

“CAMPE 2016”: ECONOMÍA Y RUTINAS PROFESIONALES DE LA PRENSA COMO OBJETO DE INVESTIGACIÓN Y FORMACIÓN ACADÉMICA EN LA REPÚBLICA DEL ECUADOR”

“CAMPE 2016”: ECONOMY AND ROUTINES JOURNALISTS AS OBJECT OF RESEARCH AND EDUCATION IN THE REPUBLIC OF THE EQUATOR”

AUTORES:

PHD. HERIBERTO CARDOSO MILANÉS
INVESTIGADOR PROMETEO. DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
hcmilanes@gmail.com

MCS. LIVINSTONG ALVAREZ ROMERO
DOCENTE INVESTIGADOR DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
livinston.alvarezr@ug.edu.ec

RESUMEN: En la vida económica y sus diarios acontecimientos se muestra uno de los principales escenarios, en los que se lleva a cabo el debate político de las sociedades contemporáneas. Un debate en el que los medios de comunicación, actúan junto a las demás fuerzas sociales que pugnan por ejercer su hegemonía en la construcción simbólica del acontecer cotidiano, desempeñando en ocasiones un papel protagónico. El presente artículo de reflexión, se acerca a ese escenario desde los enfoques metodológicos del Proyecto CAMPE 2016 (Facultad de Comunicación Social, Universidad de Guayaquil) centrado en el análisis de la cobertura que dan los medios de comunicación ecuatorianos a los principales hechos económicos del país, incluyendo no sólo sus métodos de encuadre, sino también las rutinas e ideologías profesionales puestas en práctica por los periodistas, y la formación profesional de éstos, llevada a cabo por las instituciones universitarias. El estudio de este proceso desde el ángulo de la superación y formación académica de los nuevos comunicadores sociales, aporta elementos que pudieran tenerse en cuenta para adoptar determinadas medidas u ofertas desde las instituciones correspondientes. El artículo valora finalmente, atendiendo a las propuestas iniciales del proyecto CAMPE 2016, tres opciones a tener en cuenta como posibles soluciones a los problemas analizados.

PALABRAS CLAVES: *Economía, medios de comunicación, periodismo especializado, encuadre periodístico, rutinas e ideologías profesionales.*

Abstract: In economic life and its daily events is one of the main stages, in which the political debate of contemporary societies is carried out. A debate in which media, acting together with the other social forces that struggle to exercise their hegemony in the symbolic construction of everyday life, playing at times a leading role. This article's reflection, is approaching that scenario from the methodological approaches of the CAMPE project 2016 (Faculty of Social communication, Universidad de Guayaquil) focused on the analysis of the coverage that the Ecuadorian media overlook the major economic events of the country, including not only its methods of framing, but also the routines and professional ideologies put into practice by journalists, and vocational training, carried out by the universities. The study of this process from the angle of the superac and academic education of new social communicators, provides elements that could be considered to adopt certain measures or offers from relevant institutions. He article values finally, attending to the proposed initial of the project CAMPE 2016, three options to have in has as possible solutions to those problems analyzed.

KEYWORDS: *Economy, communication media, specialized journalism, journalistic framing, professional routines and ideologies.*

Recibido: 1 de Agosto del 2016. Aceptado: 26 de Septiembre del 2016
ISSN 1390-6321

INTRODUCCIÓN

Los diferentes eventos de la vida económica de un país constituyen una temática de primer orden a tener en cuenta en la cobertura informativa de los medios de comunicación. Acerca de éstos son frecuentes a su vez los reportajes, artículos, secciones o espacios especializados en las páginas de la prensa, canales de TV o emisoras radiales.

La economía es también escenario de la confrontación política entre gobiernos de tendencias populares y democráticas en América Latina y sus fuerzas opositoras, en el cual se libra en última instancia una batalla estratégica y se decide finalmente la superioridad de un sistema sobre otro.

