

Agendas política y mediática: el proceso de agenda setting en Ecuador

Palmira Chavero¹, Isabel Ramos²

pchavero@flacso.edu.ec, iramos@flacso.edu.ec

¹ Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador, 170518, Quito, Ecuador.

² Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador, 170518, Quito, Ecuador.

Pages: 516–527

Resumen: Este *paper* estudia la relación entre el gobierno de Correa y los medios de comunicación de Ecuador, a partir de la premisa de que la agenda política influye en la agenda mediática (McCombs, 2004). Realizamos un análisis de contenido de la prensa de referencia (*El Telégrafo* –público– y *El Comercio* –privado–) y la agenda política (*Enlaces Ciudadanos*) durante 2015 y medimos la correlación entre ellas. Los resultados reflejan una baja transferencia temática, lo cual permite identificar mecanismos de resistencia de los medios.

Palabras-clave: *agenda setting*; sistema mediático; democratización de la comunicación; agenda política; Ecuador.

Political and media agendas: the agenda setting process in Ecuador

Abstract: This paper studies the relationship between the government of Correa and the media of Ecuador, based on the premise that the political agenda influences the media agenda (McCombs, 2004). We conducted a content analysis of the reference press (*El Telégrafo* -public- and *El Comercio* -private-) and the political agenda (*Enlaces Ciudadanos*) during 2015 and we measured the correlation between them. The results reflect a low thematic transfer, which allows to identify mechanisms of resistance of the media.

Keywords: agenda setting; media system; democratization of communication; politic agenda; Ecuador.

1. Introducción

En las últimas décadas, una notable cantidad de países latinoamericanos ha aprobado políticas públicas en materia de comunicación o en alguno de los sectores relacionados. Esta reglamentación, si bien se ha dado de manera distinta en cada uno de los países, está suponiendo un cambio en el panorama mediático latinoamericano, por cuanto significa la intervención directa del Estado en un sector caracterizado tradicionalmente por la desregulación a nivel internacional.

En el caso de Ecuador, la Ley Orgánica de Comunicación fue fruto de un largo y complejo proceso de debate, que inició en 2009 y contó con varias interrupciones hasta su aprobación en 2013. Esta política pública acentuó el conflicto entre el gobierno de Correa y los medios de comunicación privados, conflicto que inicia con la prohibición constitucional de que los medios privados tuviesen lazos en el sector financiero (2008) y que tuvo diversos episodios durante todo ese tiempo. Hasta la llegada de Correa al gobierno, los medios privados se habían utilizado para defender los intereses financieros, como se puso de manifiesto con la crisis de 1999-2001 (Checa, 2012b). A ello hay que unir la inestabilidad política de Ecuador (Checa, 2012b) y la ausencia de la figura de medios de comunicación de titularidad pública o comunitaria (estos últimos, si bien existían de facto, no estaban reconocidos jurídicamente). Hasta 2008 no aparecen medios de titularidad pública en Ecuador, tanto en prensa (*El Telégrafo*), radio (Radio Pública del Ecuador) como en televisión (Ecuador TV). A estos medios hay que añadir los oficiales (El Ciudadano, PP el Verdadero...) –portavoces de la actividad y discursos del gobierno central, la vicepresidencia y los gobiernos autonómicos descentralizados (GAD)– y la agencia pública de noticias.

Brasil, Argentina, Venezuela o, en menor medida, Chile, fueron también ejemplos de confrontación entre el gobierno y los medios, conflicto que parece ser una tendencia de los gobiernos de la nueva izquierda de América Latina, formas de comunicación que se completarían con herramientas de comunicación directa con el ciudadano (Kitzberger, 2009). El “activismo estatal” (Fiss, 1997) parece ser un rasgo de algunos regímenes latinoamericanos identificados como populistas en materia de comunicación. Este activismo estatal ha derivado en una serie de reglamentaciones que afecta directamente a la estructura de los medios, se han mejorado las condiciones de trabajo de los periodistas y se han sentado las bases legales para proteger a la audiencia (Ramos, 2013).

