ratifican la importante influencia de la agenda política en la mediática, tanto si se trata de época electoral como no. Las investigaciones de Chavero y Ramos (2020) y de Posso Espinosa (2018) sobre la última campaña presidencial, en 2016, ponen de relieve cómo cada medio se alinea con la candidatura más ideológicamente afín, deslegitimando a los opositores. Pero también dicho alineamiento está presente en períodos no electorales, como es el caso del primer año de Lenín en la presidencia, en el que medios públicos y privados se alían en contra del ex presidente, Rafael Correa, y a favor de su sucesor. La información política, de hecho, se incrementa en este período en comparación con otros períodos no electorales anteriores (García Ruiz y Rivera-Rogel, 2013).

Esa influencia de los intereses de las élites y de su agenda política y económica en Ecuador se refleja en los resultados que hemos obtenido en este trabajo y que se detallan en este artículo. Así mismo se observa un elevado peso de la información oficial en las noticias, es decir, aparecen numerosas informaciones procedentes de organizaciones, públicas y también privadas, sin el protagonismo de personas concretas, lo que supone una deshumanización de la realidad representada por los medios. Ecuador muestra, de esta manera, una dinámica ya observada en otros continentes y países, como es el caso de España. Cada vez menos, las noticias están protagonizadas por personas, a las que se les pueden adjudicar acciones y, por lo tanto, responsabilidades, y cada vez más las noticias hacen recaer su protagonismo en un sujeto abstracto como son las entidades públicas y privadas (WACC, 2010, Simelio 2010). También se observa de manera especial en las portadas de los medios escritos, en esa primera página donde se fijan los temas prioritarios de la agenda del medio (Moreno, Rovetto y Buitrago, 2008).

Este marco interpretativo que utilizamos para este trabajo está empapado también por la perspectiva de género. Las relaciones de poder, dominadas por las élites político-económicas, están, además cruzadas por otro tipo de poder, el poder patriarcal. Se pone de manifiesto una mirada androcéntrica, que centra el protagonismo, tal y como describe Amparo Moreno (1987), en el varón de clase media alta que forma parte de las élites de una sociedad. En consecuencia, las mujeres, sean del estamento social que sean, quedan invisibilizadas, en el espacio público de penumbra que dejan los focos mediáticos. Se mantiene vigente, como observaremos en este trabajo, lo que indicaba Secanella en 1987: "el poder y la política son conceptos de varones y los periodistas llevan esos

conceptos a las páginas de sus periódicos. Por eso el varón identifica los conceptos de su sexo con noticias importantes y lo femenino va a la periferia como noticia". Una invisibilización que perdura y ha sido puesta de manifiesto por numerosos estudios, en el ámbito internacional, como los realizados en los informes quinquenales a nivel mundial elaborados por WACC.

En Ecuador, los estudios realizados en esta línea (recientes, puesto que la línea de investigación en Comunicación y Género se ha empezado a desarrollar en los últimos años) inciden así mismo en esta secundarización de las mujeres en la información. Tal y como señala el CORDICOM (Consejo de la Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación), "la problemática sobre la reproducción de las múltiples formas de discriminación que se presentan en los medios de comunicación (...) terminan por violentar los derechos de las mujeres" (Groner, Muñoz y Angulo, 2016, p 13).

## Metodología

El objetivo de esta investigación es determinar cuáles son los temas, actores y espacios protagonistas de las portadas de la prensa de tirada nacional en Ecuador durante el primer año de mandato del presidente Lenín Moreno. Se pretende descubrir a qué temas y a qué sectores de la población conceden más relevancia los medios y qué noticias ocupan un lugar más privilegiado en su agenda setting.

La metodología utilizada en este trabajo se basa en el análisis de contenido que, según Klippendorff, tiene como finalidad "formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto" (1990, p. 28), en definitiva, recopilar información que nos permita hacer una representación de los hechos. Sampieri lo define, por su parte, como "una técnica para estudiar cualquier tipo de comunicación de una manera "objetiva" y sistemática, que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, y los somete a análisis estadístico" (2010, p. 260).

El análisis se ha realizado sobre un total de 3.668 noticias, publicadas en las portadas de la versión impresa de los cinco principales diarios de Ecuador: el periódico público *El Telégrafo* y los privados *El Universo*, *El Comercio*, *Expreso* y *Extra*. Todos ellos, excepto *El Comercio*, se editan en Guayaquil, dado el importante peso de la industria mediática de esta ciudad que es el corazón económico del país. El período seleccionado está comprendido entre el 1 de agosto de 2017<sup>1</sup> y el 31 de julio de 2018. Se han revisado las portadas de los periódicos publicados de domingo a sábado en una semana por mes, seleccionadas de la siguiente manera: primera semana del mes de agosto, segunda semana de septiembre, tercera semana de octubre, cuarta semana de noviembre, y así sucesivamente hasta el 31 de julio de 2018.