Tal es el objeto de estudio del Proyecto de Investigación "CAMPE 2016", de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, en el cual se asume como problema científico el análisis del lugar que ocupa esta temática en la agenda mediática y sus diferentes enfoques, rutinas e ideologías profesionales puestas en práctica para darle cobertura; así como su papel como factor sociocultural mediador entre el poder político y la opinión pública.

El presente artículo tiene como propósito reflexionar acerca de las características generales de dicho proyecto, sus marcos teórico-referenciales y metodológicos y las posibles propuestas que se deriven de sus resultados. Al hacerlo, se pretende compartir esta experiencia con la comunidad científica, sus enfoques epistemológicos y sus posibles incidencias en la actividad académica, relacionada con la formación de los nuevos profesionales de la Comunicación Social y el Periodismo.

Economía, política y medios de comunicación

En la vida económica y sus diarios acontecimientos, abordados cotidianamente por la prensa, se lleva a cabo uno de los principales debates político de las sociedades contemporáneas. Desde la economía se defiende o ataca el éxito de un sistema de gobierno.

Lo económico y lo político constituyen dos de las estructuras fundamentales de la sociedad, mismas que interactúan complejamente entre sí y con la cultura, para determinar el espacio social y simbólico que, en el capitalismo, constituye una estructura desigual, cambiante e históricamente determinada.

Instituciones sociales complejas como los medios de comunicación son parte de las industrias culturales multidimensionales, y desde cada uno de sus elementos constitutivos se articulan dinámicamente con las estructuras más amplias de la sociedad, en lo económico, lo político, lo cultural y lo social, estableciendo mediaciones.

Autores tan prestigiosos como John B. Thompson denominan este proceso como mediatización de la cultura moderna. Según este autor, la experiencia cultural e ideológica está moldeada por la construcción simbólica a través de los diversos medios de comunicación masiva. Para él, tales medios "poseen un interés central no sólo como canales para la circulación y la difusión de las formas simbólicas, sino también como mecanismos que crean nuevos tipos de acción e interacción, esto es, nuevos tipos de relaciones sociales que se extienden en el tiempo y en el espacio" (Thompson, 1993: 291 y 292).

También Manuel Castells (1998) asegura que el poder radica hoy, como nunca antes, en las redes de intercambio de información y manipulación de símbolos que relacionan a los actores sociales, las instituciones y los movimientos culturales. Los medios de comunicación, como protagonistas en la socialización de símbolos funcionales a la reproducción ideológica, ocuparían entonces un lugar privilegiado en las batallas por el poder.

Corresponde a los medios, sin embargo, potenciar el pensamiento crítico de los ciudadanos acerca del propio acontecer mediático y las manifestaciones de la vida nacional e internacional, y no convertirse en meros reproductores de tendencias políticas sin una adecuada valoración previa y una búsqueda racional de la objetividad, entendida ésta como la actitud profesional y ética de abordar la realidad en sus diferentes aristas.

Los medios de comunicación exigen enfoques disciplinarios múltiples, para entender la dimensión económica y sus diversas determinaciones mediadoras.

El especialista Murray Rothbard (2013) acierta cuando plantea que "no es un crimen ser un ignorante en ciencias económicas, que es, después de todo, una disciplina especializada, además considerada por la mayor parte de la gente como una ciencia lamentable. Pero sí es totalmente irresponsable tener una opinión radical y vociferante en temas económicos, mientras que se está en ese estado de ignorancia".

El asunto sin duda remite también al planteamiento del problema desde el ángulo de la especialización periodística, uno de los grandes desafíos del periodismo económico. Ramón Pardo (2014) insiste en la idea:

La especialización periodística responde a la necesidad de satisfacer en profundidad a las demandas de información más concretas que plantean los consumidores, una audiencia cada vez más fragmentada. Un pionero de estos estudios como Philip Meyer ya avanzó en su momento que el periódico del futuro debía conjugar el análisis en profundidad con la interpretación y la investigación, a fin de lograr un producto distinto y atractivo para el lector.

