

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador
Departamento de Estudios Internacionales y Comunicación
Convocatoria 2020-2022

Tesis para obtener el título de Maestría en Comunicación y Opinión Pública

Públicos y contra públicos; los medios tradicionales frente a los medios nativos digitales en las manifestaciones de octubre de 2019 en Ecuador. Caso de estudio: *El Comercio* y Radio La Calle.

Ángel Alejandro Almache Bernal

Asesora:

Palmira Chavero Ramírez

Lectores/as:

Werner Vásquez Von Schoettler

Andrea González Andino

Quito, enero de 2024

Dedicatoria

A Dios

A mi madre, por la vida y por su lucha ante esta.

A mi hermano Fernando, por su eterna sonrisa.

A la gente que levanta su voz, su puño y su corazón en las calles.

Índice de contenidos

Resumen	9
Agradecimientos	10
Introducción.....	11
Capítulo 1. Marco teórico	15
1.1. Públicos	15
1.1.2. Los públicos generadores de opinión pública y cambios estructurales	17
1.1.3. Diferentes perspectivas de los nuevos públicos	20
1.2. Contra públicos	23
1.3. Medios tradicionales y su ejercicio en la esfera pública	29
1.3.1. La vigencia de la prensa escrita	34
1.4. Comunicación digital y su efecto ampliatorio.....	35
1.5. Los medios nativos digitales: reconfiguración de la esfera pública.....	39
1.6. Funciones de los medios de comunicación: diferentes perspectivas en política democrática.....	42
1.6.1. La lógica mediática-comercial y el rapto consentido	43
1.6.2. El paralelismo político.....	45
1.6.2.1 El paralelismo político, nuevos aportes y entorno regional.....	46
1.6.3. La mediatización de la política	51
1.7. Ideología, roles y discursos de los medios	55
1.8. Acción colectiva	61
1.9. La manifestación como acción colectiva y representación de opinión pública.....	63
Capítulo 2. Contexto	66
2.1. 2017, año de transición.....	66
2.2. Lenín Moreno y la mesa servida	68
2.3. Los medios de comunicación del Ecuador, una breve mirada histórica	73

2.3.1. Crecimiento de los medios ecuatorianos	74
2.3.2. Panorama mediático del año 2019.....	78
2.4. La antesala de octubre de 2019	80
2.5. Octubre de 2019.....	83
2.6. Planteamiento del problema.....	89
2.6.1. Preguntas, objetivos e hipótesis de la investigación	91
2.6.1.1. Preguntas de investigación	91
2.6.1.2. Objetivos de la investigación.....	92
2.6.1.3. Hipótesis	92
2.7. Justificación	93
Capítulo 3. Metodología.....	97
3.1. Presentación de la metodología de la investigación	97
3.2. Análisis de contenido.....	98
3.3. Corpus.....	102
3.4. Manual de codificación	103
Capítulo 4. Resultados	110
4.1. Tratamiento mediático-informativo de los medios.....	111
4.2. Tema principal del tratamiento mediático-informativo	113
4.3. Uso y evaluación de la imagen en el tratamiento mediático-informativo	118
4.4. Actores-protagonistas en el tratamiento mediático-informativo	123
4.5. Atributos de los protagonistas	129
4.6. Tonalidad de las noticias o unidades de análisis	135
4.7. Fuentes informativas del medio de comunicación	136
4.8. Posicionamiento del medio de comunicación	139
4.9. Tonalidad y posicionamiento de los medios de comunicación	144
4.10. Posicionamiento de la unidad analizada.....	147

4.11. Tendencia del medio de comunicación desde la adjetivación.....	149
4.12. Tendencia de las unidades analizadas desde las fuentes	151
4.13. Tendencia de las unidades de análisis desde su tono.....	155
4.14. Subjetividad de la producción noticiosa desde su tendencia.....	157
4.15. Subjetividad de la producción noticiosa desde su tonalidad	159
4.16. Atribución de responsabilidad señalada por el medio	159
4.17. Tonalidad de la atribución de las unidades de análisis	163
4.18. Atribución de responsabilidad desde el uso de adjetivos	164
4.19. Apelación de la producción noticiosa de los medios.....	167
4.20. Apelación de los medios desde sus temáticas principales.....	170
4.21. Apelación de las unidades analizadas desde su atribución.....	177
4.22. Nivel de conflicto del medio de comunicación	179
4.23. Conflicto de los medios desde la espectacularización.....	181
4.24. Teatralización de la producción noticiosa del medio de comunicación	183
4.25. Autor de la noticia o unidad de análisis.....	186
Capítulo 5. Conclusiones.....	188
5.1. Tratamiento mediático-informativo, públicos frente a contra públicos	189
5.2. Posicionamiento de los medios	193
5.3 Conflictividad e interpelación de los medios.....	199
Referencias bibliográficas.....	205
Anexos	213
Tablas completas del análisis de variables.....	213

Lista de ilustraciones

Figuras

Figura 4.1. Titulares y temas principales de El Comercio sobre las millonarias pérdidas.....	113
Figura 4. 2. Noticias de <i>El Comercio</i> de la ciudadanía afectada por las movilizaciones.....	116
Figuras 4.3. Portadas de El Comercio con énfasis en el vandalismo y la violencia	119
Figura 4.4. Imágenes de la cobertura de Radio La Calle	120
Figura 4.5. Autoridades defienden la democracia y denuncian las pérdidas materiales	125
Figura 4.6. Portadas y noticias de <i>El Comercio</i> que enfatizan la violencia	169
Figura 4.7. Noticias de El Comercio que resaltan las millonarias pérdidas.....	173

Tablas

Tabla 4.1. Distribución de las unidades analizadas por medio de comunicación	111
Tabla 4.2. Unidad analizada por medio de comunicación	111
Tabla 4.3. Género periodístico utilizado por el medio de comunicación.....	112
Tabla 4.4. Tema principal del medio de comunicación	117
Tabla 4.5. Evaluación de la imagen del medio de comunicación	121
Tabla 4.6. Espacio o tiempo de las unidades de análisis del medio de comunicación.....	122
Tabla 4.7. Actores-protagonistas del medio de comunicación.....	128
Tabla 4.8. Atributos A de los protagonistas de El Comercio	130
Tabla 4.9. Atributos A de los protagonistas de Radio La Calle	131
Tabla 4.10. Atributos B de los protagonistas de El Comercio	132
Tabla 4.11. Atributos B de los protagonistas de Radio La Calle	134
Tabla 4.12. Tonalidad de las unidades de análisis del medio de comunicación	136
Tabla 4.13. Fuentes informativas del medio de comunicación	138
Tabla 4.14. Posicionamiento del medio de comunicación	143
Tabla 4.15. Tono y posicionamiento de los medios de comunicación.....	146
Tabla 4.16. Posicionamiento del medio de comunicación desde el tipo de unidad analizada	148
Tabla 4.17. Adjetivación de la producción noticiosa del medio de comunicación	151
Tabla 4.18. Adjetivación de los medios desde las fuentes	155
Tabla 4.19. Adjetivación de las unidades de análisis desde su tonalidad	157
Tabla 4.20. Adjetivación de la producción noticiosa con niveles de subjetividad.....	158

