

La acción de los medios de comunicación masiva en el Ecuador

¿Acción comunicativa o estratégica?

Por:

Ana V. Sánchez

Quito Abril de 2.010



En la época presente, donde los medios masivos de comunicación juegan un papel preponderante en la creación de opinión pública y debate público y en la generación de imaginarios sociales, es de fundamental importancia analizar su accionar, pues el mismo tiene importantes implicaciones en la vida social y en la construcción de la realidad social que vivimos.

En este ensayo analizaré y concluiré, basándome en la teoría de la acción comunicativa de Jurgen Habermas y en la distinción realizada por Austin entre actos del habla, si los medios masivos de comunicación en el Ecuador realizan acciones comunicativas o acciones estratégicas.

Para cumplir con los objetivos del presente ensayo utilizaré también elementos teóricos conceptuales elaborados por Horkheimer y Adorno.

Señalaré que éste es un trabajo posicionado, realizado desde una postura política de izquierda que usará la teoría crítica como un instrumento de análisis para la acción.

Austin, en su libro “Como se hacen cosas con palabras” realiza una distinción entre actos del habla, la misma que distingue entre actos locucionarios, ilocucionarios y perlocucionarios. Los actos locucionarios sirven para que el hablante exprese el estado de las cosas, diga algo sobre algo, y se encuentran en el contenido de las oraciones enunciativas, los actos ilocucionarios son aquellos en los que el agente realiza una acción al decir algo y los actos perlocucionarios son aquellos en los que el agente mediante el decir algo busca direccionar la acción de otras personas.

Para Austin, los actos ilocucionarios guardan una acción interna con el habla y su existencia se fija por convenciones, mientras que los efectos perlocucionarios de los actos de habla dependen de contextos y guardan una acción externa con el acto de habla.

Habermas toma esta clasificación de los actos del habla realizada por Austin, para poder realizar una diferenciación del tipo de orientaciones que pueda tener la acción, hacia el éxito o al entendimiento.

Habermas plantea que la acción orientada al entendimiento como “un proceso de obtención de un acuerdo entre sujetos lingüística e interactivamente competentes” (Habermas, 1989)

solo puede llevarse a cabo cuando el hablante persigue un objetivo ilocucionario, es decir cuando pretende únicamente que los otros le entiendan, en el sentido literal de su proposición, y cuando su planteamiento es vinculante de una pretensión de validez, de rectitud o de verdad susceptible de crítica. En base a estas características él define la acción comunicativa como “aquellas interacciones mediadas lingüísticamente en que todos los participantes persiguen con sus actos de habla fines ilocucionarios y solo fines ilocucionarios” (Habermas, 1989) la acción comunicativa para él se diferencia “de todos los demás tipos de acciones sociales por la fuerza vinculante o efecto de vínculo que posee la ilocución {...}” (Habermas, 1989).

Este mismo autor en cambio plantea como acción orientada al éxito, a aquella que pretende instrumentalizar objetos o personas para cumplir con un fin determinado y aquí distingue dos tipos de acciones orientadas al éxito, la instrumental y la estratégica. Como acción instrumental, Habermas, entiende “cuando la consideramos [a la acción orientada al éxito]¹, bajo el aspecto de observancia de reglas de acción técnicas y evaluamos el grado eficacia de la intervención que esa acción representa en un contexto de estados y sucesos” (Habermas, 1989) y como acción estratégica “cuando la consideramos bajo el aspecto de observancia de reglas de elección racional y evaluamos su grado de influencia sobre las decisiones de un oponente racional” (Habermas, 1989), es decir en estos dos tipos de acciones se usan conocimientos y proposiciones para lograr determinados resultados, la diferencia se encuentra en que en la primera se instrumentalizan cosas y en la segunda personas.

Para Habermas, la acción orientada al éxito, persigue objetivos perlocucionarios ocultos, es decir no busca el entendimiento sino “un fin que solo puede determinarse averiguando la intención del agente”, “Tales efectos [efectos perlocucionarios] se producen siempre que el hablante actúe orientándose al éxito, y a la vez vincule los actos de habla a intenciones y los instrumentalice para propósitos que solo guarden una relación contingente con el significado de lo dicho” (Habermas, 1989). Es decir, cuando el hablante intente decir algo con el propósito de producir un efecto determinado sobre la acción de otros. Para él: “los

¹ La nota puesta en corchete es mía. Colocare este tipo de notas en las citas cuando considere que las mismas pueden ser fundamentales para la comprensión de la misma.

actos perlocucionarios constituyen una subclase de acciones teleológicas que el actor puede realizar por medio de actos de habla a condición de no declarar o condesar como tal el fin de su acción” (Habermas, 1989).

