



Junio 2019 - ISSN: 2254-7630

INCIDENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ECUATORIANOS EN LA OPINIÓN CIUDADANA

Diana Carolina Morales Autheman¹

Caro_95_dcma@hotmail.com
Universidad Laica Vicente Rocafuerte

Luis Enrique Cortez Alvarado²

lcortez@ulvr.edu.ec
Universidad Laica Vicente Rocafuerte

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Diana Carolina Morales Autheman y Luis Enrique Cortez Alvarado (2019): "Incidencia de los medios de comunicación ecuatorianos en la opinión ciudadana", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (junio 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/06/medios-comunicacion-ecuador.html>

Resumen

El presente estudio trata la incidencia del contenido de los noticieros ecuatorianos en la opinión de los jóvenes de la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Desde una perspectiva crítica, analiza la línea editorial del medio, y las principales noticias que emite, estudia la influencia de estos contenidos en la población de jóvenes. La investigación es de campo, se aplicó un instrumento a un grupo de 380 jóvenes entre 25 y 30 años. Se realizó una medición de Tráficos Web, tomando en cuenta, el lapso de tiempo desde el 01 de diciembre 2018 al 25 de enero, 2019, para estudiar el comportamiento de la social media. Los resultados evidencian que estos ven TV, preferencialmente en las noches, pocos se encuentran atraídos por las noticias del medio, se orientan más por las visitas a través de la social media, inclinándose por las imágenes de su portal. El programa de preferencia de los jóvenes está en las noticias. Sobre la medición de tráfico Web, se obtuvo que Facebook es el que está de primero en la social media, tiene un repunte importante, es el que mayores visitas ha tenido, así como interacción. En cuanto al número de post realizado por las redes, twitter es la que se maneja más dinámica a nivel informativo. Se concluye que la línea editorial del canal es pluralista, admite la participación y la crítica de la audiencia, se destaca la percepción de los jóvenes hacia el medio, favoreciendo ampliamente su posición e imagen en la sociedad ecuatoriana.

Palabras Clave: noticiero, canal TV, incidencia, jóvenes, opinión.

Abstract

The present study deals with the incidence of the content of the newscast in the opinion of young people from the city of Guayaquil, Ecuador. From a critical perspective, analyzes the editorial line of the Middle, and the main news it issues, studies the influence of these contents on the youth population. The research is field, an instrument was applied to a group of 380 young people between 25 and 30 years old. A measurement of Web Traffic was made, taking into account, the time lapse from December 1, 2018 to January 25, 2019, to study the behavior of social media. The results show

¹ Estudiante de periodismo, Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador.

² Docente, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

that they watch TV, preferably at night, few are attracted by the news of the medium, they are more oriented by the visits through the social media, leaning towards the images of their portal. The program of preference of young people is on the news. On the measurement of Web traffic, it was obtained that Facebook is the one that is first in the social media, has an important rebound, is the one that has had the most visits, as well as interaction. Regarding the number of posts made by the networks, twitter is the one that is most dynamic at the information level. It is concluded that the editorial line of the channel is pluralistic, admits the participation and criticism of the audience, it highlights the perception of young people towards the medium, greatly favoring their position and image in Ecuadorian society.

keywords: Keywords: newscast, TV channel, advocacy, young people, opinion.

1. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación en la historia de la humanidad, han constituido el mecanismo por excelencia para la conformación de la opinión pública, estos deben estar al servicio de los ciudadanos, son una necesidad en la consolidación de sociedades libres, ellos, democratizan, informan, y permiten formar conciencia crítica acerca frente a la realidad social, contribuyen a la promoción de la libertad de expresión. El estudio posee relevancia respecto al criterio que los análisis de los medios y sus publicaciones son necesarios, porque permiten medir lo positivo y negativo, los aciertos y desaciertos, y hacerlo desde la opinión pública es fundamental, pues, son los usuarios los primeros auditores y críticos a la programación pública, esto constituye el ejercicio de los derechos de los ciudadanos a manifestar sus ideas, sus valores, principios y conciencia crítica. Es parte de la conformación de la estructura democrática que debe prevalecer en todo país en pleno estado de derecho. El estudio parte de la premisa que la línea editorial de los noticieros influye positivamente en la opinión de los jóvenes a través de las noticias de emprendimiento, turismo, cultura, que emite diariamente en el canal de televisión y son publicadas en las redes sociales.