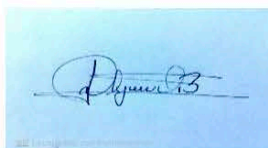
Tabla 4.21. Subjetividad de la producción noticiosa desde su tonalidad.....	159
Tabla 4.22. Atribución de responsabilidad otorgada por el medio de comunicación	162
Tabla 4.23. Tono de las unidades de análisis desde su atribución de responsabilidad	164
Tabla 4.24. Atribución de responsabilidad de los medios desde el uso de adjetivos.....	166
Tabla 4.25. Apelación de los medios de comunicación	170
Tabla 4.26. Apelación de los medios de comunicación desde el tema principal	176
Tabla 4.27. Apelación y atribución de los medios de comunicación.....	179
Tabla 4.28. Nivel de conflicto expresado por el medio de comunicación	181
Tabla 4.29. Conflicto de las unidades de análisis desde su nivel de espectacularización.....	183
Tabla 4.30. Teatralización de la producción noticiosa del medio de comunicación.....	185
Tabla 4.31. Autor de la producción noticiosa del medio de comunicación	187

Declaración de cesión de derecho de publicación de la tesis

Yo, Ángel Alejandro Almache Bernal, autor de la tesis: Públicos y contra públicos; los medios tradicionales frente a los medios nativos digitales en las manifestaciones de octubre de 2019 en Ecuador. Caso de estudio: *El Comercio* y Radio La Calle, declaro que la obra es de mi exclusiva autoría, que la he elaborado para obtener el título de maestría en Comunicación y Opinión Pública, concedido por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador.

Cedo a la FLACSO Ecuador los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, bajo la licencia Creative Commons 3.0 Ecuador (CC BY-NC-ND 3.0 EC), para que esta universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando el objetivo no sea obtener un beneficio económico.

Quito, enero de 2024.

A handwritten signature in black ink on a light blue background. The signature is cursive and appears to read 'Ángel A. Almache Bernal'. There is a small, faint logo or text in the bottom left corner of the signature area.

Firma

Ángel Alejandro Almache Bernal

Resumen

Las manifestaciones de octubre de 2019, desarrolladas en Ecuador ante las medidas económicas dictaminadas por el gobierno de turno (2017-2021), entre ellas la de mayor impacto: el alza de los precios de los combustibles que se habían mantenido por cuatro décadas, demanda de estudios y análisis para su actual e integral comprensión desde los roles, respuestas y acciones de los actores sociales, políticos y mediáticos.

En este propósito, este estudio enfrenta y compara a dos de sus protagonistas, al medio tradicional *El Comercio* y al medio nativo digital Radio La Calle, propuestos teóricamente en lógica de públicos, públicos dominantes o superiores a sus adversarios (Habermas 1994) y contra públicos, públicos subalternos o contestatarios (Fraser 1997) para analizar sus diferentes roles y tratamiento mediático-informativo, así como su posicionamiento ideológico y el nivel de conflictividad que expresan entre sí y desde las voces que amplificaron en su producción noticiosa.

Este análisis se desarrolla por medio de una metodología investigativa de corte cuantitativa, a través del análisis de contenido cuyo corpus analiza y examina 1 506 unidades noticiosas de los medios de comunicación planteados como caso de estudio para identificar con la mayor precisión sus funciones, posturas e inclinaciones como actores mediáticos y políticos en el contexto de la acción colectiva y las manifestaciones sociales de octubre de 2019, y de esta manera comprobar o no sus hipótesis centrales.

Los resultados, porcentajes y hallazgos del análisis de contenido establecen significativamente la línea teórica atribuida a cada medio, la conflictividad entre los actores de las manifestaciones sociales y, en especial, buscan explicar de qué manera y en qué nivel *El Comercio*, como público replicador de la voz del expresidente Moreno y del sector empresarial del país, se adhiere al discurso oficial del gobierno nacional y su política neoliberal, mientras que Radio La Calle, como contra público, amplificador de la voz de aquellos actores contestatarios, asume una posición en defensa de los derechos sociales y de resistencia de los manifestantes de octubre de 2019.

Agradecimientos

A la vida por permitirme estar aquí, a la convicción por querer estar aquí.

A mi padre, por su fuerza y sabiduría.

A mi esposa, Carolina: compañera de vida, de amor, de lucha y de debate social. Por su ternura y valentía. Latente luz y sonrisa que me acompañaron, como siempre y una vez más, en este nuevo andar académico.

A la familia que en silencio o en emoción me han escuchado, me han apoyado.

A mis profesores y a mis grandiosas maestras, cuya brillantez, rigurosidad y conocimiento aportaron en mi crecimiento académico, comprendiendo mis objetivos y motivando mi accionar.

A los amigos y amigas de la virtualidad, de la presencialidad, del gesto académico y abrazo sincero dentro y fuera de FLACSO Ecuador. A esa generación potente e irreverente que va a arrasarse con todo.

Finalmente, a Palmira: maestra y tutora que, con su sencillez, conocimiento y experticia guio, encaminó y potenció esta investigación. Gracias infinitas porque en este camino no solo me ofreció un asesoramiento magistral de inicio a fin, sino también una permanente amistad, escucha y cariño; tesoros invaluable que iluminaron mi mente, agrandaron mi corazón y fortalecieron mi voluntad.

Introducción

La presencia e impulso del ser humano como sujeto social se puede comprender en función de su competencia comunicativa, creadora de nuevos entornos dialógicos, sociales y estructurales, cargados de intencionalidades e implicaciones, que han contribuido de una manera profunda y compleja en el cambio de su modelo de desarrollo cultural, económico y político, así como en su manera de interrelacionarse con el resto de los sujetos y con su mundo social.

Competencia que la ha desplegado desde un ámbito íntimo, privado y público, de manera individual y colectiva, a partir de sus propias condiciones, representaciones y acciones; entre la más destacada, su capacidad inagotable de comunicar y reinventar permanentemente nuevas técnicas, tecnologías y medios de comunicación.