Al contrario de lo que sucede en las acciones comunicativas, para la descripción de acciones estratégicas es de fundamental importancia la descripción del contexto de acción teológica, puesto que al ir su acción más allá de lo dicho puede entenderse de formas diversas según el contexto en que la misma se produzca.

Habermas además establece que los actos de habla perlocucionarios “solo pueden servir a este *fin no ilocucionario de ejercer una influencia sobre el oyente* si son actos para la consecución de fines ilocucionarios” (Habermas, 1989), es decir solo sí un acto del habla tiene la capacidad de comunicar este puede ser instrumentalizado. Es importante también señalar que los actos del habla que son utilizados para la realización de acciones estratégicas se relacionan con pretensiones de poder económico, político y simbólico.

Habermas también considera que la distorsión sistemática de la comunicación, puede considerarse como una patología que resulta de una confusión entre acciones orientadas al éxito y acciones orientadas al entendimiento, en la que al menos uno de los participantes busca intereses personales, pero manipula a los demás haciéndoles creer que cumple con los requisitos indispensables para la realización de una acción comunicativa.

Los medios de comunicación en nuestra sociedad, han sido conceptualizados por el sentido común como herramientas que permiten difundir diversos sucesos sociales. Esta conceptualización acompañada con una serie de anuncios sobre su objetividad, neutralidad y función de trasmisión de eventos de la “realidad” social, los ha dotado de un fuerte poder de influencia sobre la creación de opinión pública, debate público, imaginarios sociales, discursos sociales y sobre las actuaciones de las personas. Como dice Champagne “los medios son parte integrante de la realidad o, si se prefiere, producen efectos de realidad al fabricar una visión mediática de aquella que contribuye a crear la realidad que pretende describir” (Champagne, 1999).

En esta línea se muestra también Elisabeth Noelle-Neumann en su libro *la espiral del silencio*, en el cual resalta que los medios ejercen una fuerte influencia en la creación de opiniones de las personas².

No obstante, a pesar de reconocer esta influencia y su importancia, en este ensayo debatiré únicamente sobre el tipo de acción que se ejerce desde los medios.

Proponiendo que los medios, tal como su nombre lo indica, tienen un afán o espíritu estrictamente comunicativo, se concluiría que, en coherencia con el espíritu, éstos llevan a cabo acciones estrictamente o fundamentalmente comunicativas. Sin embargo, considero que sus características específicas como el tener fuerte influencia social, estar concentrada su propiedad en grupos de poder, crear noticias desde determinadas perspectivas fingiendo neutralidad, homologar sus intereses con los intereses generales, etc., tienen en su rol una mayor relación con acciones de tipo estratégica, proposición sobre la que elaboraré a continuación.

Para que la acción de los medios pueda ser considerada como acción comunicativa en el sentido Habermasiano debería cumplir con varios requisitos, los principales serían: 1. Buscar únicamente el entendimiento (fines ilocucionarios), y 2. Ser susceptible de crítica en sus pretensiones de verdad³. Por fines analíticos comenzaré por dar cuenta de si las proposiciones planteadas por los medios son susceptibles de crítica en sus pretensiones de verdad.

En la actualidad varios medios de comunicación masivos en nuestro país han sido fuertemente criticados por el gobierno, las críticas a estos medios se han basado en el hecho de que, según el Gobierno, han emitido información basada en supuestos, o han tergiversado la información de acuerdo con sus intereses⁴. Ante esto, los medios de comunicación masiva del Ecuador por medio de las asociaciones de canales de televisión,

² *La espiral del silencio*, es un libro que pretende dar cuenta de cómo la influencia del manejo mediático de los fenómenos sociales por medios de los Mass Medios en las actuaciones y las opiniones de las personas.

³ Considero que los medios al ocuparse de la descripción del mundo objetivo, tienen una pretensión de verdad, pues Habermas vincula los tres tipos de pretensiones a mundos de vida distintos. Siendo que las pretensiones de validez están vinculadas al mundo subjetivo, las pretensiones de rectitud están vinculadas a la legitimación de las normas intersubjetivamente establecidas.