Las categorías de análisis han sido las siguientes: temas, sección interior en la que se desarrolla la noticia, ámbito geográfico donde tiene lugar, presencia o no de imagen, espacio ocupado por la noticia (señalando, además, qué noticia es la que ocupa mayor espacio en portada) y, por último, actores protagonistas de la información, tanto en la redacción de la noticia como en la fotografía. En el caso de los actores, se analiza,

---

<sup>1</sup>El presidente Lenín Moreno asume la presidencia de Ecuador el 24 de mayo de 2017.

además, su actividad laboral y el género. Por último, se han transcrito literalmente los titulares de las noticias, así como el nombre de los actores, para poder profundizar en el análisis. La transcripción de los titulares ha permitido localizar cuáles son aquellos términos más utilizados, lo que ha aportado información relevante sobre los temas y actores destacados en portada.

Dos categorías han tenido especial relevancia en el estudio, los temas y los actores, cuya definición y categorización detallamos a continuación. La clasificación de los temas está basada en la revisión de diversos estudios que aplican el análisis de contenido, más la adaptación propia que hemos realizado en coherencia con la realidad actual de los medios ecuatorianos. Se han observado las categorías utilizadas en dos trabajos realizados en Ecuador (Rivera, 2010 y Martínez y Yaguana 2014), y dos en España (López Díez, 2002 y 2005). A partir de ahí se hizo un primer borrador de variables temáticas, que se pusieran a prueba en una muestra inicial de una semana en cada periódico, lo que permitió hacer ajustes sobre la clasificación inicial. Los temas se detallan en la tabla nº 1.

**Tabla 1:** Categorización en temas

Política, Gobierno y Legislación <sup>2</sup>	Vida Social	Medio Ambiente	Accidentes, tragedias y catástrofes
Cultura y espectáculos	Educación	Defensa Nacional y gastos militares	Medios de Comunicación
Deportes	Guerras y terrorismo	Pobreza	Nuevas Tecnologías
Juicios y asuntos legales	Laboral	Vivienda	Vida rural
Salud y medicina	Economía	Religión	Minería
Derechos Humanos	Negocios y Comercio	Ciencia	Estilo, moda y tendencias
Turismo	Otros temas		

Autoría: Elaboración propia

El análisis de los actores es de especial interés para los objetivos de este trabajo, dado que nos permite analizar quién o quiénes protagonizan las noticias más destacadas del día a día en los periódicos. Es importante descubrir si quienes ejecutan las acciones de las noticias son personas u organizaciones<sup>3</sup>, tanto públicas como privadas, es decir, entidades colectivas en las que las responsabilidades individuales se diluyen. Respecto a las personas, es relevante reflejar qué tipo de cargos, públicos o privados, acaparan la atención, y aplicar, así mismo, la perspectiva de género para comprobar si siguen existiendo brechas entre mujeres y hombres en los contenidos de los medios escritos. Las variables determinadas para identificar la profesión o rol laboral de los actores es

<sup>2</sup>En esta categoría se han introducido las noticias referidas a la vida política, al debate entre partidos, a reformas legislativas, debates en la asamblea o a otras organizaciones políticas o administrativas.

<sup>3</sup> Entendemos las organizaciones tal y como maneja el concepto Hodgson (2011). Para el autor, las instituciones son sistemas de reglas que organizan la vida social (p. 22), mientras que las organizaciones son un tipo concreto de institución que cuenta con criterios específicos para establecer sus límites, las personas que la conforman, los procesos para determinar quien está a cargo y "cadenas de órdenes que definen las responsabilidades dentro de la organización" (p. 31).

una adaptación basada de la tercera edición del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador, que asienta sus conceptualizaciones en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU). Se han añadido, además, otras variables que, si bien no son identificadas por el INEC, sí tienen relevancia para obtener un mapa más ajustado de las actividades, no siempre profesionales o laborales, como es el caso de estudiantes, trabajadores informales (no reconocidos oficialmente) o actores implicados en hechos delictivos (ver tabla nº 2).

**Tabla 2: Clasificación de profesión o actividad de los actores**

Cargos político-institucionales	Industrias manufactureras	Actividades profesionales, científicas y técnicas	Rentista
Miembros de organizaciones políticas	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	Actividades y servicios administrativos y de apoyo	Jubilado o pensionado
Actividades deportivas	Distribución de agua, alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento	Administración pública y defensa	Estudiante
Miembros de sindicatos	Construcción	Enseñanza	Ama/o de casa
Miembros de asociaciones	Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y bicicletas	Salud humana y de asistencia social	Incapacitado/a para trabajar
Religiosos/as	Transporte y almacenamiento	Artes y entretenimiento	Persona desempleada
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	Actividades de alojamiento y servicio de comidas	Otras actividades de servicios	Actividades delictivas
Explotación de minas y canteras	Información y comunicación	Actividades de los hogares como empleadores	Personas acusadas de cometer un delito
Actividades de mantenimiento del orden público y de seguridad	Actividades financieras y de seguros	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	No se menciona profesión, actividad o cargo

Autoría: Elaboración propia

Se realizó un libro de códigos definiendo todas las categorías utilizadas en el estudio y de las variables en las que se desglosaron. A continuación, reflejamos los resultados obtenidos en el análisis de las categorías referidas a temáticas, actores, sección, relevancia de la información y ámbito geográfico en el que se centra las noticias de portada, en un total de 3668 informaciones.