Sujetos y medios de comunicación ubicados y analizados en el estudio de la esfera pública, entendida de forma amplia como el espacio y tiempo desde donde, de manera directa y personal, los sujetos interactúan para intercambiar y transmitir pensamientos e información que se hacen comunes y públicos, produciendo y modificando la opinión pública. Esfera que demanda del acceso y participación crítica de los ciudadanos, los medios y la propia comunicación (Habermas 1991), difundida en la actualidad dentro de una esfera mediática digital, que se renueva permanentemente.

De esta manera, los medios de comunicación que conforman y conviven en la esfera pública y mediática al cumplir no solo una determinada función comunicacional, originan una estructura social dinámica, integradora, pero también problematizadora.

Medios que, a partir de ciertas propuestas teóricas, pueden ser entendidos en lógica de públicos competentes de juicios racionales con base a su capacidad comunicativa, generadores de una opinión pública dominante (Habermas 1994) que desde la formación de grandes emporios del periodismo y la comunicación se constituyen también como públicos mediáticos de enorme alcance y poder, en una reconfigurada esfera pública.

Pero también en lógica de contra públicos, como aquellos que extienden el espacio discursivo e interpelan el dominio de los públicos (Fraser 1997), con un rol y papel determinante en la esfera pública mediática, basados en posiciones ideológicas e intereses particulares o grupales que, además, mantienen relaciones en constante disputa, conflicto e interpelación, profundizadas durante crisis político-económicas, acciones colectivas y manifestaciones sociales.

A partir de estas perspectivas teóricas, junto a la categorización de los medios de comunicación y la comprensión teórica de las manifestaciones sociales (Fillieule y Tartakowsky 2015), desde el contexto ecuatoriano, la tesis aborda como problemática de estudio y análisis los roles, funciones y el tratamiento informativo que en lógica de públicos y contra públicos desarrollaron los medios tradicionales y los medios nativos digitales durante las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

De esta manera, en el escenario de las manifestaciones sociales de octubre de 2019 expresadas a nivel nacional, que colocan en acuerdo o desacuerdo el pensamiento e intereses de los actores políticos, sociales y mediáticos que la conformaron; que expuso el rechazo o aceptación de las decisiones de un gobierno y su impacto en la ciudadanía, el proyecto de investigación enfoca como problemática que los medios de comunicación tradicionales, los cuales siguen estableciendo una fuerte presencia en la opinión pública y los medios nativos digitales, como nuevos actores de la esfera mediática, con potenciadoras formas de comunicación, con denotadas diferencias en el manejo y tratamiento de la información entre estos, mantienen fuertes roles en tensión y debate. Tensión que se inscribe y profundiza en los fuertes contrastes desde sus objetivos, compromisos y cohesiones.

Así como en su posicionamiento ideológico, adherencias discursivas y las relaciones en disputa, conflicto e interpelación que estos actores mediáticos desplegaron entre sí y ante los actores sociales y políticos de las manifestaciones de octubre de 2019, tomando como caso de estudio al medio tradicional *El Comercio* y al medio nativo digital Radio La Calle.

Medios de comunicación que desarrollaron una amplia y significativa cobertura periodística y acción comunicacional acerca de las manifestaciones nacionales de octubre de 2019, en Ecuador, originadas ante la eliminación del subsidio a los precios de los combustibles por parte del gobierno nacional dirigido por el expresidente Lenín Moreno (2017-2021), decisión gubernamental oficializada a través del Decreto 883.

Por lo tanto, uno de los principales intereses de esta investigación constituye profundizar en el estudio de los roles, funciones, adherencias y conflictividad a partir del tratamiento mediático-informativo de los medios de comunicación señalados como caso de estudio en tiempos de crisis sociales y acción colectiva, para presentar información relevante que aporte al escenario actual y proponga nuevas investigaciones en el campo de las ciencias sociales y la comunicación, así como datos y cifras estadísticas que permitan la lectura e interpretación de

nuevos panoramas y formas de concebir el funcionamiento de los medios de comunicación, su complejidad y estructura.

Con base a esta problemática, la tesis se plantea en torno a la pregunta central, que refiere a ¿cuáles fueron los roles periodísticos que desempeñó el medio tradicional *El Comercio* y el medio nativo digital Radio La Calle, desde las lógicas de públicos y contra públicos, durante las manifestaciones de octubre de 2019 en Ecuador?

De esta interrogante se derivan las preguntas específicas comprendidas en: ¿cuál fue el tratamiento mediático-informativo que le otorgó *El Comercio* y Radio La Calle a los acontecimientos de las manifestaciones de octubre de 2019 en Ecuador; ¿cuáles fueron las posiciones ideológicas que asumió *El Comercio* y Radio La Calle como público y contra público, durante las manifestaciones sociales y la acción colectiva de octubre de 2019 en Ecuador? Y finalmente ¿en qué medida los medios que funcionaron como públicos y los que se desempeñaron como contra públicos establecieron relaciones de disputa y conflictividad interpelantes, durante las manifestaciones sociales de octubre de 2019 en Ecuador?

Para atender a estas preguntas, así como a los objetivos e hipótesis, la investigación se expone en cinco capítulos.

En el primer capítulo, en el marco teórico, se desarrolla y coloca en relación y debate las categorías centrales de la investigación: públicos y contra públicos desde los lineamientos teóricos de Jürgen Habermas (1990, 1991, 1994) y Nancy Fraser (1997), así como la manifestación social de Fillieule y Tartakowsky (2015).

Para caracterizar el comportamiento de los medios de comunicación a estudiarse, pero sobre todo para profundizar en sus funciones y sus diferentes roles, se abordan las propuestas teóricas de la lógica comercial mediática (Vallés 2010), la mediatización (Mazzoleni y Schulz 1999) y el paralelismo político (Hallin y Mancini 2007; Guerrero y Márquez 2014).

Para comprender la ideología y las adherencias discursivas de estos medios como portavoces y reproductores de posiciones ideológicas, así como las relaciones de disputa y conflictividad en procesos de manifestación social y acción colectiva, desde donde informaron y formaron opinión pública, la investigación toma planteamientos de los autores de sus categorías centrales, pero además se apoya en teóricos, tales como: Teun van Dijk (2003-2009), Thompson (2007), Fair (2011), Sandoval Obando (2015), White (2003-2004), Moragas (2004), entre los principales.