Tal y como anticipábamos, la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador no es una excepción en la región, ya que son varios los países de América Latina y el Caribe que aprobaron políticas públicas en la región en las últimas décadas, consecuencia de la historia mediática latinoamericana. Atendiendo a la región, encontramos algunas características que comparte la historia mediática de América Latina (Becerra, 2014, p. 63):

- Lógica comercial como protagonista del funcionamiento de las industrias culturales.
- Ausencia de servicios públicos no gubernamentales y uso de los medios de gestión estatal como órganos propagadores del discurso gubernamental.
- Procesos de concentración de la propiedad del sistema de medios.
- Centralización de la producción de contenidos informativos y de entretenimientos en los principales puntos urbanos de cada país.
- Sistemas poco regulados pero fuertemente controlados por la relación que mantuvieron con los gobiernos.

Además de estas características, algunos autores señalan la concentración mediática como una particularidad de los medios en América Latina (Mastrini y Becerra, 2011). En esta línea, Ecuador es ejemplo de un país tradicionalmente caracterizado por la concentración empresarial (en consonancia con la tendencia de América Latina), con especial presencia de los poderes financieros, que ha pasado sin embargo en los últimos años a ser un país con gran incidencia del Estado: tanto en propiedad de medios (medios

públicos, medios oficialistas, medios incautados) como en intervención (regulación y aplicación sancionatoria por parte de los dos organismos de control).

2. El estudio de las agendas en Ecuador

Una de las líneas tradicionales en el estudio de los medios de comunicación es la que tiene que ver con los efectos que los mismos producen. En concreto, una de las más analizadas –y cuya validez ha sido demostrada en una gran cantidad de países– es la teoría del establecimiento de la agenda, *agenda setting*, formulada por McCombs y Shaw. Según esta teoría, los temas que los medios de comunicación posicionan como los más relevantes (agenda mediática) son transferidos a los ciudadanos, quienes acaban –con limitaciones y modificaciones– por incorporarlos en su propia agenda y considerándolos como tema de importancia para el país –agenda pública– (McCombs, 2004). Esto no quiere decir, sin embargo, que los medios de comunicación funcionen a modo de *tabula rasa* con el ciudadano, pues entran en juego otros factores no menos importantes como la cercanía o la distancia del ciudadano con respecto al tema, la necesidad de orientación, la participación en los asuntos públicos o la propia experiencia con la que cuente el ciudadano, entre otros factores. Asimismo, conviene tener en cuenta que las diferencias en los sistemas mediáticos de distintos países conllevan diferentes efectos de los medios (Ying, 2012).

En este trabajo introducimos una variante al proceso de establecimiento de la agenda y planteamos la posibilidad de que esa transferencia de temas, para el caso de Ecuador, está condicionada de manera previa por la agenda política, que son los temas que el expresidente de la República Rafael Correa posicionó como temas de debate en la esfera pública. En este sentido, analizamos si la agenda política tuvo algún tipo de influencia en la agenda de los medios de comunicación de Ecuador. Para posicionar estos temas, el presidente de la República contaba con espacios propios. El más importante de ellos era el *Enlace Ciudadano*, un espacio audiovisual semanal en el que el primer mandatario rendía cuentas de la actividad realizada durante toda la semana. Este espacio, que nace como un formato de rendición de cuentas del gobierno, acaba por convertirse más en una plataforma de propaganda y de enfrentamiento con los medios de comunicación privados del país.

De esta manera se fue generando un enfrentamiento directo y público entre el gobierno, representado por Rafael Correa, y los medios de comunicación privados, marcando unas posiciones aparentemente irreconciliables. Lo que proponemos en este trabajo es que ese proceso de *agenda setting* (McCombs & Shaw, 1972; McCombs, 2004) está condicionado por la intervención semanal del expresidente Correa y que, a pesar del conflicto que mantenía el presidente con la prensa, se producía esa transferencia temática.

Esta situación se ubica en un contexto de desconfianza generalizada del ciudadano con respecto a los medios de comunicación. Según los datos del Latinobarómetro para Ecuador, más de la mitad de los ciudadanos ecuatorianos no confía en ningún formato comunicativo: el 54,4% de ellos tiene poca o ninguna confianza en la prensa escrita, el 49,6% desconfía poco o mucho de la televisión y el 54% de los ciudadanos confía poco o nada en la radio. Para terminar de entender el contexto, conviene tener en cuenta los altos niveles de apoyo y popularidad con que contaba el Gobierno y, en concreto,

el presidente. No en vano, era la única institución política pública que contaba con la confianza del ciudadano.