⁴ Este párrafo fue construido en torno a las declaraciones dadas en la Cadena de radio de Rafael Correa, el Sábado 26 de diciembre del 2009.

de la asociación ecuatoriana de prensa y de la asociación de radiodifusoras, han emprendido una campaña denominada *más respeto* por medio de la cual pretenden mostrar como su libertad de expresión es violada por el gobierno, y como esto repercute en la violación de la libertad de expresión y de información de las personas en general que ellos asumen representar.

Para poder dar cuenta de si en realidad los medios tienen razón y defienden ya no solo su libertad de expresión, sino en general la libertad de expresión, sin que eso signifique la posibilidad de someter a crítica la información que emiten, analizaré el caso de la Isla Puna y Teleamazonas, el cual ha sido relevante en el debate público en estos días porque generó las sanciones que la Superintendencia de Telecomunicaciones, SUPTEL, impuso al canal de televisión en cuestión.

El caso consiste en la difusión por parte de Teleamazonas, de información sobre las afectaciones a la pesca y al turismo, que causaría la exploración de fuentes de gas en la Isla Puna. Esta información provocó que pobladores de Campo Alegre, una comunidad de la Isla Puna afectada por la noticia, se tomara un taladro de PVSA la empresa que se encontraba realizando la exploración en cuestión, causando adicionalmente con su acción una fuerte conmoción social en la Isla. La información entregada por Teleamazonas, sin embargo, no tenía fundamento o fuente de verificación, ante lo cual, la autoridad competente consideró que era una infracción adicional con la cual se completaba el requisito para sancionar al canal y así lo hizo. Frente a esta sanción, como a las anteriores críticas a la difusión de esta información, varios mass medias declararon su repudio y la identificaron con una violación a derecho a la libertad de expresión e información que tenemos todos los ciudadanos. En mi opinión en esta actitud de los dueños del canal, al igual que en otras múltiples generadas como reacción a las críticas del Gobierno y a las acciones administrativas del organismo de control, por la entrega o emisión de información no verificada o por tergiversar la misma, no ha habido respuestas argumentativas que demuestren que en realidad hay un ataque a la libertad de expresión sino únicamente campañas orientadas a desprestigiar a quien los critica, razón por lo cual considero que la

información emitida por este medio ellos consideraron que no es susceptible de crítica en su verdad.⁵

En la campaña *más respeto* podemos visualizar también como los medios homologan sus intereses a los intereses colectivos, y sus inconformidades a las inconformidades colectivas, para lo cual plantean que el supuesto irrespeto del que son víctimas afecta a todas las personas, a la libertad de expresión y a la libertad de información, cuando en realidad lo que denominan libertad de expresión y de información es únicamente su derecho de transmitir los acontecimientos, que desean y de la forma que desean, aun cuando esto implique dar información no verificada o manipulada, como estimo que ocurre en el caso en cuestión.

La otra condición que las acciones de los medios de comunicación deben cumplir para poder considerar sus acciones como comunicativas, es que persigan únicamente fines ilocucionario, es decir, hacerse entender y plantear la construcción de consensos. Considero que estos fines únicamente se pueden cumplir si partimos de especificar cuál es nuestra posición y si hacemos explícitos nuestros objetivos. Igualmente considero con Habermass que para poder dar cuenta de los objetivos perlocucionarios de una acción que usa actos de habla es fundamental el análisis del contexto en que la misma se da, debiendo considerarse entonces en primer lugar la posición de los medios, los intereses que hay en los mismos, el contexto, los objetivos de sus ilusiones, y finalmente la relación existente entre los efectos de sus ilusiones y los intereses de las personas vinculadas con ellos.

Sobre la posición de los medios, es importante señalar que ellos afirman no tener posición, ser neutrales y objetivos. Esta afirmación se realiza a diario cuando se promocionan a sí mismos: informativos objetivos y veraces, decir la únicamente la verdad, transmitir desde el lugar de los hechos.