Además, estas propuestas teóricas clásicas y modernas se fortalecieron a través de planteamientos académicos y lecturas contemporáneas del contexto local latinoamericano, con autores como: Venegas-Vergara (2015), Martínez-Palacios (2017) Medeiros (2019) y Samaniego de la Fuente (2022).

El capítulo dos expone en un primer contexto la transición de la década del gobierno de Rafael Correa (2007-2017) hacia el gobierno de Lenín Moreno (2017-2021), desde una panorámica de la situación socio económica, política y mediática del Ecuador, para seguido abordar los dos primeros años de gestión de Moreno, caracterizada por una clara confrontación a su antecesor y por una serie de negociaciones, préstamos y acuerdos internacionales con el Banco Mundial y El Fondo Monetario Internacional FMI, sobre todo en los años 2018 y 2019.

La importancia de este previo contexto permite entender y profundizar sobre la antesala de las manifestaciones sociales de octubre de 2019, desarrolladas desde el jueves 3 hasta el domingo 13 de octubre de 2019, como respuesta ante el paquete de medidas económicas dictaminado por el expresidente Lenín Moreno, de las cuales, la eliminación de los subsidios a los combustibles fue la de mayor impacto. En este punto se presenta cronológicamente el escenario político y social de los once días de manifestaciones. Seguido se contextualiza el panorama mediático del Ecuador, sus inicios y crecimiento en medio de la era digital, sobre todo en el año 2019.

El capítulo tres expone el diseño metodológico de la tesis basado en la metodología cuantitativa de la investigación y desarrollado por medio del análisis de contenido de 634 unidades de análisis del medio tradicional *El Comercio* y 872 unidades del medio nativo digital Radio La Calle, publicadas y difundidas durante el mes de octubre de 2019.

El capítulo cuatro presenta la data estadística, los principales hallazgos obtenidos de la operacionalización de las variables críticas efectuada por medio del Statistical Package for the Social Sciences SPSS. Resultados conseguidos del enfrentamiento de las variables, que junto a su lectura, interpretación y correlación teórica exponen el tratamiento mediático-informativo, las posturas y adherencias; y la disputa, conflictividad e interpelación de los medios analizados, durante las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

Finalmente, el capítulo cinco de conclusiones expone el recuento esencial de los principales resultados y hallazgos obtenidos, para poder responder a las preguntas de investigación y de esta manera confirmar o no las hipótesis de la investigación.

Capítulo 1. Marco teórico

1.1. Públicos

El estudio de la esfera pública, entendida desde un concepto amplio como el espacio y tiempo desde donde, de manera directa y personal, los sujetos interactúan para intercambiar y transmitir pensamientos e información que se hacen comunes y públicos, y que pueden producir o modificar la opinión pública, se ha complejizado desde su propio origen, desde los tiempos del oikos y el ágora, hasta la actualidad.

Esta inicial noción de la esfera pública, desde el afianzamiento del Estado, el sistema político, económico y mediático moderno, más una serie de nuevas propuestas, queda un tanto caduca. Sin embargo, es preciso abordar su origen y evolución, para de esta manera identificar y comprender su propia dinámica y la de los públicos que la conforman.

Noción que se origina de aquellas ideas centrales del mundo público y común para todos, que une pero que “impide que caigamos unos sobre el otro, por decirlo así” (Arendt 1993, 62), de entender que es un espacio y proceso de flujo al mismo tiempo. Noción que nace del entendimiento de lo público como lo que está “abierto para todos” (Habermas 1991, 1) para que los individuos se reúnan unos con otros, un ámbito que requiere del acceso y participación crítica de los ciudadanos, además de los medios y la comunicación, y que depende del poder de la política y la economía.

De esta manera, el entendimiento de la esfera pública se complejiza, pues pone de manifiesto las claras diferencias entre la esfera social, pública y privada, debido a la propia condición humana y la diversificación de los sujetos en grupos sociales pertenecientes a la esfera pública, oficial e institucional. Esfera pública compleja, resultado de su evolución y del cambio de una era feudal a un capitalismo comercial consolidado del auge de la circulación de la información.

Esfera pública donde lo privado se vuelve público, notorio y reconocido, desde los salones de lectura y café donde se reunían las personas a discutir de los asuntos que les preocupaban (Habermas, 1981), desde donde lo económico se expande a través de los nuevos mercados y traspasa fronteras. Espacios y campos donde los sujetos y públicos que la conforman se dinamizan a la par de esta misma esfera, a la que complejizan desde su propia interacción, desplegando un sinfín de conexiones y disonancias en el ámbito político, económico, social, cultural, informacional y comunicacional, planteando relaciones y tensiones de poder y lucha.

Esfera conformada por una diversidad de públicos, los pioneros en configurarse como tal, que pronto se colocaron en acción, disputa y tensión. Públicos integrados y aislados, enfrentados unos contra otros y contra la autoridad y el poder absoluto. Los públicos entendidos de esta manera han mantenido una relación de desafío permanente entre ellos y frente a la propia esfera pública que los establece y que conforma su mundo social.

Estos públicos, creadores de la esfera pública y la nueva capa burguesa, que habían dejado de ser sujetos privados y podían emitir un criterio público, así los funcionarios estatales, curas, oficiales, médicos, profesores, comerciantes y banqueros, fueron los primeros en delinear y fortalecer un nuevo aparato del Estado y se encargaban de legitimarse entre sí y legitimar la opinión pública que generaban, pero que desde su origen se encontraban en permanente tensión y contraposición hacia algo o alguien. Así, “el *publicum* se desarrolla convirtiéndose en público, el *subjectum*, en sujeto; el destinatario de los mandatos de la superioridad en su adversario” (Habermas 1994, 63).

Desde las categorías *publicum* y *subjectum*, además del contexto del desarrollo de capital mercantil, social, el comercio y el tráfico de las noticias, Habermas introduce una noción de capa o publicidad burguesa desde donde otorga al público el papel central de convertirse en oponente del poder público, al tomar distancia de este y fortalecer una publicidad burguesa que conforma la esfera en la que las personas privadas se reúnen en calidad de público (Habermas 1994) y desde una capacidad racionante y conciencia política estratégica y comunicativa se constituyen como los nuevos públicos privados en contradicción con un poder absoluto y soberano.

En cuanto al concepto de publicidad, tal cual lo planteado por Habermas (1994), su significado proviene de la evolución de la sociedad burguesa y de las diversas maneras de comprenderla, es decir, desde asimilar que esta tiene que ver con lo común a todos, lo estatal, lo reconocido y lo visible, esto último no en sentido de propaganda comercial, sino como principio del orden político democrático de una publicidad, más adelante denominada representativa que no necesariamente estaba abierta a todos, pues más bien era el espacio y escena de la representación de la propiedad y atributos de dominio de ciertos públicos privados.