Este conflicto público entre el presidente y los medios de comunicación privados se convierte en una condición ideal para el desarrollo de una comunicación negativista, en la que los actores que participan de ella aparecen públicamente en una relación de conflicto y protagonizando informaciones de corte negativo (Ansolabehere & Iyengar, 1995; Castromil, 2012; Chavero y González, 2013). En este sentido, entenderemos por negativismo aquella cobertura con tono predominantemente confrontativo asociado a cualidades personales, comportamiento, habilidad o personalidad de los actores (Mayer, 1996). Dentro del debate clásico sobre el negativismo, una de las posturas defiende que el negativismo (aplicado en campaña) tiene efectos positivos en términos de participación (Mayer, 1996), lo cual tiene sentido interpretar en relación con la propuesta de los *Enlaces Ciudadanos* como una estrategia de campaña permanente del presidente Correa (Chavero, Cerbino y Ramos, 2017).

3. Hipótesis y metodología de trabajo

Con todos los elementos anteriormente expuestos, nos proponemos identificar la relación que se establece entre los medios de comunicación (privados y públicos) y el gobierno de Rafael Correa. En concreto, partimos de la premisa de que el enfrentamiento entre el gobierno y los medios de comunicación privados es tal sólo en apariencia, ya que lo que esperamos encontrar es que, en la práctica, el presidente ejerce una influencia real en la agenda temática de los medios de comunicación. Nuestras hipótesis de trabajo, por tanto, las planteamos en los términos siguientes:

- H1. El expresidente de Ecuador, Rafael Correa, ejerce una influencia semanal en la agenda temática de los medios de comunicación ecuatorianos, tanto públicos como privados. Por tanto, existirá una correlación positiva y estadísticamente significativa entre la agenda política y la agenda mediática.
- H2. Si bien los temas tratados por *El Telégrafo*¹ y *El Comercio* pueden coincidir, el tono y la tendenciosidad con la que los tratan serán diferentes. En este sentido, el primero será más favorable al gobierno y más colaboracionista, en tanto que *El Comercio* atacará en mayor medida al gobierno y presentará una información más tendente a la conflictividad, desempeñando el rol de verdadera oposición política.

Para testar estas hipótesis, realizamos un análisis de contenido (Krippendorff, 1990) de la prensa de referencia (Reig, 1998) ecuatoriana (*El Telégrafo* y *El Comercio*) y de los *Enlaces Ciudadanos*. El estudio de la prensa nos servirá para analizar la agenda temática de los medios de comunicación de Ecuador, en tanto que los *Enlaces Ciudadanos* nos permitirán el estudio de la agenda política. La elección de un medio público (*El Telégrafo*) y de uno privado (y de oposición, *El Comercio*) nos permitirá tener una perspectiva completa del panorama mediático ecuatoriano, además de observar las diferencias que pudieran establecerse entre ellos, por cuanto el primero mantiene una posición cercana al gobierno en tanto que el segundo se ha caracterizado en los últimos años por ser uno

¹ *El Telégrafo* es el diario público; *El Comercio* es uno de los diarios privados más antiguos de Ecuador.

de los principales diarios de la oposición, además de tener naturaleza jurídica privada. Una vez realizamos el análisis de contenido, medimos la correlación temática a partir de la aplicación del Coeficiente de Pearson, que nos permite medir la relación entre dos variables cuantitativas.

El período de análisis es desde diciembre de 2014 hasta diciembre de 2015; si bien no existe un período exacto para la transferencia temática, se acepta una horquilla de entre cuatro y ocho semanas para que se produzca tal proceso (McCombs, 2004). Por tanto, consideramos que ampliar el estudio durante un año da la holgura y solidez necesaria a los datos para observar si existe transferencia entre los temas de las diferentes agendas. Durante este período se producen importantes acontecimientos políticos (elecciones municipales) y mediáticos (venta de diarios) que dan relevancia al estudio de este período.