Un periodismo de profundidad y cercano, capaz de hacer que las audiencias recuperen la confianza perdida en los profesionales de la comunicación.

Se trata sin embargo de un mundo globalizado, interconectado a escala planetaria, sometido a una permanente crisis económica y política, cuyos efectos directos e indirectos trascienden desde los países más desarrollados hacia los menos favorecidos por el desarrollo; obligando a estos últimos a adoptar medidas defensivas y proyectarse en nuevas políticas, que contribuyan de manera efectiva a sus respectivos procesos liberadores del gran capital transnacional.

Esta batalla entre fuerzas progresistas y opositoras en las sociedades actuales suele presentarse en todos los campos; tales como medidas de presión, sanciones financieras, bloqueo de acciones comerciales y productivas, espionaje de todo tipo, chantajes políticos, entre otros; y además encuadrada en un discurso ideológico intencionalmente descontextualizado, como parte de toda una estrategia discursiva y manipuladora de audiencias millonarias.

Bajo los efectos de esa crisis externa y la ambición de los capitales nacionales, sometido al poder simbólico y real de las grandes potencias y sus transnacionales y nacionales de la información, el ciudadano común poco entiende acerca de las causas de sus propios problemas. Y, por supuesto, para este momento puede haber todo un arsenal ideológico encargado de dar dirección concreta a esa insatisfacción.

Medios de comunicación y cambio de la matriz productiva en El Ecuador

El Ecuador de la llamada "Revolución Ciudadana" es un escenario digno de estudio, partiendo de esas premisas anteriormente expuestas.

En él, es evidente que tanto los medios públicos como los privados asumen por lo general un papel activo en esa confrontación, convirtiendo la economía, y sus hechos cotidianos, en foco permanente de controversias e intencionalidad política.

Una simple observación exploratoria de sus contenidos, evidencia que suelen presentarse dos enfoques diferentes de los hechos: unos, hacen énfasis en aciertos, nuevos proyectos, hechos positivos, y explican las medidas políticas que el Estado aplica en esta esfera; mientras que otros, a menudo centran su atención en los indicadores que en el campo de las finanzas, los impuestos, el petróleo o las medidas arancelarias, entre otros eventos, señalan lados o elementos al parecer vulnerables y cuestionables desde sus posiciones.

La pregunta sería ¿Hasta qué punto tal reflejo de la realidad se acerca, en uno u otro caso, a un tratamiento objetivo de los hechos? y ¿hasta qué punto la información o evaluación de los acontecimientos económicos son explicados de manera contextualizada, precisa, verificada y contrastada, al receptor de los medios? (Art. 22 Ley Orgánica de Comunicación, Ecuador, 2013).

Lo cierto es que en muchos casos el desconocimiento del tema o la intencionalidad, o ambos motivos a la vez, dan lugar a la improvisación o la manipulación desde los contenidos. El politólogo, investigador y periodista Pascual Serrano, es preciso al respecto: "El lenguaje que aborde cuestiones económicas estará repleto de intencionalidad más o menos oculta. Aquí encontramos la etiqueta positiva de "reforma" que se aplica de forma invertida puesto que se refiere a los cambios que deshacen las reformas logradas después de decenios de luchas populares" (Serrano, 2016).

El programa de desarrollo económico del Ecuador, atendiendo a las políticas del actual gobierno que preside el economista Rafael Correa, está estrechamente vinculado con el llamado "cambio de la matriz productiva", respondiendo a un mandato constitucional, que establece la necesidad de:

"la construcción de un "sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo" (Constitución de la República del Ecuador, art. 276), en el que los elementos de transformación productiva se orienten a incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento, la inserción estratégica en la economía mundial y la producción complementaria en la integración regional; a asegurar la soberanía alimentaria; a incorporar valor agregado con eficiencia y dentro de los límites biofísicos de la naturaleza; a lograr un desarrollo equilibrado e integrado de los territorios; a propiciar el intercambio justo en mercados y el acceso a recursos productivos; y a evitar la dependencia de importaciones de alimentos" (Constitución de la República del Ecuador, 2008, art. 284).