## Resultados

Los resultados obtenidos van a ser expuestos siguiendo el siguiente orden. En primer lugar, nos detendremos en la construcción de la agenda temática, observando cuáles son aquellas cuestiones que reciben mayor atención en el espacio más destacado del diario en papel, la portada. En segundo lugar, y una vez analizada la respuesta al "qué" (¿de qué se habla?), repararemos en el "quién" (de quién se habla), es decir, los actores protagonistas que acaparan la atención prioritaria del medio.

### *Agenda temática*

La travesía por las 3.668 noticias publicadas en portada por los periódicos de tirada nacional del país desvela una agenda mediática que está dominada por tres ejes temáticos: la información político-gubernamental, el entretenimiento y la crónica de sucesos. En la otra cara de la moneda, son prácticamente invisibles sectores estratégicos para el desarrollo del país, como la minería y el turismo, o la ciencia; amplios sectores de la población, como el afincado en el mundo rural; graves problemas sociales, como la pobreza; o aspectos que afectan a derechos constitucionales, como la educación, la salud y el medio ambiente. Así lo muestran en detalle los datos de la tabla nº 3.

**Tabla 3:** Temas que protagonizan las noticias de portada

TEMA	TOTAL DE NOTICIAS	% SOBRE EL TOTAL
<b>Política, gobierno y legislación</b>	713	19%
<b>Deportes</b>	540	15%
<b>Delitos juicios y asuntos legales</b>	437	12%
<b>Cultura y espectáculos</b>	428	12%
<b>Economía negocios y comercio</b>	362	10%
<b>Accidentes tragedias y catástrofes naturales</b>	198	5%
<b>Vida social</b>	111	3%
<b>Turismo</b>	94	3%
<b>Terrorismo y guerras</b>	74	2%



<b>Medio ambiente</b>	73	2%
<b>Temas laborales</b>	71	2%
<b>Estilo moda y tendencias</b>	65	2%
<b>Educación</b>	64	2%
<b>Salud y medicina</b>	58	2%
<b>Defensa nacional y gastos militares</b>	53	1%
<b>Derechos humanos</b>	43	1%
<b>Nuevas tecnologías</b>	36	1%
<b>Religión</b>	35	1%
<b>Pobreza</b>	13	0,3%
<b>Ciencia</b>	12	0,3%
<b>Vivienda</b>	12	0,3%
<b>Vida rural</b>	11	0,3%
<b>Medios de comunicación</b>	10	0,3%
<b>Minería</b>	10	0,3%
<b>Otros temas</b>	145	4%
<b>TOTAL</b>	3668	100%

Autoría: Elaboración propia

Que el porcentaje de información político-gubernamental esté próximo al 20% no es de extrañar dado que el estudio se inicia al finalizar los 100 primeros días de gobierno del nuevo presidente de la República, Lenín Moreno. A partir de ahí, los medios empiezan a construir al héroe y al villano. Lenín Moreno como héroe frente al anterior presidente, Rafael Correa, como el villano de la historia reciente de Ecuador. Lo hacen construyendo la etapa correísta como un período de corrupción y derroche, lo que les sirve para justificar y enaltecer a Moreno y a sus políticas de austeridad, anticorrupción y judicialización de la política. Moreno es construido mediáticamente en oposición a su antecesor. La judicialización de la política se muestra a través de la amplia cobertura de las denuncias por corrupción al propio vicepresidente del país y a numerosos cargos públicos de la anterior etapa de gobierno.

Las noticias dirigidas al ocio y al entretenimiento tienen más peso aún que la información política. Entrarían en este cajón una de cada tres informaciones de portada, entendiendo en el ocio las informaciones sobre deportes, cultura y espectáculos, así como vida social y farándula, o estilo, moda y tendencias (en total, el 32%). Este tipo de información, de carácter más frívolo, se completa con las noticias sobre delitos y tragedias, que alcanzan el 17% de la información. En conclusión, casi la mitad de las informaciones de portada hacen referencia a temas más próximos al entretenimiento, a lo superfluo, a los hechos aislados y presentados como casuales y episódicos, que a la información que expone los problemas sociales y políticos, y sus potenciales sociales.

Por otra parte, los datos extraídos de las portadas también exponen lo que es invisible. A pesar de que la minería es reconocida como uno de los sectores estratégicos para el desarrollo de la economía del país <sup>4</sup>(Ministerio de Minería, 2018), es el sector económico del que menos se habla en los contenidos de primera página. Y no solo eso. De todas las categorías analizadas, es la menos presente, con solo 10 titulares en portada. Algo similar ocurre con la información sobre pobreza, problema del que solo se habla en 13 informaciones de portada (el 0,3% del total), a pesar de que, según datos del INEC de junio de 2019, una de cada cuatro personas en Ecuador (el 25,5%) es pobre, y el 5,6% se encuentra en situación de pobreza extrema.