4. Principales hallazgos

4.1. Agendas temáticas

En primer lugar, atendemos a las agendas temáticas que cada medio propone. Los siguientes gráficos nos permiten observar la evolución temporal de los cuatro temas principales (se identificaron 33 temas recurrentes) a lo largo de 2015.

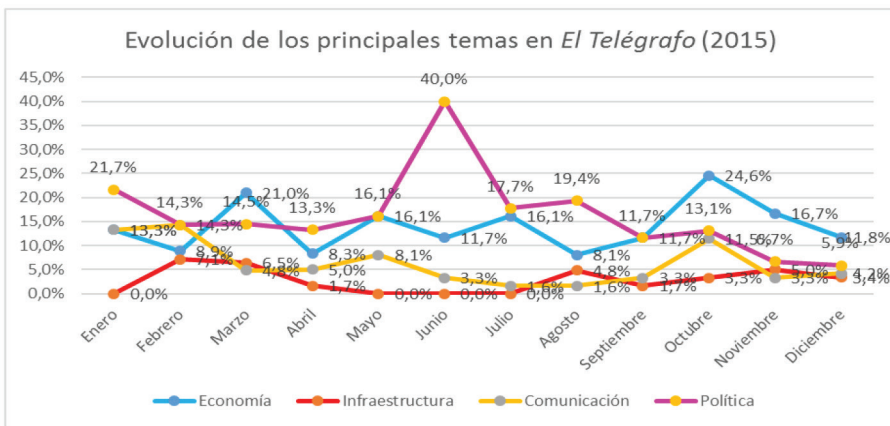


Figura 1 – Evolución de los principales temas en *El Telégrafo*

Tal y como podemos comprobar, *El Comercio* apuesta durante todo el año por la Economía, tema que perjudica al entonces gobierno de Correa por la caída del precio del petróleo y la falta de liquidez, aunque el gobierno evitó hablar de “crisis”. Por su parte, *El Telégrafo* hace de la Política su tema principal de manera constante hasta septiembre 2015, momento a partir del cual la economía gana terreno; el dominio del *issue* política se puede interpretar como un intento del diario público por formar políticamente a los lectores, aunque también cabe la lectura de que refuerce los postulados ideológicos

del gobierno. Los *Enlaces Ciudadanos* tienen una evolución temática diferente, pues Comunicación, Economía e Infraestructuras alternan posiciones a lo largo de 2015.