Fundamentos legales como ese, por tanto, intentan dar respuesta a una antigua deuda que no sólo tiene el Ecuador sino la gran mayoría de los países de la región con sus pueblos, con sus ecosistemas y con la justicia social.

De ahí el lugar central que el tema ocupa en el discurso político del llamado Gobierno de la Revolución Ciudadana, convertido en un eje principal y estratégico de su agenda, y de ahí, su espacio en la contra agenda política de sus opositores, entre los cuales se evidencia el papel destacado de algunos medios de comunicación.

La esfera pública emerge así como un espacio de validación del discurso-ejercicio de poder de la Presidencia, con claras implicaciones sobre el consenso/disenso que generan en la opinión pública los programas de gobierno, sometidos a la constante influencia de los medios de comunicación desde posiciones políticas diferentes que pugnan por la hegemonía.

Una temática compleja que requiere seguir siendo abordada por la ciencia.

Abordar este tema desde una perspectiva ontológica socio-crítica, supone contribuir al perfeccionamiento de "ideologías y rutinas profesionales" de la prensa, enriqueciendo las bases teóricas y prácticas sobre las cuales los hechos económicos, y a su vez políticos, han de ser enfocados por los medios de comunicación y estudiados por los investigadores.

Ello compromete el tema de la formación profesional acorde con tales exigencias. Al respecto son elocuentes los términos en que una universidad española hace referencia a ello en su convocatoria a un curso de posgrado, aunque se trata obviamente de realidades diferentes:

"El periodismo económico se ha desarrollado ampliamente en las últimas décadas. El avance de los temas económicos, empresariales y financieros en la agenda de la actualidad ha sido imparable, lo que ha causado una importante proliferación de medios especializados y un aumento considerable de la cobertura de este tipo de información en los medios generalistas, pero para lograr una información económica de calidad es necesario que existan profesionales correctamente formados" (UDIMA, 2015).

El tema de las publicaciones impresas y on line es otro ángulo del problema. Mientras que en Estados Unidos y Europa la existencia de revistas científicas y de carácter especializado sobre temas económicos, así como portales Web, pueden considerarse un hecho común, con tendencia al incremento (Calvo, García y Núñez, 2012), en América Latina su producción es más escasa.

Ello incluye las propias universidades, en las que salvo excepcionales estudios de posgrado, el tema económico, la producción material y la oferta de servicios, como campo especializado de la Comunicación periodística, prácticamente están ausentes, incluyendo la Web 2.0. Una breve revisión a los temas de tesis de maestría, doctorado y titulación de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, y otras, ratifica esa afirmación.

En ello quizás incida la propia naturaleza del objeto: la economía, la producción y distribución de bienes y servicios, las finanzas, el manejo de impuestos, la explotación de los recursos naturales, etc. Autores como Noyola (2016), Arrese (2006), Pardo (2014) insisten en las diferencias entre un tipo de trabajo profesional y otro:

"Como sea que parezca, podría decirse que la práctica periodística debe apelar a otras técnicas para construir información referente a economía, el periodismo económico no es igual al periodismo "convencional" con el que se constituyen noticias, entrevistas y crónicas. El periodismo financiero va más allá y requiere un trabajo diferente. A fin de cuentas, el periodismo financiero es la convergencia de una ciencia social que, hablando arbitrariamente, estudia la satisfacción de las necesidades humanas, y una actividad social que aspira a convertirse en ciencia, el periodismo, el sutil y caprichoso arte de informar" (Noyola, 2015).

En el problema que se va apuntando coinciden además, como se habrá podido apreciar, otros elementos que amplían su horizonte y el espacio en el cual éste debe ser estudiado.