1.1. Contexto de la investigación

Los medios de comunicación hoy por hoy, se encuentran en un avance vertiginoso con el advenimiento de las herramientas web 2.0, logrando expandir la información en cada rincón del planeta, a ello se agrega, las posibilidades de interacción de los usuarios a través de los diversos recursos que disponen en las páginas y plataformas digitales, generando noticias en tiempo real.

Larrégola, (1998), expone que la evolución tecnológica y web se encuentra orientada:

Inexorable confluencia de los sectores estratégicos implicados en el nuevo escenario comunicativo, y solo aquellos actores que sean capaces de interpretar con facilidad los indicadores que emergen, podrán ser protagonistas del cambio (pág. 194)

Esto demuestra que quienes se atrevan a incursionar en este nuevo paradigma de revolución comunicacional digital deben prepararse y entender las herramientas, y adoptar los códigos éticos y deontológicos en la publicación de información, ya que esta una vez publicada tiene la capacidad de llegar en un corto tiempo a diversos lugares del mundo, "haciéndose viral", en un corto espacio de tiempo. Eso sumado a las necesidades y demandas de información cada vez es mayor, por ello, se han creado sistemas de información, para que las noticias traspasen las fronteras de los territorios y puedan llegar al mayor número de usuarios. Esto permite entender y reflexionar sobre la ética en la emisión de información, cuyo contenido debe contar con los criterios de rigurosidad y veracidad, así como actualizada, completa, en el orden político, económico, social, y en cualquier otro ámbito.

Es así como en las sociedades modernas se van construyendo una estructura de ideas sobre las diversas notas informativas que se hacen públicas a diario, y esto le concede cada vez más, una mayor jerarquía de los medios masivos y en particular de la televisión, ya que esta influye de manera directa en la actuación y pensamiento de las personas, es decir, consigue modificar la forma en que el hombre conoce y percibe el contexto que les rodea (Gutiérrez, Rodríguez, y Gallego, 2010, pág. 277). De allí, su importancia, para la conformación de una sociedad de información, la cual debe tener garantía de calidad en los contenidos de los programas educativos, informativos y de entretenimiento que emite, asimismo, tener en cuenta las publicidades que expone, ya que estos influyen en los hábitos de consumo de la población. Es decir, los grupos sociales o en masa actúan y proceden en

función de la estructura de pensamiento que se crea, a partir de la información que generan los medios. Esto permite señalar que ciertamente influyen en el pensamiento de las personas.

Por tanto, los medios de comunicación son herramientas de cambio social, ya que plantean nuevas pretensiones y esto afecta a la gente, ostentan un poder potencial al ser direccionados hacia las masas, y originar desarrollo. Estos poseen diversas funciones, y quizás la más grande, es incidir en el pensamiento de las masas, y en ese orden, pueden orientar las acciones, pero también, pueden educar, formar, informar, sensibilizar, o crear una conducta de rechazo hacia determinado hecho o fenómeno social.

Según Enzensberger (1984) en su libro Elementos para una teoría de los medios de comunicación, indica que:

Los medios de comunicación social tienen algunas propiedades, siendo, por ejemplo: los medios están orientados hacia la acción, no hacia la contemplación, están orientados hacia el presente, no hacia la tradición. Ello significa, que el material histórico en cualquier momento puede ser reproducido, es un acto de socialización de la información, con el riesgo de que la historiografía puede ser manipulada (pág. 28).

Las ideas del autor permiten interpretar, que los medios se encuentran en permanente movimiento en la realidad, no son pasivos, no son estáticos, su elocuente poder podría representar un riesgo, y a la vez, una oportunidad para avanzar en la conformación de una sociedad crítica, humana, sensible y solidaria, abierta a las nuevas posibilidades de desarrollo social. Los medios en los tiempos de hoy han dado pasos agigantados, gracias a las herramientas web y ahora la social media, estos mecanismos globalizadores le han dado un empuje que les ha obligado a rediseñar la arquitectura comunicacional. Ecuador por su parte, ha ido avanzando en torno al crecimiento de los medios de comunicación masivos, de donde se destacan los programas televisivos, como una parte importante en la comunicación de masas que existe, y que ha tenido gran importancia por los efectos en la población.