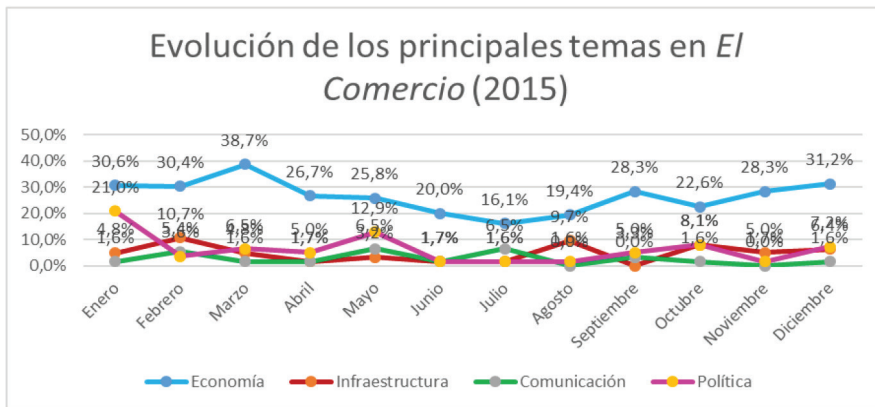


Figura 2 – Evolución de los principales temas en *El Comercio*

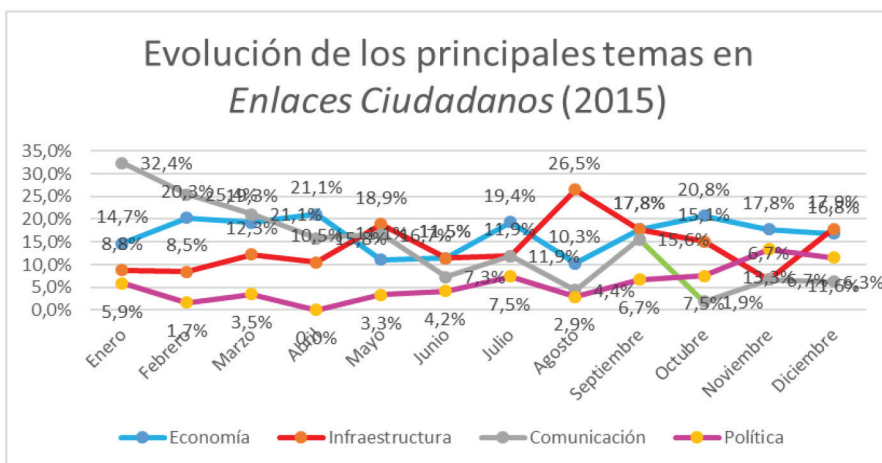


Figura 3 – Evolución de los principales temas en los *Enlaces Ciudadanos*

En general, observamos una distribución temática similar entre la agenda de *El Telégrafo* y los *Enlaces Ciudadanos*, si bien hay algunas diferencias significativas. La agenda política tiene tres temas a los que dedica mucha más atención que a cualquier otro: Economía (16,2%), infraestructuras (14,5%) y Comunicación (12,7%). Estos temas (a excepción Infraestructuras) también son importantes para la prensa pública, si bien ésta le concede una importancia algo menor (13,9% a temas económicos y 6% a la Comunicación), en tanto que le da más importancia a Política (18%). El *issue* al que más atención dedica la prensa pública ecuatoriana es precisamente la política (15,4%). El tema económico es también el más importante para *El Comercio* (26,9%), superando incluso los niveles

que le dedica la agenda mediática y la prensa pública, lo que parece reforzar nuestra hipótesis N° 1. El segundo tema más importante para el diario privado es Desastres naturales (11,6%), fruto del proceso eruptivo del volcán Cotopaxi, el fenómeno El Niño y la necesidad de planificación de respuestas de emergencia por parte de los diferentes gobiernos local y central. La agenda del diario *El Comercio* está, en todo caso, mucho más concentrada que las otras dos: sólo los dos temas citados ocupan la mitad de su agenda.

Agenda política	Tema	Agenda mediática (pública)	Agenda mediática (privada)
1	Economía	2	1
3	Comunicación	3	8
4	Política	1	4
2	Infraestructuras	9 *	5
	Política exterior	4	3
	Desastres naturales		2

*En el caso del *issue* Infraestructuras, son muchos los temas que comparten rango con una visibilidad de 2,8%.

Tabla 1 – Rangos temáticos de las diferentes agendas

Tal y como podemos comprobar, el tema Economía prácticamente comparte rango (1 o 2) en todas las agendas analizadas, pues para todas es el primer o el segundo tema más importante. Es interesante señalar el peso que tiene el tema “Infraestructuras” en la agenda política, indicador del interés del presidente Rafael Correa por visibilizar las obras que su gobierno implementó en el país. Este tema, sin embargo, es el que más distanciado está con respecto a la prensa pública de los temas principales, pero más cercano al peso que le otorga la prensa privada.

Si medimos la correlación existente (coeficiente de correlación de Pearson²) entre las distintas agendas en los cuatro temas más importantes (Economía, Comunicación e Infraestructuras y Política), obtenemos que la correlación entre la agenda política y la agenda de los medios es de 0,287. Estamos, por tanto, ante una correlación entre las agendas mediática y política baja-moderada para el caso ecuatoriano. Esta baja correlación nos indica que no existe transferencia temática entre la agenda política y la agenda mediática. Si atendemos a los diferentes tipos de medios, encontramos una correlación de 0,274 entre la agenda política y la agenda de medios públicos, en tanto que con la agenda de medios privados la correlación es de 0,333. Estos datos indican que, si bien no existe correlación estadísticamente significativa entre las agendas mediática y política, existe una ligera mayor relación entre la agenda de los medios de comunicación privados y la agenda política que entre ésta y los medios públicos. Esta mayor correlación (si bien no significativa estadísticamente) entre los *Enlaces Ciudadanos* y *El Comercio*