Los datos muestran contradicciones con la realidad social del país también en otros ámbitos. A pesar de que Ecuador tiene al 37,2% de la población viviendo en el campo, y de que algunos de los principales motores de su economía tienen que ver con el sector agrícola (tal es el caso de la exportación de banano y flores), solo el 0,3% de las noticias de portada hacen referencia a este ámbito.

Por último, es importante destacar la invisibilidad y, en consecuencia, la nula importancia, que se le concede a la ciencia ecuatoriana. El 0,3% de las noticias de portada hablan del ámbito científico y todos los titulares detectados hacen referencia a noticias que tienen más que ver con la espectacularización de la información científica, con el énfasis en lo extraordinario (la posibilidad de vida en Marte o un robot que diagnostica enfermedades), que con los proyectos de investigación que se hacen en Ecuador y en los que se invierten los presupuestos generales del Estado. Son, además, noticias que proceden de agencia y que tienen como escenario otros países. En contraste, la información religiosa (un 1%) supone tres veces más que la científica.

#### *Actores protagonistas de la información*

Este estudio, como se ha indicado en la metodología, hace referencia a 3.668 noticias analizadas, de las que se han extraído un total de 5.626 actores protagonistas. Entendemos en esta investigación por actor protagonista aquella persona o entidad que ejecuta la acción que se define en el titular de la noticia y su respectiva entrada en la portada del periódico. Es ese el motivo que explica que el número de protagonista sea superior al de noticias analizadas ya que hay informaciones que tienen más de un actor principal.

¿Quiénes acaparan la atención de las informaciones de portada? ¿Quiénes tienen el poder de ser noticia? ¿Sobre quién proyectan su luz los focos mediáticos? Los resultados obtenidos arrojan una primera conclusión de interés: el elevado peso de las informaciones oficiales y la deshumanización de las noticias más relevantes del día. Esto es, casi un 40% de las informaciones de portada está protagonizada por organizaciones públicas (gobierno, administración y diversos departamentos del Estado...) y también privadas. Significa que no hay un actor concreto con nombre, apellidos o cargo que sea sujeto de la acción. El protagonismo recae, así, en entidades abstractas como, por ejemplo, la Asamblea Nacional, Odebrecht, Mercosur, Banco Central, Contraloría... A pesar de ser un porcentaje inferior al de los actores personalizados, hay que hacer hincapié en las consecuencias que genera ese 39% de noticias sin protagonista humano, sino institucional. Desde informaciones que

---

<sup>4</sup> Así lo reconoce el Ministerio de Minería ecuatoriano en su publicación de 2018 *Ecuador Mining Catalog*, disponible en [https://drive.google.com/file/d/1a5wuQlx-MR\\_Gn6IjBeuMqwvdKI6Woadn/view](https://drive.google.com/file/d/1a5wuQlx-MR_Gn6IjBeuMqwvdKI6Woadn/view)

fundamentalmente reproducen los discursos oficiales, elaboradas por gabinetes de comunicación que velan por la imagen de las organizaciones en las que trabajan, hasta la despersonalización que exime de responsabilidad concreta las acciones que se nos relatan.

**Tabla 4:** Protagonistas de las noticias de portada

	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
<b>ORGANIZACIONES</b>	2189	39
<b>PERSONAS</b>	3437	61
	5626	100

Autoría: Elaboración propia

Como se puede evidenciar en la tabla número 4, el 61% de los actores son personas (un total de 3.437) identificadas o por el nombre, por el apellido, o por el cargo, o incluidas en un plural usando, generalmente, el masculino genérico (estudiantes) o un nombre colectivo. Las personas nombradas en mayor número de ocasiones se corresponden con los grandes protagonistas de la política nacional del momento –Lenín Moreno, Rafael Correa, Jorge Glas, Carlos Pólit, María Alejandra Vicuña y Fernando Balda– y de la política internacional –Trump y Maduro–.<sup>5</sup> Recordemos que el período estudiado en el trabajo, el primero de la legislatura del presidente Lenín Moreno, está marcado por la confrontación y polarización política contra el gobierno del anterior presidente Rafael Correa, que cobran vida en las múltiples acusaciones que el ejecutivo de Moreno formuló contra miembros destacados del gobierno de Correa, como Jorge Glass, que había sido su vicepresidente, y Carlos Pólit, ex contralor del Estado.

Es inevitable adoptar una mirada cruzada por la perspectiva de género al analizar los actores. Solo un 17% son mujeres. No es novedad, como hemos visto al revisar el estado de la cuestión, que la presencia de las mujeres en las portadas ecuatorianas sea tan escasa. Lo que sí es novedoso y llama la atención es que, en el caso de Ecuador, este resultado se sitúe por debajo de estudios similares en el ámbito internacional. Al hacer la comparación con los informes quinquenales “Who makes the news”, elaborados por WACC, en los que se monitorea la presencia de hombres y mujeres en medios de comunicación de todo el mundo, encontramos que el porcentaje de mujeres registrado en nuestro estudio (2017-2018) es equivalente a los resultados obtenidos por WACC en 2005 en el ámbito mundial. Eso significa que la prensa ecuatoriana ofrece resultados equivalentes a los de la prensa mundial casi 15 años atrás.