Los medios con estas frases pretenden significar que observan la realidad social y la describen sin tomar postura y sin ninguna mediación de sus intereses. Sin embargo, si realizamos un análisis detallado de su producción podemos deducir que lo sostenido no es

⁵ Es importante señalar que mi postura política no es pro-gobierno, y que con estos argumentos no estoy defendiendo la acción gubernamental, mi único propósito con estos ejemplos que escogí por su actualidad es de de fundamentar mis argumentos. Este no es el único ejemplo existente sobre la falta de aceptación de la crítica por medio de los medios, conozco muchos otros, sin embargo considero que el expuesto es lo suficiente claro en lo que quiero mostrar, razón por la que no ahondare en el tema.

cierto pues los medios toman una posición frente a cada una de las noticias que emiten, posición que se evidencia en la forma como muestran la noticia, los acentos que le ponen a la misma, las posiciones de las personas que entrevistan y por que este hecho es inclusive evidente en la propia estructuración de las noticias, es decir en la definición de qué sucesos son noticia y que otros no lo son, como diría Champagne “lo que se denomina acontecimiento nunca es más que el resultado de una movilización, que puede ser espontánea o provocada, de los medios alrededor de algo que, durante un cierto tiempo, estos convienen en considerarla como tal” (Champagne, 1999).

Pero además considero que los medios tienen intereses en base a los cuales producen un tipo específico de noticias en una forma específica, pues, como es sabido, “los medios producen efectos sobre la realidad al fabricar una visión mediática de aquella que contribuye a crear la realidad que pretende describir [...]. Es por eso que la prensa nunca dejó indiferente al poder político [y diría yo tampoco al económico], y trata de controlar lo que se denomina “la actualidad” cuando no contribuye por medio de sus agregados de prensa, a fabricarla por sí mismo” (Champagne, 1999).

Un ejemplo claro de la toma de posición de los medios masivos sobre la información que difunden la podemos ver en una análisis comparativo de dos noticias que podrían ser consideradas como muy parecidas si no se tomaran en cuenta los conflictos geopolíticos, ideológicos y políticos involucrados en las mismas. La primera noticia es la de la donación de un grupo de aviones por parte de Venezuela a nuestro país, y la segunda la de la donación de unas lanchas rápidas por parte de EEUU a nuestro país. A simple vista el fenómeno parece el mismo: dos países donan material bélico a nuestro país, con lo cual los dos fenómenos, si en realidad existiera neutralidad y objetividad mediática, debían haber sido tratados de igual manera por los medios masivos de comunicación, pero esto no sucedió así.

Al contrario de lo que podríamos pensar, los medios masivos más importantes (en el sentido de mayor presencia) del país⁶ denominaron la donación de Chávez como parte del

⁶ Me refiero específicamente a notas de publicidad en El comercio, El universo, y transmitidas por Ecuavisa y Teleamazonas.

involucramiento de nuestro país en la carrera armamentística de Venezuela en la región. La mayoría de medios televisivos e impresos cuestionaron las intenciones del Presidente Venezolano con nuestro país y advirtieron que este no podía ser un acto desinteresado. La noticia se mantuvo en los noticieros aproximadamente una semana como tema de actualidad y siempre en el mismo tono de tratamiento.

Sobre la donación de lanchas rápidas por parte de EEUU, los comentarios fueron opuestos: la mayoría de medios elogió la donación porque decían nos permitiría combatir el narcotráfico y tener un mayor control en frontera, esto incluso cuando la donación se dio en el contexto de reactivación de la cuarta flota del comando sur para América Latina, del plan Patriota y de la instalación de 7 bases norteamericanas que se sumarían a las 3 bases de ese país ya existentes en Colombia. Es importante señalar que en este caso nadie habló de unas supuestas intenciones de EEUU de involucrarnos en su carrera armamentística o colonizadora, ni menciono que el Presidente Obama tuviera intereses ocultos en nuestro país, ni que nos estuviera comprometiendo con la donación.

Considero que el tratamiento desigual de este fenómeno por tanto da cuenta de que los medios no son neutrales sino que tiene posiciones políticas y responden a intereses económicos, en base a los cuales fabrican sus noticias y comentarios. En este caso es evidente una parcialización de los mismos y su posición pro-norteamericana y derechista.⁷

Con esto intento demostrar que los medios permanentemente toman postura y que la misma determina la producción de las noticias, pero también, que los medios responden a intereses políticos y económicos específicos, que considero se hacen evidentes cuando analizamos geopolíticamente⁸. Esta situación la conceptualizamos y la relacionamos con los intereses de quienes manejan los medios, lo cual nos permitirá ver también si los objetivos que estos persiguen con esta forma de acción “informativa” son únicamente de entendimiento o tiene un carácter distinto que tratamos de entender.