² El coeficiente de correlación de Pearson nos permite medir el grado de relación entre dos variables cuantitativas; para nuestro caso, nos permite medir la relación entre el crecimiento (o decrecimiento) de los cuatro temas principales en todas las agendas analizadas, es decir, cuánto aumenta (o disminuye) el tratamiento de un tema en los distintos medios en la medida en que ese tema aumenta (o disminuye) en la agenda política.

sugiere un posible efecto de “desactivación mediática” de la prensa privada por parte de Correa, en la medida en que, a pesar de la disputa pública, el presidente de la República consigue llevar la iniciativa en algunos temas. Esta desactivación mediática se estaría logrando sólo parcialmente, pues los medios siguen teniendo el poder de atender o no a ciertos temas (además de la manera de presentarlos y las herramientas periodísticas de que disponen para jerarquizar los temas), tal y como muestra la diferencia en los rangos de la Tabla 2.

4.2. Tendenciosidad y negatividad de las noticias

Para testar nuestra segunda hipótesis, ponemos en relación cada uno de los medios y programa analizado con la tendenciosidad de las informaciones, identificadas como favorable o desfavorable a los distintos actores de interés para nuestro estudio. Además, analizamos el tono que predomina en las unidades de análisis e igualmente lo ponemos en relación con los distintos medios informativos. Los resultados obtenidos son los que arrojan las dos siguientes tablas.

	<i>El Telégrafo</i> (N/%)	<i>El Comercio</i> (N/%)	<i>Enlace Ciudadano</i> (N/%)	Total
<i>Favorable a Correa/ Gobierno</i>	270 34,4%	41 5,2%	362 47,3%	673 28,7%
<i>Desfavorable a Correa/Gobierno</i>	10 1,3%	169 21,3%	0	179 7,6%
<i>Favorable a la oposición</i>	4 0,5%	12 1,5%	2 0,3%	18 0,8%
<i>Desfavorable a la oposición</i>	146 18,6%	1 0,1%	123 16,1%	270 11,5%
<i>Favorable a los periodistas</i>	1 0,1%	3 0,4%	1 0,1%	5 0,2%
<i>Desfavorable a los periodistas</i>	14 1,8%	2 0,3%	96 12,5%	112 4,8%
<i>Neutro</i>	304 38,8%	545 68,7%	170 22,2%	1019 43,5%
<i>Favorable a otros</i>	8 1,0%	9 1,1%	1 0,1%	18 0,8%
<i>Desfavorable a otros</i>	27 3,4%	11 1,4%	11 1,4%	49 2,1%
<i>Total</i>	784 100%	793 100%	766 100%	2343 100%

Tabla 2 – Sesgo de las informaciones

En este caso, la tendenciosidad del programa *Enlace Ciudadano* es la más evidente: casi la mitad de las informaciones son favorables (cuando no proclamas directas) al gobierno y al proceso de revolución ciudadana y, lo más interesante, el 12,5% de las informaciones que emite son ataques directos a los periodistas o medios de

comunicación (privados). En la emisión de estos programas, el presidente no descuida tampoco el ataque a la oposición, que ocupa un 16,1% de las unidades informativas del programa de rendición de cuentas; cabe señalar que en no pocas ocasiones el presidente presenta de manera agregada a la oposición política con la prensa privada (“corrupta” y “mercantilista”), actores que trabajarían en convivencia con el gobierno de Correa, según la propuesta del propio expresidente. En el caso de *El Telégrafo*, a pesar de ser un diario público, presenta informaciones de manera favorable al gobierno de Correa en el 34,4% de sus noticias/editoriales. *El Comercio*, a pesar de ser el diario con mayor porcentaje de informaciones neutras (68,7% de sus noticias/editoriales), es el diario más tendencioso contra el gobierno de Correa (21,3%), lo que lo sitúa como advertíamos en el plano de “oposición”. Estos datos son coincidentes con otros trabajos que proponen los *Enlaces Ciudadanos* como escenario de disputa político-mediática (Chavero et al., 2017).