Las mujeres suponen un 17% sobre el total de actores mencionados en las portadas. De las 3.437 personas referidos en primera página, el 65% son hombres, del 19% no se indica el género (se utiliza el masculino genérico o un nombre colectivo) y el resto son mujeres (tabla número 5). Si tenemos en cuenta únicamente aquellos casos en los que los actores son hombres o mujeres (es decir, eliminando aquellos casos en los que no

<sup>5</sup>Los nombres de estos líderes políticos son los más citados en los 3.668 titulares de las noticias, según pudimos comprobar aplicando un contador de palabras a la base de datos.

se indica el género), el porcentaje de estas asciende al 21%, que es precisamente el resultado obtenido por WACC en su informe internacional de 2005. Un porcentaje, que mundialmente se ha situado en el 24% tanto en los informes de 2010 como en los de 2015 (WACC, 2005, 2010 y 2015).<sup>6</sup>

**Tabla 5:** Género de los actores mencionados en portada

	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
<b>Hombre</b>	2202	64.1
<b>Mujer</b>	573	16.7
<b>No se indica</b>	653	19.0
<b>Otros</b>	9	0.3
	3437	100.0

Autoría: Elaboración propia

¿En qué ámbitos del espacio público se desempeñan los actores que son noticia en las portadas? ¿Cuál son sus actividades laborales? En la respuesta a esta pregunta cobra todo el sentido el título de este artículo, al establecer como idea principal del resultado de este trabajo que los medios escritos están dominados por los círculos de poder político y económico y los circos del entretenimiento, los deportes y los espectáculos.

En la tabla número 6 se exponen los datos referentes a aquellas actividades y ocupaciones que ejercen los sujetos que acaparan la atención de las portadas. En su mayoría (casi el 35%) son cargos político-administrativos, lo que pone en evidencia, una vez más, el dominio que las élites políticas tienen sobre los medios de comunicación. Le siguen aquellas ocupaciones que tienen que ver con el entretenimiento de la audiencia, como los deportes (la actividad por la que son noticia el 15,5% de los actores) y el mundo del espectáculo (la categoría referida a artes, entretenimiento y recreación supone casi el 10%). A continuación, están los actores relacionados con el mundo del delito: el 5,5% del total.

**Tabla 6:** Actividades laborales más mencionadas y género de los actores

<b>ACTIVIDAD LABORAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>	<b>HOMBRE</b>	<b>%</b>	<b>MUJER</b>	<b>%</b>	<b>NO PERTINENTE O NO SE INDICA</b>	<b>%</b>
cargos político-administrativos	1197	34.8	940	27.3	189	5.5	67	1.9
actividades deportivas	532	15.5	468	13.6	45	1.3	18	0.5

<sup>6</sup> Los informes que la WACC (World Association for Christian Communication) realiza quinquenalmente, como parte del Global Media Monitoring Project, pueden encontrarse en la página web <https://whomakesthenews.org/>

artes entretenimiento y recreación	341	9.9	173	5.0	138	4.0	27	0.8
personas acusadas de cometer un delito	188	5.5	145	4.2	10	0.3	33	1.0
miembros de organizaciones políticas	80	2.3	55	1.6	11	0.3	14	0.4
no se menciona profesión	516	15.0	145	4.2	121	3.5	247	7.2

Autoría: Elaboración propia.

\*El % de cada categoría está hallado sobre el total de personas (3.437) mencionadas en las portadas de los periódicos nacionales.

Los hombres son amplia mayoría en todas las categorías laborales diferenciadas (casi 40) excepto en una (amas de casa). La categoría laboral en la que más mujeres se mencionan es la relacionada con artes, entretenimiento y recreación (con un 40% de mujeres, un 51% de hombres y un 18% de actores mencionados como masculino genérico o nombre colectivo). Solo son mujeres el 15,8% de los cargos político-institucionales y el 8,5% de las personas en actividades deportivas.

**Tabla 7:** % de mujeres y hombres en las categorías laborales más mencionadas

ACTIVIDAD LABORAL	TOTAL		HOMBRE	%	MUJER	%	NO PERTINENTE O NO SE INDICA	%
cargos político-administrativos	1197	34.8	940	78.5	189	15.8	67	5.6
actividades deportivas	532	15.5	468	88.0	45	8.5	18	3.4
artes entretenimiento y recreación	341	9.9	173	50.7	138	40.5	27	7.9
personas acusadas de cometer un delito	188	5.5	145	77.1	10	5.3	33	17.6
miembros de organizaciones políticas	80	2.3	55	68.8	11	13.8	14	17.5
no se menciona profesión	516	15.0	145	28.1	121	23.4	247	47.9

Autoría: Elaboración propia.