Por un lado, sus implicaciones en el escenario político ecuatoriano y latinoamericano, con incidencias en las relaciones poder político, medios de comunicación y opinión pública; por otro, la actitud de los medios que entran en juego, donde se manifiestan las relaciones de propiedad y el poder simbólico de las clases sociales a las que éstos responden.

Desde este enfoque, en la investigación sobre nuestro objeto de estudio convergen hoy varias perspectivas teóricas: la Comunicación Política, la Economía Política de la Comunicación, el Periodismo y sus ideologías y rutinas especializadas en la cobertura y tratamiento de los hechos de esta naturaleza, y la Teoría Económica, enfoque básico de los acontecimientos y temas de la esfera.

Ninguna de ellas, sin embargo, podría avanzar suficiente sin tener en cuenta que aunque se trata de campos del saber científico que gozan de relativa autonomía, son disciplinas que se solapan, interactúan y complementan mutuamente.

Tal convergencia entre comunicación y otras áreas del conocimiento científico es también subrayada por más de un especialista, desde una posición crítica, asumiendo el papel protagónico de las nuevas tecnologías y su impacto en los crecientes volúmenes de información que se producen en la actualidad:

“La cantidad de información que disponemos hoy exige vincular los campos del conocimiento para tener una visión humanista e integral. “La economía política de la comunicación en un mundo de producción y circulación acelerado de bienes enfrenta el desafío de tratar las bases de una economía política del conocimiento, de la construcción y socialización del saber científico codificado y, en consecuencia, la investigación micro política de la actividad intelectual vinculada a los dispositivos de control y manipulación de la nueva economía” (Bolaño, citado en Sierra, F. 2014).

Por su parte, aunque los estudios sobre comunicación política y opinión pública en el siglo XX han venido en ascenso durante las últimas décadas, sobre todo por el desarrollo de las ciencias sociales, éste no ha sido el caso del Ecuador, donde los ejemplos son más escasos.

Las universidades, llamadas a ser los portavoces de la sociedad y sus nuevas ideas, cayeron en una crisis de pensamiento, que tuvo mucha relación con la crisis económica y social que se originó a finales de esa centuria y principios de la actual. Esta situación, por fortuna, parece estar en fase de recuperación en los años más recientes.

Prensa y economía en el Ecuador: “Campe 2016”

Mientras ello ocurría, en el campo pragmático de la comunicación y el Periodismo, los problemas han tomado diferentes caminos quizás más sencillos. Para algunos medios que lo asumen con mayor responsabilidad, la economía es uno de los variados campos de especialización periodística, en el cual se requieren amplios conocimientos en función de la interpretación de sus principales acontecimientos.

Para otras tendencias, desde una posición difusora, la prensa debe centrar su atención en la producción y sus “nuevas” manifestaciones, dando a conocer su significado de manera objetiva, identificando protagonistas y modos de hacer, si fuera el caso; o por el contrario, mostrando sus desaciertos desde un enfoque crítico de las ineficiencias.

Otros asumen una posición adversarial, y se detienen fundamentalmente en los hechos puntuales que pueden definir tendencias negativas en la macro y microeconomía y servir de base factual al cuestionamiento de las políticas.

Es evidente que tal situación, vinculada con tendencias de enfoques y otros factores que influyen en la construcción periodística, pudiera estar afectando la credibilidad de los medios de comunicación, como bien lo alerta el artículo de Mendizábal (2014):

...“Se puede afirmar que la credibilidad de los medios y periodistas se funda en las selecciones que hacen los públicos de los contenidos y lo que los medios dan también como selecciones de la realidad. Principios como: la veracidad, la objetividad, la confiabilidad de las fuentes empleadas, la fiabilidad de los datos, la claridad expositiva, la imparcialidad, etc., determinarían la percepción que pueden tener los individuos de la realidad y de la calidad de los medios”

El tema de la credibilidad y la potencial influencia de los medios en las sociedades latinoamericanas, sigue por tanto ocupando un espacio importante en los actuales proyectos de investigación.