Concepto y connotaciones que también involucra a lo publicado y difundido desde la incipiente comercialización de las noticias que en principio no eran de acceso general pero que justamente con la evolución de la prensa y su acceso a estos nuevos públicos,

constructores de un nuevo aparato estatal, colocan en emergencia a esta publicidad burguesa, con el apareamiento de una opinión pública devenida de estos públicos privados contra el tradicional poder del Estado.

Nuevos públicos que, desde su capacidad de raciocinio e interrelación y desde una perspectiva mucho más actual de la configuración de la esfera pública resultado de la evolución de la información en red, más adelante expuesta, ya no solo los identifica como sujetos en disputa en el mundo físico, sino como actores que necesariamente deben estar interconectados en tiempo y espacio desde flujos y redes informáticas del espacio y la esfera virtual.

1.1.2. Los públicos generadores de opinión pública y cambios estructurales

Se parte, precisamente, desde esa capacidad de raciocinio de los públicos presente en la mayor parte de las propuestas de Habermas (1994) acerca de la opinión pública, así como desde las referencias que este autor realiza a las reflexiones de Kant (1784) sobre la ilustración y la libre publicidad del raciocinio y de los primeros entendimientos de Hegel (1821) acerca de una dialéctica de la publicidad y los niveles de la generación de la opinión, para comprender qué es y cómo se origina la opinión pública, y cómo esta desde una publicidad políticamente activa y sus funciones frente al poder puede sustentar la dinámica de una esfera pública burguesa.

De esta manera, únicamente los públicos competentes de juicios, más adelante especificados, desde la propuesta de Habermas, con base a su capacidad comunicativa y de raciocinio son capaces de acercarse a la producción de una opinión pública bañada de una racionalidad necesaria y determinante para su generación.

Así, en un intento por sintetizar el concepto habermasiano de opinión pública, más adelante profundizado, se podría considerar que se origina y construye desde un proceso que insta al raciocinio y es resultado del debate, el diálogo, la crítica y el intercambio de argumentos racionales, resultado de un flujo comunicacional, encaminados al entendimiento y a la presentación de la mejor idea, de dominio político e interés general.

Desde estos primeros planteamientos teóricos, que se complejizarán en las próximas líneas, se comprende que la opinión pública no impone consensos infundados, no desea persuadir, ni exponer temas particulares que no sean de interés colectivo. La opinión pública está legitimada por un proceso consensuado y fortalecido desde lo democrático, que busca entregar y colocar en la esfera pública y política el mejor argumento y la mejor idea, garantizada y reconocida por un público raciocinante, tal como lo propone Habermas.

Con la rigurosidad que demandaba la comprensión y sobre todo la generación de opinión pública, como se ha puntualizado, y con el cambio estructural de la esfera pública burguesa (Habermas 1994) junto a los públicos que la conforman, se originan una serie de transformaciones profundas en esta esfera y su dinámica política junto a las funciones de la publicidad y su participante más relevante, la prensa.

El primer cambio estructural, el paso de un periodismo todavía particular o de “escritores privados”, en términos de Habermas, de una industria artesanal todavía de correspondencia y transporte de información acumulada, al apareamiento de un periodismo de redacción, de una prensa portadora y guía de opinión pública, dotada de capacidad de raciocinio, alcance y perfeccionamiento publicista y mercantil, generadora también de una sociedad comercial y una cultura de consumo y consumidores, al origen de los medios de comunicación de masas.

El segundo cambio de fondo constituye el perfeccionamiento técnico de la prensa y con este el apareamiento de un periodismo de opinión que repunta más que en una función comercial, en la idea de una función crítica y se empieza a promover una lucha de intereses, como lo refiere Habermas, que origina una división política partidaria entre los propios políticos, dueños y trabajadores de los periódicos.

El tercer cambio refiere el afianzamiento de una prensa comercial y de negocios con la destacada particularidad del apareamiento del artículo editorial que, sin embargo, enfrentaba el peso y dominio de las noticias comerciales y que también entre sus funciones se inscribía el reforzar la base económica del periódico.

Finalmente, un cuarto cambio profundo en la estructura de la esfera pública, promovido desde su interlocutor más potente, la prensa y el periodismo, da paso al fortalecimiento de la prensa de masas desde una concepción de empresa capitalista, fuertemente delineada por la manipulación comercial y publicitaria al servicio de intereses privados de los nuevos grupos de poder político y económicos de esta esfera.

Habiendo destacado los mayores cambios de esta transformación estructural, abordados por Habermas, es necesario empezar a enfatizar en un aspecto clave en este planteamiento teórico, más adelante constituida en una categoría de estudio, y que refiere justamente a cómo desde el origen y auge de la prensa de masas, los redactores se ciñen a la empresa periodística para la que trabajan y empiezan a cumplir funciones determinadas por la lógica empresarial. Al respecto y en esta línea, es pertinente citar al autor:

[...] se configura una tendencia a desplazar de las primeras jerarquías del periódico a los grandes periodistas [...]. La editorial contrata a los redactores para que, de acuerdo con oportunas indicaciones, y atados a ellas, trabajen para los intereses privados de una empresa lucrativa (Habermas 1994, 213).

Este auge y comercialización de la información desde las grandes cadenas, consorcios periodísticos y agencias de noticias internacionales, junto a la innovación ya no solo técnica, sino también tecnológica que adaptan y despliegan, logran que estos emporios del periodismo y la comunicación pasen a constituirse también como públicos de enorme alcance y poder, en una reconfigurada esfera pública.

Siguiendo a Habermas, estas nuevas instituciones informacionales y publicistas, que concentran fondos, intereses y capitales económicos, tecnológicos y organizativos, se han convertido en “complejos sociales de poder, debilitando sus funciones críticas, y convirtiéndose en medios de comunicación de masas que han expandido la esfera de la publicidad” (Habermas 1994, 215), además de impregnarla de su “cultura comunicacional” y transformándola desde su lógica empresarial y comercial. Razones por las que se ha propuesto que los medios de comunicación masiva pasaron a ser y se conformaron en públicos autónomos y determinantes de la esfera pública y la opinión pública.