Existen muchas televisoras con variedad de noticias y programaciones, que dependiendo del interés y agrado de la audiencia son vistos en grandes extensiones de comunidades, algunos tratan diversas temáticas dirigidas a variados espectadores, jóvenes, adultos, dentro de los que se destacan, los noticieros, encargados de suministrar información de los acontecimientos que ocurren en la cercanía de la comunidad y en las diferentes partes de país. Estas programaciones se emiten en los diarios impresos y digitales, así como en las televisoras que operan en las diferentes señales, en todo el radio del territorio ecuatoriano. Una de las Televisoras que posee un lugar importante en la audiencia nacional y regional es el programa Telediario de Ecuador TV, aunque posee una importante gama de seguidores, también ha recibido críticas, algunas asociadas al tratamiento que la línea editorial da a las programaciones e información emitida.

Las críticas al programa Telediario, se generan debido a que en su comienzo pretendía proporcionar información enriquecedora para sus telespectadores; de la cual, se espera que sea una información confiable y exacta, es decir, que refleje la situación real del hecho acontecido. Sin embargo, con el pasar del tiempo, “estos programas han hecho uso de un contenido llamativo, pero no necesariamente edificante, con el fin de aumentar y fidelizar al público que los observa” (Gordillo, 2009, pág. 30). Este comportamiento se observó durante entre los años 2007 y 2015 tal como lo señala (Medios Públicos EP, 2017), que durante el mandato del ex presidente Rafael Correa, se utilizó como un medio comunicacional para descalificar periodistas y manipular información a favor de las políticas en esos momentos históricos (Medios Públicos EP, 2017).

Es por eso, que en la actualidad Telediario dirige sus programaciones a sus espectadores con especial interés en los jóvenes, pues trasmite información que muestra fehacientemente en el acontecer regional, nacional e internacional. Y se encuentra operando, además, a través de las redes sociales, y otros dispositivos web, tratando de posicionarse como uno de los principales medios en el país, de igual forma, ha ido ejerciendo sus funciones con el propósito de mantener su imagen como un medio social de información veraz y oportuno. De modo que, la labor educativa e informativa que mantiene el medio debe responder al compromiso social de orientar en estos procesos a las comunidades que le siguen, destacando que toda información debe cumplir con los criterios éticos que garanticen la veracidad y originalidad de la información que emiten. Esa es la garantía de

credibilidad frente a la audiencia que a su vez, se forma un criterio o una postura crítica sobre la base de la información que recibe.

Desde este contexto, el estudio se enfoca en analizar la incidencia del contenido del noticiero de EcuadorTv Telediario en la opinión de los adultos jóvenes entre 25 y 30 años, domiciliados en el sector de Mucho lote 1, tercera etapa de la ciudad de Guayaquil, para ello, se parte de la determinación de la línea editorial utilizada por EcuadorTv y su noticiero Telediario para seleccionar las noticias que emite. Se identifican las noticias presentadas por el medio, y su influencia en la opinión del prenombrado grupo de estudio. Cabe destacar, que el estudio se encuentra dirigido a los adultos jóvenes con edades comprendidas entre 25 y 30 años, cuya dinámica laboral y profesional les impide informarse a través de pantallas físicas de TV, haciendo uso de las redes sociales como Facebook e Instagram y otras plataformas web para documentarse acerca de todas las noticias y sucesos que ocurren en tiempo real en el mundo.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Diseño de la investigación.

La investigación posee un diseño no experimental, bajo un enfoque cuali–cuantitativo, debido a que la información que se recabó proviene de fuentes mixtas. El tipo de investigación es documental, en un primer momento, porque se analizaron las páginas web y social media para la conformación de la medición de tráficos web, tomando en cuenta el lapso de tiempo desde el 01 de diciembre 2018 al 25 de enero, 2019.

2.2. Técnicas de recolección de datos

Para el análisis documental se utilizó la técnica de análisis de contenido. De igual forma, se realizó una entrevista al director general del medio en estudio. El procesamiento fue cualitativo. Para la Investigación de campo se aplicaron encuestas, tipo escalas, con los reactivos (sí, no, siempre, a veces), combinadas con preguntas para recabar edad y sexo de los sujetos de estudio. El procesamiento fue cuantitativo.

2.3. Población y muestra

Las encuestas fueron aplicadas a jóvenes entre 25 y 30 años del sector de Mucho lote 1 tercera etapa, Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos este sector cuenta con 34.953 habitantes, para lo cual se utilizó el muestreo de tipo probabilístico, utilizando la fórmula para poblaciones finitas, dándonos como resultado una muestra conformada por 380 adultos jóvenes con edades entre 25 y 30 años, es decir se recogió la información de la fuente directa, en su contexto de estudio.