	El Telégrafo (N/%)	El Comercio (N/%)	Enlace Ciudadano (N/%)	Total
<i>Positivo</i>	341 43,5%	212 26,7%	423 55,2%	976 41,7%
<i>Negativo</i>	291 37,1%	370 46,7%	259 33,8%	920 39,3%
<i>Neutro</i>	152 19,4%	211 26,6%	84 11,0%	447 19,1%
<i>Total</i>	784 100%	793 100%	766 100%	2.343 100%

Tabla 3 – Negatividad informativa en función de las agendas

De los espacios analizados, la prensa privada (*El Comercio*) es la más negativista (46,7%), si bien los valores de negatividad son similares y muy altos también en prensa pública y programa oficialista. El *Enlace Ciudadano*, por su parte, da informaciones positivas en más de la mitad de las unidades analizadas (55,2%). Los resultados de esta tabla son coincidentes con la interpretación que hacíamos de la distribución temática, en la medida en que estos datos parecen indicar que el *Enlace Ciudadano* se convierte por igual en un espacio de rendición de cuentas-propaganda (47,3% de las noticias favorables) y de ataque, en especial a los periodistas y medios (12,5%). Si atendemos al tono de las noticias en función de la temática y los protagonistas, encontramos que los *Enlaces Ciudadanos* tienen un componente negativo cuando los protagonistas son los periodistas (31,3%) y positivo cuando lo es el presidente Correa (55,8% de las informaciones positivas). La siguiente tabla muestra los resultados relativos a la relación existente entre el tono y el tema de la información, que corroboran asimismo nuestra premisa³. Tal y como podemos comprobar, los mayores niveles de positividad están asociados al *issue* Infraestructuras, en tanto que los datos más altos de negativismo están asociados a Comunicación.

³ Para simplificar la lectura de la tabla, presentamos sólo los resultados significativos.

	Positivo (N/%)	Negativo (N/%)	Neutro (N/%)
<i>Economía</i>	56 13,2%	43 16,6%	25 29,8%
<i>Política</i>	18 4,3%	20 7,7%	5 6,0%
<i>Comunicación</i>	10 2,4%	82 31,7%	5 6,0%
<i>América Latina</i>	22 5,2%	1 0,4%	5 6,0%
<i>Política exterior</i>	6 1,4%	1 0,4%	4 4,8%
<i>Infraestructuras</i>	102 24,1%	6 2,3%	3 3,6%

Tabla 4 – Tono de la noticia en función del tema (Agenda política)

5. A modo de conclusión

En estas páginas hemos realizado un estudio de la relación que se establece entre la agenda mediática de Ecuador y la agenda política durante todo el año 2015, a partir de la premisa de que la agenda política influye significativamente en la mediática. Para el análisis, hemos diferenciado el diario de referencia público (*El Telégrafo*) y el privado (*El Comercio*) como exponentes de la agenda mediática; para el análisis de la agenda política hemos tomado como unidad de análisis los *Enlaces Ciudadanos*, el programa audiovisual de rendición de cuentas que dirigía el expresidente de Ecuador, Rafael Correa, todos los sábados. El análisis de los datos nos ha permitido comprobar la existencia de la relación entre los primeros temas de agenda de los actores analizados, si bien no coinciden en los rangos. En este sentido, Economía, Infraestructuras y Comunicación han sido los temas fundamentales para agenda política, en tanto que la agenda mediática pública reduce la importancia de Infraestructuras para dársela a Política y el medio privado apuesta por Economía, Desastres naturales y Política exterior. Al medir la correlación, obtenemos una leve correlación entre la agenda política y la agenda de los medios de comunicación (0,287). Esta baja correlación indica que, lejos de la máxima que prima en la sociedad ecuatoriana, el expresidente de la República no establecía la agenda de los medios de comunicación. Una posible interpretación de este dato sería la puesta en marcha de mecanismos de resistencia por parte de la prensa (privada) frente a la aparente disputa con el gobierno, en este caso a través de la no publicación de los temas de la agenda política como temas principales.