Sin embargo, la propuesta de síntesis del concepto de opinión pública de Habermas, presentado en líneas anteriores, infiere mayores significados y comprensiones. Así y desde una concepción más compleja y profunda del entendimiento del espacio público y en relación a este y a su teoría de la acción comunicativa (Habermas 1989), la opinión pública si bien significa el resultado de la mejor idea y el diálogo racional, también comprende el fruto de la puesta en escena de contradicciones, diferencias y enfrentamientos de las ideas y posturas de los intra e interpúblicos entre sí y con el Estado, que en varios casos sobrepasan la teoría del raciocinio consensual y responden más al resultado de la crítica por comprender estas mismas contradicciones desde diversos flujos comunicativos.

De tal situación, "la opinión pública está en relación con tareas de crítica y de control que el público de los ciudadanos de un Estado ejerce frente al dominio estatalmente organizado" (Habermas 1973, 63).

Así la opinión pública no podrá ser concebida como una estructura dada y terminada, como una configuración predefinida de acción y del rol de los públicos. La opinión pública desde el espacio de lo público potencialmente se interioriza y exterioriza, une y contrapone varias

redes y dinámicas de los públicos y de la propia esfera pública siempre permeada por el flujo social, comunicacional y político.

[...] El espacio de la opinión pública, como mejor puede describirse es como una red para la comunicación de contenidos y tomas de postura, es decir, de opiniones, y en él los flujos de comunicación quedan filtrados y sintetizados de tal suerte que se condensan en opiniones públicas agavilladas en torno a temas específicos. (Habermas 1998, 440).

De igual manera, al igual que la comprensión de la opinión pública desde una perspectiva más compleja, el entendimiento de la esfera pública no puede reducirse a una subsecuencia lineal de su propio desarrollo bajo lo estatal, lo social o institucional, sino desde la propia heterogeneidad de los nuevos públicos que la conforman.

1.1.3. Diferentes perspectivas de los nuevos públicos

Desde una perspectiva más compleja de la esfera pública integrada por individuos, públicos y masas, y las nuevas funciones de los medios de comunicación masivos resultado de los cambios estructurales de la esfera pública, anteriormente apuntados, surgen nuevos y diversos públicos paralelos a los que conformaban la capa burguesa, que también en su momento se opusieron a un poder absoluto, y con ellos también surgen nuevas teorías y posturas de cómo entenderlos.

El propio Habermas renovó ciertas categorías de análisis y presentó otros aportes con respecto a sus planteamientos de la publicidad burguesa, expuestos en las nuevas ediciones su trabajo cumbre, *Historia y crítica de la opinión pública* (1990-1994), sobre todo en lo que refiere a la variación y cambio estructural de la publicidad y la transformación del Estado social y su conformación, en cuanto a la modificación que enfrentaron las estructuras comunicativas bajo la presencia política de los medios de comunicación de masas y el apareamiento de una nueva publicidad o públicos, aquella denominada publicidad plebeya.

Con esta nueva mirada y desde el aporte de otros teóricos como Geoffrey Eley (1989) y Hans Wehler (1987), el autor confirma la existencia de una publicidad más pequeña conformada por un público lector que discute críticamente (ciudadanos y burgueses más allá de la república de eruditos), además, propone que la esfera privada surge hacia afuera, en una red gruesa de comunicación pública. Este fenómeno social y cultural da paso a un incremento agigantado de lectores, escritores y la producción de libros, revistas y periódicos, originando una nueva cultura lectora, donde aparecen otras publicidades subculturales o específicas de clase, proponiendo el surgimiento de la publicidad plebeya, que más que ser una variante de

la publicidad burguesa, es la que le otorga un potencial emancipatorio en un nuevo contexto social. Así, trabajadores, campesinos, populacho y mujeres se ven adheridas al discurso de la publicidad burguesa y desde dentro pudiendo transformarla (Habermas 1994).

En lo que refiere al cambio estructural de la publicidad, Habermas propone el entendimiento de la transformación del Estado con gran acción sobre los públicos, que establece una relación de poder público-libertades, y desde la economía comprendiendo el ámbito socioeconómico y de derecho privado.

De esta manera, el Estado introduce a los individuos y a la sociedad en la publicidad burguesa, sin libertad política, es decir, ninguna participación en la decisión. El poder político de decisión concentrado únicamente en el Estado y sus políticas como organización de dominio, actuando en la ejecución de decisiones legítimas desde su competencia pero que no necesariamente representaban la voluntad de todos, donde la sociedad burguesa de cierta manera nuevamente empezó a contraponerse a esta forma de dominación.

Estos aspectos de la vida social comunitaria y política, el rol del Estado y el paso y auge de los medios de comunicación a mass media electrónicos relevantes en la propaganda e inmediatez, con una fusión entre el entretenimiento e información con dominio manipulador para conseguir las lealtades de las masas y sus intereses comerciales, promueven una esfera pública dominada y pre estructurada al mismo tiempo por los mass media, el poder político y los flujos de comunicación que actúan sobre el conocimiento y sobre las posibles relaciones de tensión que surgen entre los públicos y los nuevos públicos, que desde su condición y posición empiezan a concebirse desde otra visión y reivindicaciones.

Pero otro aspecto de interés en el desarrollo de la esfera pública y su flujo comunicativo es el hecho de que los mass media reorientan y dirigen los asuntos de interés ya no solo del Estado sino del pueblo hacia un gran público, “siendo la figura más plenamente comunicacional de lo público, la opinión pública” (Barbero 2001, 74) y logrando que, desde la perspectiva habermasiana en palabras del propio Barbero, la publicidad una dos momentos en un proceso deliberante: la prensa que configura lo privado en lo público por medio del debate de ideas y ahora sí el de la propaganda comercial que dota de interés público los intereses privados, produciéndose de esta manera el paso de lo público al público y a los nuevos públicos.

Recogiendo el concepto central y originario de los públicos se podría sostener que, a pesar de los cambios sociales provocados por el fortalecimiento o debilitamiento del Estado, la institucionalidad, los medios de comunicación junto a sus nuevas tecnologías y el sistema

político y económico, es el interés en común lo que los ha identificado como sujetos sociales y los ha movido hacia determinados objetivos, causas y luchas. Un público o públicos como el resultado de una conducta conjunta y una actividad social entre individuos que nace del interés común (Dewey 2004).

Individuos que son parte sustancial de un público y sus problemas, con intereses comunes en demanda y conflicto, que desde su potencial reflexivo pueden generar procesos de interacción colectiva, institucional y democrática para enfrentarlos y resolverlos y que, además, como propone el mismo Dewey designan a sus representantes para que intervengan decisivamente en acciones no deseables a sus intereses en común.