3. RESULTADOS

3.1 Análisis de la Métrica Social Media

Tabla 1 Métricas Social Media, Mes: 01 de diciembre, 2018 al 25 enero, 2019.Ecuador TV

RED SOCIAL	Nº DE SEGUIDORES	TWEETS	SIGUIENDO	ME GUSTA	Nº DE POST	TOTAL INTERACCIÓN RED SOCIAL
Facebook	720.320		31020	2400	120	753860
Instagram	397.000		760	1050	38	398818
YouTube	52925		6044	6544	713	66226
Twitter	397000	180.000	760	2593	158000	738353

Fuente: Elaboración propia con base en las páginas de los social media de TV Ecuador

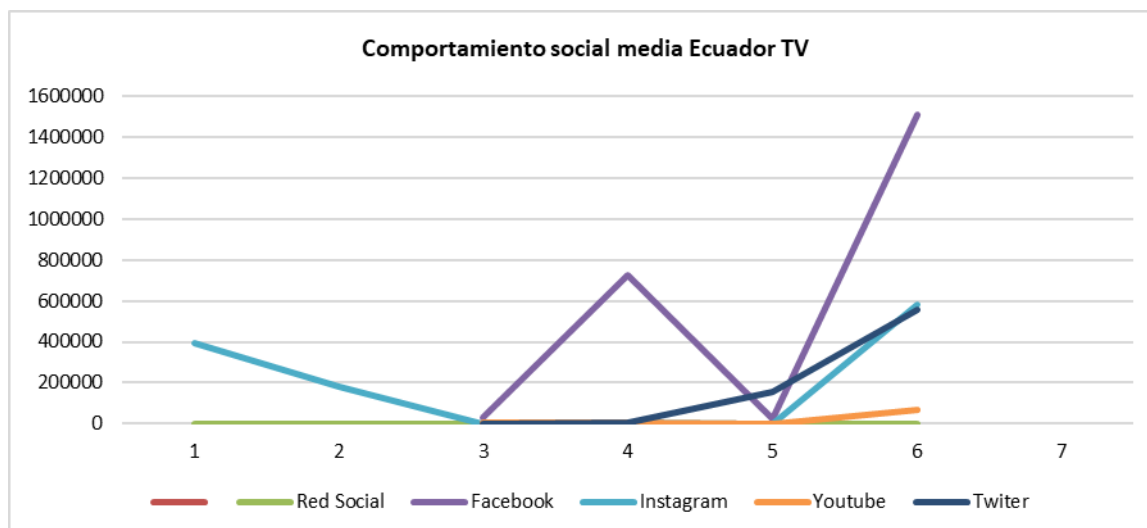


Gráfico 1 Comportamiento de las Social Media Enero, 2019 Telediario
Fuente: Elaboración propia con base en las páginas de los social media de Telediario.

En la representación gráfica se puede apreciar, el comportamiento y evolución las redes por casi dos meses, en cuanto a algunas características que sirven para evaluar el impacto en la población de usuarios. Es de destacar, que cada una de la social media posee un propósito en la red, y por tanto, su dinámica de interacción puede ser distinta. Se destaca que Facebook es el que se encuentra de primero en la social media, tiene un repunte importante, en tanto que es el que mayores visitas ha tenido así como interacción.

Sin embargo, se puede valorar en la tabla, que en cuanto al número de post realizado por las redes es twitter la cual se maneja de manera mucho más dinámica a nivel informativo, y en torno a YouTube ocurre un caso importante, y es que, pese a que tiene menor número de seguidores, es el que más posee “me gusta”, esto permite interpretar que los usuarios que siguen el canal por YouTube realmente es porque se interesan en el contenido que publica telediario sobre noticias, mientras que los demás se siguen por la tendencia necesaria de incrementar seguidores en la web, puesto que estas redes funcionan como en cadenas de seguidores. Instagram por su parte posee un importante número de seguidores, no obstante es el que mejor número de me gusta posee, y eso puede verse en el escaso número de post que tenía para el momento del estudio.

En este orden de ideas, la tabla de Métricas Social Media refleja información referida a un estudio observacional de un mes y 25 días aproximadamente, pero se tomaron datos que ya tenían para ese momento la red social, como los seguidores y los “me gusta” a publicaciones hechas desde el momento en el cual se unieron a la red social, la observación buscó monitorear el comportamiento durante esos días, y el resultado fue en franco crecimiento.

3.2 Presentación de los datos.

Tabla 1. Horario de televisión

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	32	8%
Tarde	70	18%
Noche	246	65%
A cualquier hora	32	8%
Total	380	100%

Fuente: Jóvenes entre 25 y 30 años del sector de Mucho lote 1 tercera etapa.
Elaborado por el autor.