Varios investigadores (Castells, Serrano, Thompson, Garcés), coinciden en apuntarlo: “El desplazamiento de los estudios de efectos hacia los modelos cognitivos o a largo plazo, no ha hecho más que reforzar las hipótesis sobre la importancia de la prensa como inculcadora de normas, valores y patrones morales reproductores de determinado orden social y, por extensión, de visiones ideológicas dominantes. (Garcés, 2007). Visiones que “generan una ilusión de consenso, utilizando, entre otras vías, la invocación de la opinión pública como muestra del acuerdo social alcanzado en torno a temas cercanos a los intereses del poder”

Todo ello justifica la pertinencia de estudiar el comportamiento de la prensa ecuatoriana y sus ideologías y rutinas profesionales para enfrentar la cobertura de la vida económica del país.

Partiendo de tales premisas, el **Proyecto “CAMPE 2016” persigue** el propósito llegar a un diagnóstico que permita caracterizar los procesos que inciden en el problema expuesto, y partiendo del mismo, proponer acciones que contribuyan a mejorar la situación, particularmente en los medios que corresponden al sector público.

Tomando como fuente este diagnóstico, comienza la fase más proactiva del proyecto, consistente en publicaciones, socializaciones con diferentes actores ubicados en comunidades urbanas y rurales, y colectivos periodísticos y estudiantiles.

De tal manera los resultados son objeto de socialización y sirven de base a la realización de acciones de “educación”, a los efectos de desarrollar actitudes críticas en las audiencias, y formación de competencias comunicativas entre profesionales y jóvenes, referidas a la cobertura periodística del acontecer económico.

Otras propuestas también podrían aportar a su vez al perfeccionamiento de dichas competencias, en tres direcciones principales, según **“CAMPE 2016”** lo tiene previsto.

La primera y más estratégica de tales líneas guarda relación con la posible introducción de nuevos contenidos en las mallas curriculares de la carrera del Comunicador Social, a fin de proporcionarle al menos una mayor información y preparación para la cobertura de los temas económicos del acontecer nacional e internacional.

En sus inicios, ésta podría implementarse mediante temas de ampliación de actuales sílabos que estudian materias afines; aunque propuestas más completas serían la oferta de cursos facultativos u optativos adicionales, cuya matrícula estaría a disposición de los estudiantes interesados en recibir sus contenidos.

Una segunda opción está centrada en la elaboración de una especie de manual o texto contentivo de pautas o "rutinas" específicas, a manera de guía a tener en cuenta por los profesionales de la prensa, en sus coberturas o propuestas referidas a la temática.

Finalmente, la tercera línea de trabajo a desarrollar consiste en el diseño y ofrecimiento de programas de especialización o cursos de posgrado, destinados a periodistas, comunicadores y otros profesionales motivados hacia el tema. Con ello se llenaría un gran vacío, debido a la ausencia de convocatorias de ese tipo entre los servicios universitarios que se ofrecen por instituciones públicas y privadas del país.

CONCLUSIONES

Los temas económicos y las ideologías y rutinas profesionales puestas en práctica por los medios de comunicación en su tratamiento, constituyen un espacio donde convergen múltiples intereses de diferente naturaleza: el poder político gubernamental y sus opositores, la prensa y la opinión pública, con papeles bien definidos en su condición de activos actores de la comunicación política; las propias instituciones y personas naturales, protagonistas de la actividad económica; y, la comunidad de investigadores y estudiosos de estos temas, con un importante papel en la producción del conocimiento científico y las normativas o competencias profesionales, que tienen como objeto la elaboración de propuestas mediáticas a partir de la selección, interpretación y re construcción simbólica del hecho económico.

Los estudios exploratorios previos evidencian un alto grado de improvisación periodística y el posible manejo intencional y manipulado de los temas, tanto por parte de un amplio sector de los medios privados, desde posiciones opositoras, como por los medios públicos, en el papel de difusores. En ambos casos, con pérdida de objetividad y profundidad en los contenidos de sus propuestas.