\*El % de hombres y mujeres en cada categoría está hallado sobre el total de personas mencionadas en esa categoría

### *Escenarios de la información*

Los escenarios de la información muestran la realidad de un país con un elevado nivel de centralización político-administrativa y económica. La mayor parte de la información es de índole nacional (el 47%), seguida de la información de ámbito municipal (el 28%). Apenas hay información de carácter provincial o regional (el 3% y el 1%, respectivamente), dado que la descentralización de competencias es escasa y la mayoría de la información, como hemos visto, responde a escenarios relativos al poder político y económico.

La información internacional en las portadas alcanza el 19%, un porcentaje que solo en un 6% se corresponde a noticias de América Latina, por lo que podríamos interpretar que acapara más la atención lo que ocurre en países más alejados que en los más próximos, incluso fronterizos. La información, por lo tanto, es centralizada cuando se habla de Ecuador y deslocalizada en la información internacional. En las portadas de los periódicos ecuatorianos, se refuerza fundamentalmente la identidad nacional, pero no la local ni la relacionada con América Latina como región.

En cuanto a los espacios concretos en los que se desarrollan los acontecimientos que los periodistas consideran noticia de portada, el mayor porcentaje se corresponde a la ciudad de Guayaquil (473 noticias), seguida de Quito (con 263). Téngase en cuenta que ambas ciudades son el centro político (Quito) y económico (Guayaquil) del país y que, en concreto, Guayaquil es la sede de la mayoría de los periódicos de tirada nacional. De los cinco periódicos nacionales, cuatro son de Guayaquil (*El Telégrafo*, *El Universo*, *Extra* y *Expreso*) y solo uno es de Quito (*El Comercio*).

En el ámbito internacional, el país que acaparó más atención en este período, el primer año de mandato de Lenín Moreno, fue Estados Unidos (con el que el nuevo ejecutivo retoma las relaciones debilitadas con Correa). Le siguen España y Venezuela. La derechización de la política en América Latina<sup>7</sup> y en Ecuador hace que la información sobre Venezuela protagonice habitualmente las portadas con una mirada negativa sobre el gobierno de Maduro y sobre la emigración de población venezolana (y su estigmatización) a Ecuador, según podemos adelantar del análisis de contenido que estamos realizando en la segunda fase de esta investigación.

### **Discusión**

Los resultados descritos nos permiten poner sobre la mesa de discusión algunas reflexiones previas a las conclusiones del estudio, que concretamos en los siguientes puntos:

1. La agenda setting de los periódicos de tirada nacional en el período 2017-2018 ha variado si la comparamos con la tendencia informativa que han ofrecido otros estudios realizados en Ecuador en años anteriores (García-Ruiz y Rivera-Rogel, 2013). Por lo tanto, deducimos que se cumple lo que ya algunos autores han definido en

---

<sup>7</sup> Siguiendo a Modonesi (2016), en los últimos años, concretamente desde 2015, la derecha latinoamericana ha logrado significativas victorias en numerosos países de la región. El texto del autor, titulado "Las derechas profundas de América Latina", puede encontrarse en la edición electrónica de la revista *Viento Sur*, en el enlace <https://vientosur.info/las-derechas-profundas-de-america-latina/>

otros contextos geográficos: los cambios presidenciales fomentan modelos diferentes de comunicación y, por lo tanto, de agendas mediáticas (Hallin y Mancini, 2004). El enfrentamiento que mantuvieron los medios de comunicación y el ex presidente Rafael Correa desde la primera década de los 2000 condicionó la agenda de los medios. De la misma manera que el maridaje que los periódicos de tirada nacional con el actual presidente, Lenín Moreno, ha condicionado la agenda de esta etapa legislativa.

2. Mientras en la etapa de Correa la agenda de los medios escritos se caracterizaba por un predominio de la información social y de sucesos, seguida de la información política y económica (García-Ruiz y Rivera-Rogel, 2013), esa tendencia se ha invertido de forma que, en estos momentos, la información política es la predominante, junto al entretenimiento, tal y como muestran los resultados de esta investigación.

3. En Ecuador, el interés por el análisis de los contenidos mediáticos y, más en concreto, del establecimiento de la agenda mediática, es muy reciente. De hecho, empiezan a proliferar tras el duro debate que generó la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en 2013 y tras el enfrentamiento de los medios privados con el Ejecutivo (García Ruiz y Rivera-Rogel, 2013, Rivera, Calva y Larrea, 2014, Ramos y Chavero, 2016, Aguilar y Rodríguez, 2017).

4. A pesar de que, constitucionalmente, los medios están obligados a ofrecer a la ciudadanía una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa (art. 16 de la Constitución de Ecuador), el análisis de los actores demuestra carencias graves en la representación inclusiva, diversa y no discriminatoria de la población ecuatoriana. A pesar de que son casi 50 las categorías diferenciadas en este estudio para analizar la actividad de los actores que aparecen en los titulares, casi el 70% de los mismos se incluyen únicamente en cuatro categorías: políticos, deportistas, actividades relacionadas con el mundo de las artes y el entretenimiento y actores vinculados al mundo del delito. Si a esto le añadimos un análisis desde la perspectiva de género, la reflexión es aún más desalentadora. Solo el 16% de los actores políticos son mujeres, así como el 8,5% de los deportistas. La presencia femenina reducida en los titulares de prensa sitúa a Ecuador al nivel de los resultados obtenidos internacionalmente hace quince años (WACC, 2005). En el estudio se observa que, en el período analizado en 2017 y 2018, la presencia de las mujeres en las noticias es incluso inferior a lo observado por WACC en Ecuador en 2015 (WACC, 2015).