Sin embargo, desde estos mismos niveles de democracia e institucionalidad, el público entendido como masa, audiencias o mayoría, en sentido negativo, influenciado por la complejidad de sus pseudo entornos, el peso de la lógica de los medios y sus propios intereses, son limitados, incapaces y frágiles por naturaleza actuando así desde la emoción, el impulso y la falta de intelecto (Lippmann 2003-2008), debilitando totalmente el proceso y la calidad de la democracia.

Desde una perspectiva contemporánea, se podría asumir que la comprensión de esfera pública, opinión pública y en especial de los públicos, a partir de sus formas de autoorganizarse, interrelacionarse y expresarse a través de sus identidades y sentimientos de pertenencia (Warner 2012), así como de asumirse, presentarse y representarse desde su mundo social, relaciones en tensión y la concepción de una esfera diversa, no es simple ni lineal, sino sumamente compleja. Públicos que incrementan esta complejidad ante la interactiva expansión de la comunicación, las nuevas tecnologías de la información TIC y el perfeccionamiento de los medios de comunicación en sus múltiples maneras de transmitirse en una era de la comunicación digital en constante cambio e innovación.

De igual manera y previo a situar el origen de otro tipo de públicos y sus roles dentro de una esfera pública diversa y problematizadora, desde una visión mucho más contemporánea y regional, se puede entender que justamente esta esfera integra una heterogénea, dinámica y compleja colectividad de públicos y nuevos públicos que no pueden ser encasillados o unificados bajo un mismo nombre. Esfera que toma otras denominaciones y configuraciones, tales como: esfera pública informal, alterna y subalterna, conformada por matrices contra discursivas (Medeiros 2019) que representan las luchas, disputas y contradicciones de quienes enuncian estos discursos e integran estas nuevas esferas.

Esa complejidad y diversidad de actores es la que caracteriza pero no unifica las diferentes esferas y públicos de la región, aquellas que además de fluir en contra de lo establecido empiezan a generar varios flujos, tanto verticales como horizontales, este último sobre todo generado gracias a la esfera y comunicación digital, categorías más adelante abordadas, originando un proceso contra discursivo y opositor no preestablecido y no necesariamente resultado del debate técnico y racional, sino de la vida cotidiana, reflexiva y crítica (Medeiros 2019) de sus públicos integradores, que han propuesto nuevos lenguajes, símbolos y formas de significar su vida social.

Así por ejemplo en Latinoamérica se inscriben como nuevos y otros públicos: el indígena, los afrodescendientes, el movimiento feminista, el movimiento estudiantil, los ambientalistas, los colectivos por la libre e igualitaria representación sexual y de género, como el colectivo LGBTIQ+, así como los colectivos ambientalistas y ecologistas, entre otros, que, debido a su diversidad, complejidad y disputas, dentro de estos ya identificados públicos, surgen como otros sub nuevos públicos.

1.2. Contra públicos

El estudio de la esfera pública y su propia complejidad, como se ha puntualizado a partir de los planteamientos teóricos referidos, reconoce desde varios presupuestos la existencia de otros públicos en la vida pública burguesa, antesala al surgimiento del espacio público, como lugar de derecho y participación de la sociedad donde se conjugan protestas sociales, demandas ciudadanas y la acción de los medios de comunicación de masas, es decir, una esfera pública desde donde interactúan en relación y disputa diferentes públicos.

Desde una repotenciada conceptualización de la publicidad burguesa aparecen otras publicidades subculturales o específicas de clase: una publicidad plebeya, anotada anteriormente desde la nueva propuesta habermasiana, que más que ser una variante de la publicidad burguesa es la que le otorga un potencial contestatario y transformador desde un nuevo contexto social que sin embargo han sido interpeladas por varios autores y estudiosas de esta temática social y categorías teóricas.

La comprensión e incluso el reconocimiento de otros posibles públicos, lo que entenderemos más adelante como contra públicos, con posibilidad de algún tipo de acción cuestionadora no sería suficiente para suplir sus principales y prioritarias necesidades, esta es una de las aperturas que enuncia Nancy Fraser (1997), en la comprensión y análisis de los contras públicos.

Fraser quien encuentra sustento de su propuesta de contra públicos en la historiografía revisionista de autoras del movimiento feminista, como: Landes (1988-1992), Geoff Eley (1987) Brooks-Higginbotham (1990) y Ryan (1990) interpela al concepto de esfera pública burguesa de Habermas y al modelo liberal de esta institución, enfatizando que estas nuevas aperturas propuestas por Habermas “no son suficientes para suplir las necesidades actuales de una teoría crítica social y de la actual democracia” (Fraser 1997, 98).

Estas autoras sostienen que la explicación de opinión pública (consenso racional) ofrecida por Habermas idealiza la esfera pública burguesa y no analiza “otras” posibles y argumentan que, a pesar de su retórica de publicidad y accesibilidad, racionalidad y suspensión de jerarquías, estaba más bien basada y construida por un número importante de estas consideraciones y exclusiones.

Así, por ejemplo, el ámbito del espacio público de los clubes y asociaciones filantrópicas, cívicas, profesionales y culturales, lejos de ser accesibles a todos se construían como centros base del poder de hombres burgueses visto por ellos mismos como clase universal gobernante. Es decir, una élite emergente que busca desplazar la existente y también a los estratos populares y plebeyos, a esos contra públicos.

Fraser también aborda la transformación estructural de la esfera pública, desde donde destaca el apareamiento de nuevos públicos, los denominados contra públicos, pero basada en una alternativa historiográfica, desde cuatro presupuestos que exponen sistemáticamente las debilidades de la esfera pública burguesa de Habermas. Estos presupuestos son: libre acceso, paridad en la participación e igualdad social; igualdad, diversidad y públicos múltiples; esferas públicas: preocupaciones públicas e intereses privados y, por último, públicos fuertes, públicos débiles, sobre la sociedad civil y el Estado.

Contra públicos que, según Brooks-Higginbotham, Ryan y la propia Fraser, surgen al mismo tiempo del público burgués, despojándolo de una exclusividad en la esfera y el espacio público y que, a pesar del persistente bloqueo por parte de la élite burguesa, desarrollaron comportamientos y formas alternativas de expresión pública en espacios discursivos alternativos desde sus propios contra discursos y dentro de una ley y esfera pública siempre en conflicto.

Por el contrario, prácticamente al mismo tiempo que el público burgués surgió un ejército de contra públicos, entre ellos públicos populares, campesinos, mujeres de élite, públicos negros y públicos proletarios, por consiguiente, hubo públicos en competencia y conflicto, desde el principio y no solo desde fines del siglo XIX, como lo sugiere Habermas (Fraser 1997, 105).