La política gubernamental del cambio de la matriz productiva, enraizada en la defensa de la economía nacional y la atención priorizada a sus productores, incluyendo los más pequeños, carece de atención mediática suficiente, principalmente por la ausencia de cobertura y análisis de sus nuevas manifestaciones, representadas en cada acontecimiento o hecho resultado de esa nueva política, dignos de acompañamiento, socialización y hasta reconocimiento a sus protagonistas.

El Proyecto "CAMPE 2016", de la FACSIO de la Universidad de Guayaquil, pretende aportar una experiencia interesante para la comunidad de investigadores de la comunicación, así como para profesionales, estudiantes y demás actores y estudiosos de la comunicación política.

Sus resultados no solo apuntan al diagnóstico de la situación, sino también a la socialización de éstos y su conversión en acciones de educomunicación crítica de las audiencias; así como la introducción de acciones de cambios en las mallas curriculares y ofertas académicas de posgrado. De ahí que el presente artículo también se presente como un llamado a otros científicos y profesionales de la comunicación para que vuelvan la vista a esta cuestión de primer orden.

BIBLIOGRAFÍA

- 1. Alvarez, L. (2015).** "Proyecto CAMPE 2016" (Programa "Observador del Guayas") FACSQ, Universidad de Guayaquil.
- 2. Arrese, Ángel; (2006).** PERIODISMO ECONÓMICO. Entre la simplificación y el rigor. Cuadernos de Información (consultado en marzo de 2016) <http://www.redalyc.org/comocitar.oe?id=97117399006>
- 3. Calvo, E., García, María, Núñez, P., (2013).** "El periodismo económico y su desarrollo y expansión en la web 2.0" Revista Estudios Periodísticos, issn 1134162.
- 4. Castells, M. (1996).** La era de la información, Economía, sociedad y cultura. Vol. 1 México siglo XXI.
- 5. De Santis, Gerardo, (2015).** Especialización en Economía Política (Programa de Doctorado) Universidad Nacional de La Plata.
- 6. Ecuador, (2008).** Constitución de la República del Ecuador, Art. 276 y 284.
- 7. Garcés, R., (2007).** "La Construcción simbólica de la opinión Pública", Estudios sobre el Mensaje Periodístico Vol. 55, pp. 55-81.
- 8. Mendizábal, I.R., (2014).** "La presencia de los medios en la actual democracia: tendencias de la credibilidad en Ecuador", Chasqui 127, dic. 2014, pp- 26-36.
- 9. Mendizábal, I.R., (2014).** "La presencia de los medios en la actual democracia: tendencias de la credibilidad en Ecuador", Chasqui 127, dic.2014, pp. 26-36.
- 10. Murray, Rothbard, (2013).** El hombre, la economía y el estado, Unión Editorial SA.
- 11. Noyola, J., (2015).** Periodismo económico y su situación actual, <http://es.slideshare.net>, consultado en 1 de diciembre de 2015).
- 12. Pardo, Ramón, (2014).** La especialización como marca referencial. En: adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº7. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación ad Comunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 223-224. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2014.7.18>.
- 13. S/a. (2014).** "Los siete desafíos del Periodismo económico", Sala de Prensa 126, abril 2010, <http://www.saladeprensa.org/art989.htm>, consultado 24 de agosto de 2016
- 14. Sádaba, Teresa, (2012).** Framing. La teoría del Encuadre, Ciespal
- 15. Senplades, (2015).** "Plan Nacional del Buen Vivir" 2013-2017.
- 16. Serrano, Pascual, (2009).** Desinformación. Cómo los medios ocultan al mundo, Ed. Península, Barcelona.
- 17. Sierra, F. (2014).** "Políticas de Comunicación y Educación", Barcelona, Gedisa.
- 18. UDIMA, (2015).** Universidad a Distancia de Madrid, en Programa de Asignatura Periodismo Económico, Cod. 1817, <http://www.udima.es>, consultado el 6 de diciembre de 2015