En segundo lugar, hemos analizado la tendenciosidad y el tono de las diferentes agendas. Los resultados parecen corroborar la existencia de una mayor tendenciosidad y negativismo en la prensa privada que en la pública. Los *Enlaces Ciudadanos*, por su parte, arrojan una clara diferenciación entre la parte referida a rendición de cuentas del Ejecutivo (caracterizada por un sesgo favorable al gobierno y un tono positivo) y la parte de ataque a la oposición y a la prensa, marcada por la conflictividad y el negativismo.

Los datos aquí expuestos no pretenden ser concluyentes, pero sí un indicador importante en el estudio de la comunicación política en Ecuador en términos de agendas. En futuros artículos profundizaremos y ampliaremos esta relación entre las agendas ecuatorianas.

Referencias

- Abad, G. (2012). *La responsabilidad social del periodismo: procesos informativos, debates políticos y ejes de políticas públicas en el contexto de la Ley de Comunicación de Ecuador*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Abad, G. (2010). El club de la pelea. Poder político vs. poder mediático. En Rincón, O. (coord.). *¿Por qué nos odian tanto?* Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Ansolabehere, S. & Iyengar, S. (1995). *Going Negative. How Political Advertisements Shrink & Polarize the Electorate*. New York: The Free Press
- Becerra, M. (2014). Medios de comunicación: América Latina a contramano. *Nueva Sociedad*, (249).
- Castromil, A. (2012). Negativismo mediático y campaña electoral en las elecciones generales de 2008. *Reis*, 139, 163–174.
- Cerbino, M., Ramos, I. y Orlando, R. (2012). Propaganda política y despolitización mediática en Ecuador: el gobierno y los medios privados de espaldas a la ciudadanía. En *Estrategias de comunicación de Gobierno en América Latina: Entre el caudillismo, la e-política y la tele-democracia*. Uruguay: Universidad Católica de Uruguay.
- Chavero, P., y Oller, M. (2015). Políticas públicas en comunicación y sistemas mediáticos. El caso de Ecuador. En Barredo, D., M. Oller y S. Hernández (coord.), *La Comunicación y el Periodismo en Ecuador frente a los desafíos contemporáneos*. Cuadernos Artesanos Latina, 74.
- Chavero, P., y González, J. J. (2013). Variantes de negativismo informativo en un contexto de crisis global: la evaluación de los actores políticos y de su interrelación. En Crespo, I. (coord.). *Partidos, medios y electores en procesos de cambio. Las elecciones generales españolas de 2011*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Checa, A. (2012). La batalla política y legal en Ecuador ante la creación de un sector estatal de medios informativos. *Anuario Americanista Europeo*, 9, 39–54.
- Checa, A. (2012b). La Banca y la propiedad de los medios: el caso de Ecuador. *Revista Latina de Comunicación Social*, 67, 125–147.
- Chavero, P., Cerbino, M. y Ramos, I. (2017). Más allá de la rendición de cuentas: el “Enlace Ciudadano” como escenario de disputa político-mediática en Ecuador. *Estado, Gobierno y Gestión Pública*, (29), 125–150.
- Fiss, O. (1997). *Libertad de expresión y estructura social*. México: Distribuciones Fontamara.
- Kitzberger, P. (2009). Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América Latina, en *Postdata*, 14(2).
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona: Paidós Comunicación.

- Mastrini, G., y Becerra, M. (2011). Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano, *Comunicar*, 28(36), 51–59.
- Mayer, W. G. (1996). In defense of negative campaigning. *Political Science Quarterly*, vol. 111 (3), pp. 437–455.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). “The agenda setting function of mass media”. The *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- McCombs, M. (2004): *Setting the Agenda*. Cambridge. Polity.
- Ramos, I. (2013). Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador. *Íconos*, (46), 67–82.
- Oller, M., y Chavero, P. (2015). La percepción de los factores de influencia de los periodistas dentro de la cultura periodística de Ecuador. *Disertaciones. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social*, 8.
- Reig, R. (1998). *Medios de comunicación y poder en España*. Barcelona: Paidós.
- UNESCO. (2011). *Análisis del desarrollo mediático en Ecuador 2011*. Quito: Unesco.
- Ying, R. D. (2012). Intermedia agenda-setting in the age of globalization: A multinational agenda-setting test. *Global Media and Communication*, 9(1), 19–36.