⁷ Con estas afirmaciones no quiero afirmar que considere que el gobierno Chavista sea de izquierda, simplemente considero que es un gobierno que está planteando transformaciones sociales al interior de su país y está impulsando un cambio en la conformación geopolítica de la región, que perjudica la hegemonía estadounidense, ligada a los intereses de las grandes corporaciones.

⁸ El análisis geopolítico que realizare, será bastante breve pues el tema que me ocupa en este trabajo es principalmente un análisis mediático por lo que únicamente intentare caracterizar la situación sin matizarla.

De la situación regional observable, podemos decir que en América Latina se constituye un grupo de países que se consolidan como bloque y que puedan instaurarse como nueva hegemonía en la región, deslindándose del control que históricamente ha ejercido EEUU sobre la misma. La construcción de este bloque es impulsada por gobiernos que se autodenominan como socialistas del siglo XXI y que plantean reformulaciones en la forma como se ha manejado la política, la economía, las finanzas, etc., en sus países⁹ y cambios en los grupos de poder locales. Esta coyuntura en Latinoamérica en su vertiente más radical, se encuentra encabezada por Hugo Chávez Frías el presidente de Venezuela.

Por otra parte, en la región existen fuertes intereses por mantener las condiciones geopolíticas existentes y un grupo de países gobernados por partidos autodenominados, y con razón, como de derecha, impulsan la tendencia a mantener intactos los grupos de poder locales y fortalecer la hegemonía de EEUU en la región. Esto se evidencia por ejemplo en la instalación de bases militares en Colombia, en la reactivación del comando Sur de EEUU, en el golpe de Estado ejecutado en Honduras y en varias tareas de cooperación que gobiernos como el colombiano y el peruano realizan con los EEUU y con organismos multilaterales vinculados al mantenimiento de su poder hegemónico.

Los medios de los cuales tomé estas noticias para hacer la comparación en cuestión fueron Teleamazonas, El Universo y El Comercio¹⁰, razón por la que estos serán los medios de los cuales expondré información sobre sus accionistas y los intereses que tienen y que los manejan para poder relacionarla con sus posiciones en el caso en cuestión.

Según el Observatorio de Medios del Ecuador realizado en el 2007, el principal propietario de Teleamazonas es Fidel Egas, que también es el principal accionista del banco del Pichincha, de la revista Diners y Gestión, del Banco Rumiñahui, de 20 empresas especializadas en temas financieros, con una agencia en Miami y otra en Nassau, plásticos Ecuatorianos Indulana, Internacional de Materiales,, Ingenio La troncal, compañía Minera Gribpe, EICA, Filantravel, Inmobiliaria Ridas, Compañía Ecuatoriana de Pavimentos,

⁹ Es fundamental señalar que si bien considero que estos gobiernos plantean cambios en el manejo de sus países, no considero que estos cambios sean revolucionarios, ni anti-capitalistas. Sin embargo, considero que este ensayo no es el lugar donde debatir sobre estos temas.

¹⁰ Es importante mencionar que también tome información para el análisis de la cadena Ecuavisa, pero en el observatorio de medios citados, no se encuentra datos de sus accionistas principales y tampoco he podido acceder a ellos por otros medios, razón por la cual los he excluido de esta parte del análisis.

Internacional Valores, Inversiones Urbanas, Seguros Rocafuerte, Satelcom TV cable, televisión del Pacífico, Cadena ecuatoriana de Televisión canal 10 CETV, organizaciones Radiales CIA. Ltda. Carrousel, Diario La Razón.

El principal socio de El Universo es, Carlos Pérez Perazo, quien es el ex propietario del banco de préstamos, dueño de algunas emisoras de Guayaquil y de la revista El Financiero.

Y el grupo propietarios del diario El Comercio es el grupo Mantilla, cuya socia y ejecutiva principal es Guadalupe Mantilla socia del Banco del Pichincha, y de Dinero, dueños del Diario El Comercio, El Vespertino, La Revista Familia, Carburando, La pandilla, Radio Platinum FM, agencia de noticias en Ecuadoradio, de radio AM en Quito y de una empresa editora offsetec.