5. El debate podría seguir abierto si nos propusiéramos analizar también la responsabilidad que, no solo los medios, sino también las y los periodistas, tienen en la construcción de la agenda setting. Los propios periodistas ecuatorianos reconocen que la agenda de temas debe ser más diversa (Odrizola-Chéné y Roa, 2016). Tras la recopilación y transcripción textual que hemos realizado de más de 3.500 noticias, estamos en condiciones de adelantar que gran parte de los titulares de portada son consecuencia de la rutinización periodística. Esto se revela en la elevada presencia de actores político-administrativos, como ya hemos visto al explicar los resultados de este estudio. Pero además es la hipótesis principal que guía la segunda fase de este trabajo, ahora en desarrollo: el análisis de contenido de los titulares con el objetivo de analizar el enfoque de los mismos, el framing. Tal y como se establece en el segundo nivel de la teoría de la agenda setting, los medios no solo determinan sobre qué pensar sino también los atributos destacados en los temas que priorizan (McCombs, 1994).

## Conclusiones

Los resultados expuestos nos permiten concluir que los temas principales para los periódicos nacionales de Ecuador (*El Telégrafo, El Universo, El Comercio, Expreso y Extra*) oscilan entre la denominada información dura, sobre todo la política, y la información blanda, determinada por el entretenimiento y los deportes. Los titulares más numerosos son los referentes a política, al quehacer del gobierno y a la actividad legislativa. Un peso similar lo acaparan los deportes, la cultura, las artes y el entretenimiento. En tercer lugar, se sitúan los temas relacionados con delitos y juicios. El resto de los más de 20 ámbitos temáticos diferenciados en esta investigación son residuales. Merece una especial atención el hecho de que las noticias relacionadas con el ámbito científico sean prácticamente inexistentes y su presencia sea menor que las que tienen que ver con la religión. Así mismo, sectores como la minería, reconocidos como estratégicos para el desarrollo del país, solo están presentes en un 0,2% de los titulares de portada.

Una vez analizado el qué (qué temas se abordan), nos hemos adentrado en el quién (quiénes protagonizan las noticias) y esa incursión nos ha desvelado un primer dato de interés. No son personas concretas, con nombres y apellidos, a quienes se les puedan atribuir responsabilidades, las que protagonizan las noticias. Son las organizaciones de las que forman parte, que suponen casi el 40% del total de 5.626 actores analizados. Esto es una muestra de la oficialización y rutinización de la información (es decir, la presencia frecuente de contenidos elaborados por iniciativa, no de los profesionales del periodismo, sino de la fuente oficial, construyendo así la agenda prevista del medio). En todo caso, sería interesante completar la información obtenida con nuevas investigaciones que sean realizadas desde la sociología de la profesión en Ecuador y que puedan mostrar la experiencia y la mirada del día a día de la actividad periodística. Tal y como muestran otros estudios internacionales las personas identificadas son hombres en su mayoría y las mujeres son prácticamente invisibles en las portadas de los medios escritos del Ecuador. Las relaciones de poder se muestran en aquellos actores a los que se les da visibilidad, hombres que, o forman parte de las élites político-administrativas, o de la tramoya del entretenimiento (deportes y espectáculos) o de los espacios marginales del hampa y el delito.

Además, estas relaciones de poder se visibilizan en los lugares que provocan la atención mediática. En un contexto como el ecuatoriano, caracterizado por la bicefalia Quito-Guayaquil, en el que el poder político recae en la primera de las ciudades y el económico en la segunda, las noticias de portada están protagonizadas precisamente por estos dos polos. El resto del país, incluso ciudades destacadas por su número de habitantes, son invisibles.

Los resultados de este estudio constatan la influencia de la agenda política en la mediática, no sólo en campañas electorales (tal y como acostumbran a mostrar los estudios de agenda setting) sino también en los períodos no electorales. El primer año del mandato de Lenín Moreno supuso un cambio en las relaciones de poder entre gobierno y medios de comunicación. El hecho de que el presidente recién electo consiguiese el favor de los medios, no solo públicos sino también privados, explica el destacado peso de la información política y judicial, centrada en la denuncia a la corrupción del período de su antecesor, Rafael Correa.