Tabla 2. Llama la atención del noticiero

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Contenido	100	26%
La variedad de las noticias	20	5%
Las imágenes	174	46%
La conducción	86	23%
Total	380	100%

Fuente: Jóvenes entre 25 y 30 años del sector de Mucho lote 1 tercera etapa.
Elaborado por el autor.

Tabla 3 Calificar al contenido emitido a diario

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	29	8%
Bueno	215	57%
Regular	89	23%
Malo	47	12%
Total	380	100%

Fuente: Jóvenes entre 25 y 30 años del sector de Mucho lote 1 tercera etapa.
Elaborado por el autor.

Tabla 4 Influencia de la información del noticiero telediaro.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Positiva	125	33%
Neutra	133	35%
Negativa	122	32%
Total	380	100%

Fuente: Jóvenes entre 25 y 30 años del sector de Mucho lote 1 tercera etapa.
Elaborado por el autor.

En líneas generales, los resultados dan cuenta que los jóvenes se inclinan más por poseer una opinión favorable al programa informativo, porcentajes que superan el 57%, siendo su principal atractivo, las imágenes transmitidas por el mismo, en este hilo de ideas, las programaciones transmitidas en el horario nocturno son las más frecuentadas por los jóvenes televidentes, aunque un importante porcentaje haya expresado que para ellos la influencia de las programaciones es neutra, es decir, no poseen un juicio valorativo al respecto.

Otro dato importante que vale la pena mencionar, es el hecho de que, aunque este tipo de población no se incline por la programación noticiosa, consideran que es buena, lo cual permite inferir que sus gustos por la programación televisiva no se ubican en este tipo de programa sino en otros. Lo cual no admite que desestimen la información y contenidos que refieren las noticias.

3.3 DISCUSIÓN

Desde la visión general, se aborda la importancia de los medios de comunicación y el rol preponderante que cumple sobre la calidad informativa en la actualidad.

En referencia al espacio periodístico Telediario, el cual guarda una programación informativa bajo las modalidades de 19 horas micros informativos y 20 horas telediario estelar cuyo horario se desarrolla de Lunes a Viernes a las 8:00pm, fundamentado en los principios de investigación, imparcialidad, frontalidad, entrevistas y enfatizando la validez y veracidad de la información.

Cabe señalar, que este espacio noticiero se fragmenta en segmentos relativos a noticias regionales, nacionales e internacionales que marcan al mundo, reseñando información social, política y económica, ilustra la información a través de graficas que se sub clasifican como deportes, salud, sucesos, cultura, religión, ambiente, entre otros campos del acontecer y desarrollo humano. Es relevante mencionar, que este medio informativo hace especial esfuerzo en proyectar la información regional, sus avances en materia social, política y económica que proyección nacional. Por ello, incide fehacientemente en un grupo especial de la población o audiencia que ocupa como es el caso de los jóvenes ecuatorianos en edades comprendidas entre 25 y 30 años, domiciliados en el sector de Mucho Lote 1, en la ciudad de Guayaquil.

En este panorama, el canal de televisión Ecuador TV para el año 2017 ocupa una interesante cobertura superior al 75% del territorio nacional al servicio de la sociedad ecuatoriana, según los estudios de Medio Públicos EP. En este contexto, la información educativa e inclusiva ha ido depurándose elevando sus estándares de calidad, en la que refuerza el análisis profundo de contenidos y opinión editorial.

En función del análisis realizado, es necesario concluir que el canal de televisión Ecuador TV, ha tenido un largo trabajo en el ámbito de la comunicación social, su responsabilidad comprometida con la preservación del interés colectivo, transmitiendo información pertinente y actual fundamentada en la investigación y la imparcialidad, en concordancia con la línea editorial, que en algún momento histórico se observó inclinación a proyectar noticias exclusivas del Estado y eso originó posturas de parcialidad sobre el desarrollo de la información que se trasmite a través de este interesante medio. Por ello, se ha generado a través del programa noticiero Telediario, significativas críticas en relación a su contenido de programación televisiva, a pesar de ocupar en la actualidad un importante sitio de rating en audiencia a nivel nacional e internacional con gran incidencia en los jóvenes ecuatorianos.