Como podemos apreciar estos son grandes grupos de poder, económico y político del país, quienes además siempre han estado relacionados con intereses económicos y políticos internos y externos específicos¹¹. Obviamente estos intereses tienen una fuerte conexión con el deseo de estos grupos de mantenimiento del status quo, pero también con sus posiciones políticas que han sido siempre de derecha y nos permiten evidenciar que la forma de emisión de las noticias por estas grandes cadenas de medios, no necesariamente vinculadas pero si estrictamente relacionadas por el entorno de grupo, no responden a un objetivo puramente comunicativo sino más bien a objetivos estratégicos e instrumentales definidos, orientados a lograr fines claramente relacionados con su permanencia y de los privilegios que les siguen siendo propios.

Otra de las características que fortalecen el argumento de que la acción de los medios masivos de comunicación no es comunicativa sino estratégica, es el hecho de que los medios intentan constantemente vincular sus intereses corporativos a los intereses generales y al bien común. El argumento es simple y consiste en argumentar que al defender su libertad de expresión, que no representa más que la de sus dueños, defienden el derecho a la libre expresión e información de la ciudadanía, aun cuando la típica concentración de

¹¹ Es importante señalar que si analizamos el informe completo del Observatorio del Medios del 2007, podremos darnos cuenta de las múltiples vinculaciones existentes entre los grupos poseedores de los grandes medios de comunicación del país.

propiedad de los medios en pocas familias todas relacionadas, atenta contra el derecho de las personas a ser informado por medios independientes de verdad. Como se demuestra, las acciones de los medios aquí son igualmente eminentemente estratégicas y tienen como objetivo a conseguir el mantenimiento de las actuales condiciones de poder que ostentan ellos y sus dueños y grupos relacionados.

En este análisis hemos mostrado que las acciones de los medios de comunicación no cumplen con los requisitos considerados indispensables, por la teoría Habermasiana con la cual concuerdo, para poder ser consideradas como acciones comunicativas, y por tanto se concluye que debo considerarlas acciones estratégicas.

En estas acciones estratégicas mediáticas, se observa y queda claramente evidenciada la “razón instrumental” descrita por Adorno y Horkheimer en su libro: La dialéctica del Iluminismo, y que es utilizada por Habermas para caracterizar la forma en que los actos del habla son utilizados para manipular y dirigir el comportamiento de otros (ejercer poder como diría Foucault).

Tomando en cuenta estas reflexiones y vinculándolas con la crítica que hacen Adorno y Horkheimer a la razón instrumental, podemos decir que los medios de comunicación en la actualidad se han constituido en herramientas de distorsión sistemática de la información, orientadas a la manipulación de la gente y a su instrumentalización para servir a los intereses de auto conservación de las clases dominantes y de los grupos de poder, y por tanto podemos criticar a los medios masivos de comunicación existentes en nuestro país, pues la instrumentalización de la razón producida en la época iluminista llevada al campo de la comunicación de masas conduce a la instrumentalización masiva, que perpetúa el mundo capitalista-patriarcal, que es un mundo deshumanizante y deshumanizado.

También podemos decir que al ser la “comunicación masiva” una herramienta al servicio del dominio pierde el potencial comunicativo que los medios de comunicación pueden tener y que obviamente por las razones expuestas no tienen o disimulan muy bien.

Sin embargo, debo resaltar que los medios de comunicación si pueden ser herramientas comunicativas pero para esto tiene que hacer explícitos sus intereses y sus posiciones,

dejando de esta manera abierta la posibilidad de que la gente pueda o no consensuar con las posturas con las que realmente comparte interés, y potenciando de esta forma la criticidad a la información, que construya nuevas formas de comunicación.

Bibliografía:

Adorno y Horkheimer (1979). *La dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sur.

Austin, John. (1955). *Como se hacen cosas con palabras*. Madrid: Paidós

Cadenas radiales Rafael Correa, 2009.

Champagne, Patrick (1999). “La visión mediática”. En *la Miseria del Mundo*. Bourdieu, Pierre. Buenos Aires: Fondo de Cultura

Diario El Comercio, Quito: 2009.

Diario El Universo, Guayaquil: 2009.

Habermass, Jurgen (1989). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus

Observatorio de Medios del Ecuador, Quito: 2008.

Noticiero 24 horas, Teleamazonas: 2009.

Noticiero Televistazo, Ecuavisa: 2009.