## Referencias bibliográficas

- Aguilar Freire, Daniela y Rodríguez-Hidalgo, Claudia (2018). "El femicidio en la prensa ecuatoriana: análisis de contenido de los diarios El Universo y El Comercio". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 24 (1), 13-32. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.59935>
- Bourdieu, Pierre (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Cohen, Bernard C. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Cueva, Agustín (1974). *El proceso de dominación política en Ecuador*. México: editorial Diógenes
- Curran, James (2005). *Medios de comunicación y poder*. Barcelona: editorial Hacer
- García-Ruiz, Rosa, y Rivera-Rogel, Diana (2013). "Competencia mediática ante la Agenda Setting: parámetros de actuación a nivel educativo". *Chasqui*, 124, 48-54. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i124.18>
- Groner, Carlos Andrés, Muñoz, Eliana y Angulo, Verónica (2016). *La percepción de la imagen de la mujer en los medios de comunicación social en Ecuador*. CORDICOM. [http://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/03/percepcion\\_imagen\\_mujer\\_medios\\_ecuador.pdf](http://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/03/percepcion_imagen_mujer_medios_ecuador.pdf)
- Hallin, Daniel C. y Mancini, Paolo (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hernández Sampieri, Roberto (2010). *Metodología de la investigación* (quinta edición). México: McGraw Hill
- Hodgson, Geoffrey (2011). ¿Qué son las instituciones?. *CS*, 8 (17).
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2019). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU). Indicadores de Pobreza y Desigualdad. Junio, 2019*. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2019/Junio-2019/201906\\_PobrezayDesigualdad.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2019/Junio-2019/201906_PobrezayDesigualdad.pdf)
- Klippendorff, Klaus (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Lippmann, Walter (2003). *La opinión pública*. Madrid: Langre.
- López Díez, Pilar (Dir.) (2005). *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. Madrid: IORTV.
- López Díez, Pilar (Dir.) (2001). *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. Madrid: IORTV.
- McCombs, Maxwell y Shaw, Donald. (1972). "The agenda setting function of mass media". *Public Opinion Quarterly*, 36 (2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- McCombs, Maxwell (1994). "The future agenda for agenda-setting research". *Journal of Mass Communication Studies*, 45, 171-181. [https://doi.org/10.24460/mscom.45.0\\_171](https://doi.org/10.24460/mscom.45.0_171)
- Martínez Ruque, Henry, y Yaguana Romero, Hernán (diciembre de 2014). Análisis de los contenidos informativos en los medios de comunicación de la provincia de Zamora Chinchipe – Ecuador dentro del primer año de aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación, principios de: participación, interculturalidad y plurinacionalidad. *La democracia no es un editorial. Patrones neoliberales en los medios de*

- comunicación*. Ponencia presentada en el *VI Congreso Internacional Latina de Comunicación*, Universidad de la Laguna, diciembre de 2014.
- Moreno Sardá, Amparo (1987). *El arquetipo viril protagonista de la historia: ejercicios de lectura no androcéntrica*. Barcelona: La Sal.
- Moreno Sardá, Amparo, Rovetto, Florencia, e Buitrago, Alfonso (2008). *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*. Barcelona: Icaria.
- Odrizola-Chéné, Javier, Aguirre Mayorga, Consuelo y Roa-Chejín, Susana (2016). "Los condicionantes en el desarrollo de una buena praxis periodística en Ecuador: estudio de los factores de influencia según los profesionales ecuatorianos". *Comhumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 7(1), 89-109.
- Ortega, Félix (1992). "Los nuevos intelectuales orgánicos". *Claves de la razón práctica*, 24, 42-45
- Ortega, Félix, y Humanes, María Luisa (2000). *Algo más que periodistas*. Barcelona: Ariel Sociología.
- Ramos, Isabel, y Chavero, Palmira (2016). "La influencia de los actores políticos en la agenda mediática: El caso de Ecuador". *GIGAPP Estudios Working Papers, 2016-11*, 1-17
- Rivera, Diana (2010). Evolución del Ciberperiodismo en Ecuador a través de los periódicos de Loja. *Razón y Palabra*, 73.
- Rivera, Diana, Punín, Isabel, y Calva, Ketty (2014). An Analysis of the Digital Media Agenda Setting in Ecuador: a Case Study of Confirmado.net, El Ciudadano.gov.ec and Informatelpunto.com. *Nova Explores Publications. Nova Journal of Humanities and Social Sciences*, 2 (4), 1-8.
- Sartori, Giovanni (2007). *¿Qué es la democracia?* Madrid: Alianza Editorial.
- Thompson, John B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Traverso, Martha (1998). *La identidad nacional en Ecuador. Un acercamiento psicosocial a la construcción nacional*. Biblioteca Abya-Yala, 60. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Vallejo, Raúl y Ricaurte, César (2013). "El caso ecuatoriano". En: *Libertad de expresión. Guillermo Cano, 25 años después. Encuentro Internacional de Periodismo y Actualidad, n°4*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Van Dijk, Teun. (2009). *Discurso y poder: contribuciones a los estudios críticos del discurso*. Barcelona: Gedisa.

\*Nuestro agradecimiento a Patricia Giler Herrero, María Gabriela Álava Montece , Teresa Elizabeth Marchán Luna, Noemí Gabriela Sánchez Cabrera y Álvaro Tumbaco Resabala por su colaboración en la sistematización de datos.