Desde otro criterio, la función del programa es dar a conocer a la sociedad ecuatoriana sobre temas de información de actualidad, de acuerdo a la dinámica del acontecer nacional, en el mismo, se presentan organismos públicos en su relación con la gestión y sus problemas. Se percibe una posición crítica frente al tratamiento de la información, y, aunque cuida mucho la parcialidad en el tratamiento de la noticia, la tendencia es destacar las políticas públicas del Estado. Las acciones del gobierno frente a los hechos que ocurren, en el cual, para cada información se inicia con una narración de fondo de la noticia para dar paso a la opinión de los actores de la misma.

Este Canal de servicio de televisión pública, demuestra variedad en los temas informativos tratados, sin embargo, se percibe una importante extensión del contenido, dejando ver la retórica de imágenes que acompañan los discursos. Dentro de los contenidos se evidencia información de tipo política, la cual predomina frente a los demás temas, económico, deportivo, cultural, entre otros. En este orden, se puede evidenciar que la información más destacada en el medio es de la ciudad de Quito y Guayaquil. Hace mención a las redes como mecanismos alternativos para ampliar la información que allí presentan. Los presentadores hacen un breve preámbulo y anuncian la información, para luego pasar al desarrollo de la misma en el contexto en el cual se desarrolla dicha noticia.

Respecto a la línea editorial que sigue este canal, se vincula con el seguimiento a las políticas y gestión gubernamental en su afán por informar a la sociedad acerca de los hechos y decisiones que se toman en función de los intereses políticos del mismo.

Enfoque de las noticias que emite el noticiero, se orienta hacia una visión o postura crítica, analítica sobre los temas y problemas que involucran a una ciudadanía, tópicos de orden nacional, de actualidad, del acontecer nacional.

Como influye la programación de este canal en la opinión de los jóvenes en el país, se considera que, en primer lugar, debería apuntar hacia el mantenimiento de una ciudadanía joven informada, además el hecho de manejarse desde un concepto digital amplía las posibilidades de que estos tengan acceso a la misma. Sin, embargo sería interesante que se aplicara un estudio de opinión para determinar con detalles su opinión al respecto, y si han tenido contacto con este medio informativo.

En torno al análisis de medición de tráfico Web, se pudo determinar que Telediario tiene una posición aceptable en el ámbito de las redes sociales, acentuándose en Facebook y twitter, puesto que allí se les da difusión y publicidad a lo que ellos hacen desde la televisora, a sus programaciones, pero es twitter la que por el tema de la rapidez en la difusión de información que es usado por el medio. Hubo datos a los cuales no fue posible acceder ya que los maneja el administrador de la página, sin embargo, si fue posible obtener algunos a partir de lo que ellos hacen público o desean que sus usuarios sepan.

CONCLUSIONES

La incidencia de los medios de comunicación en la opinión ciudadana del grupo de estudio destaca que:

La línea editorial del canal Ecuador TV es la pluralista, en tanto que brinda la posibilidad de manifestar contenidos de todos los aspectos sociales y a su vez, administre cualquier tipo de crítica que se tenga en torno a la misma.

Las noticias que emite Ecuador TV son poco atractiva para la población objeto de estudio, los cuales poseen otras preferencias, y los aspectos que más les llama la atención son las imágenes que acompañan las noticias.

La percepción que tienen los jóvenes sobre el noticiero Telediario de Ecuador Tv es positiva, pero creativa, es decir aun cuando posee aceptación, esta programación no está en primer orden de las preferencias de la población estudiada.

Los jóvenes sujetos a esta investigación en su mayoría se informan a través de los medios de comunicación digital, siendo el más importante Instagram, por su versatilidad y dinamismo en el acceso, sobre todo para la audiencia en estas edades.

Si bien es cierto la emisión del noticiero se realiza a través de la televisión, también hay que dejar identificado, que en su mayoría no es utilizada por el grupo objetivo de esta investigación.

De acuerdo con el impacto de la social media del Telediario en la población de joven entre 25 y 30, se puede destacar que ha sido Facebook el que mayor número de visitas, usuarios, e interacción ha tenido.

BIBLIOGRAFÍA

Enzensberger, H. M. (1984). Elementos para una teoría de los medios de comunicación. . Barcelona.: Editorial Anagrama 4taEdición. .

Gordillo, I. (2009). La hipertelevisión: géneros y formatos. Flacsoandes, 30.

Gutiérrez, B., Rodríguez, M. I., & y Gallego, M. d. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales. Javeriana, 286-285.

Larrégola, G. (1998). De la televisión analógica a la televisión digital. Barcelona : Libros de comunicación Global .

Medios Públicos EP. (2017). Un paso hacia el futuro, rendición de cuentas. Ecuador: Medios públicos EP.