En lo que refiere al primer presupuesto: libre acceso, paridad en la participación e igualdad social, Fraser reconoce que a pesar de que cierto tipo de exclusiones, sobre todo, aquellas basadas en el género, la propiedad y la raza han sido eliminadas, aún estas supuestas igualdades no se han concretado, porque más allá de superar y eliminar ciertas exclusiones, esta exige que desde la interacción discursiva los interlocutores se coloquen en igual condición y estos parámetros precisamente aún no se han alcanzado, pues los grupos socialmente subordinados carecen de este libre acceso.

Así, esta interacción discursiva de la esfera pública servía, más bien, para marginar a las mujeres, personas de color y miembros de la clase plebeya. En realidad, no se promueve la paridad en la participación porque la esfera pública burguesa invisibiliza las desigualdades sociales y promueve la autonomía de la institucionalidad, así como la disociación de las instituciones políticas de las de carácter económico y cultural. De igual manera, esta dinámica se presenta en la función y uso de los medios de comunicación que, en manos privadas, operan más con ánimo lucrativo.

Desde el segundo presupuesto: igualdad, diversidad y públicos múltiples, se identifica la naturaleza y calidad de las interacciones entre los diferentes públicos, desde las sociedades estratificadas conformadas por grupos sociales desiguales en relaciones de dominación y subordinación, públicos dominantes que pretenden imponer un falso nosotros a los públicos subordinados.

Por tanto, desde los grupos subordinados resulta imperante construirse como actores y públicos alternativos o también denominados contra públicos, “que extienden el espacio discursivo, pero que siempre podrán ser no virtuosos, puesto que algunos de ellos incluso son hasta antidemocráticos y antiigualitarios con sus propios métodos de exclusión y marginación informal” (Fraser 1997, 116).

Sin embargo y a pesar de estas configuraciones propias y de los conflictos y desigualdades entre los públicos y contra públicos siempre será mejor una pluralidad de públicos en competencia, plantea Fraser, pues las esferas no necesariamente deben ser homogéneas, ya que están conformadas por diversos valores, identidades y estilos culturales.

Este segundo presupuesto sirve también para entender la posibilidad de ensanchar la esfera pública y el espacio del discurso de los públicos subordinados o contra públicos subalternos que, desde su discurso y acción, amplían los espacios discursivos y la opinión pública, aunque probablemente y ante la existencia de escenas de influencia y decisión seguirán siendo

públicos débiles. A pesar de esta situación, Fraser destaca también que, en este tipo de sociedades:

[...] los contra públicos subalternos tienen un doble carácter. Por un lado, funcionan como espacios de retiro y reagrupamiento; por el otro funcionan también como bases y campos de entrenamiento para actividades de agitación dirigidas a públicos más amplios. Precisamente, en esta doble dinámica reside su potencial emancipatorio (Fraser 1997, 117).

Desde el tercer presupuesto: esferas públicas, preocupaciones comunes e intereses privados, se posiciona a los contra públicos subalternos contestatarios frente a los públicos dominantes, cuestionando las fronteras de la esfera pública. En varias disputas y contiendas políticas, enmarcadas en la historia como procesos coyunturales y extendidos momentos de reivindicación y revolución, se podría entender también a los contra públicos subalternos y sus voces contestatarias, constituirse no solo como grupos pertenecientes a una esfera pública en conflicto con los públicos dominantes, sino como actores políticos decisores para alcanzar reivindicaciones sociales, políticas y económicas.

En este mismo presupuesto se enfatiza sobre el significado del interés para todos, entendimiento abordado anteriormente desde Dewey (2004) y Lippmann (2003-2008), desde una perspectiva del participante; es decir, desde el interés en común; planteamiento teórico que puede ser relacionado directamente con las prácticas y acciones tomadas por los contra públicos subalternos, cuando como participantes y actores de momentos de acción colectiva, categoría desarrollada más adelante, puedan decidir qué es de interés común para ellos.

Finalmente, desde el cuarto presupuesto: públicos fuertes, públicos débiles sobre la sociedad civil y el Estado, el modelo liberal de la esfera pública genera a los públicos débiles, que a pesar de crear opinión no toman decisiones y a los públicos fuertes representados por el parlamento, que a más de generar opinión sí toman decisiones.

Lo estimable, según Fraser, constituirá que públicos débiles y fuertes deliberen y teoricen sus propias relaciones con el fin de generar opiniones y ejecutar decisiones en conjunto, ya que “cualquier concepción de esfera pública que exija la separación entre sociedad civil y Estado será incapaz de concebir las formas de autoadministración, coordinación inter públicos y responsabilidad política, que son esenciales para una sociedad democrática e igualitaria” (Fraser 1997, 131-132).

Así para la autora, lo determinante de sus planteamientos constituye y se resumen en: la eliminación de la desigualdad social, no solamente su suspensión; la siempre preferible

multiplicidad de públicos a una única esfera pública en sociedades estratificadas o igualitarias; la inclusión y no la exclusión de intereses comunes dentro de una esfera pública, y la articulación de públicos débiles y públicos fuertes, en los que la opinión pública y la decisión conjunta de estos puedan encontrar formas de negociar y recombinar sus relaciones para suplir las necesidades actuales de una teoría crítica social y de la actual democracia.

Estos planteamientos han tenido eco en varios autores y estudiosos de estas categorías, desde diferentes líneas y lecturas teóricas contemporáneas, así, precisamente en sentido de democracia, espacio público y ciudadanía, la existencia de diferentes sujetos y posturas siempre generará disensos y discrepancias, es decir, una lucha agonista con diferencias de ideas y planteamientos como condiciones necesarias para la sostenibilidad de un sistema democrático y la propia continuidad de la democracia frente a la esfera pública (Mouffe 2007).

Para potencializar el entendimiento de los contra públicos es necesario referir que estos también desarrollan y cumplen varias de las funciones de los públicos, según Warner (2012), desde el aspecto ideológico e identitario, pero, desde sus contra discursos, configuraciones y diversidades cargadas de ideología e identidad, podrían superar aquella noción de subalterno, pues consciente e inconscientemente saben de su estatus de subordinación, entonces como propone este autor el señalamiento de subalterno queda un tanto relegado.

El discurso contrapúblico es mucho más que la expresión de una cultura subalterna y mucho más que lo que algunos foucaultianos gustan llamar “discurso invertido”. Los contrapúblicos son “contra” en la medida en que tratan de proporcionar diferentes maneras de imaginar la sociabilidad de los desconocidos y su reflexividad; en tanto públicos permanecen orientados a la circulación de los extraños de una forma que no solo es estratégica sino constitutiva de la membresía y sus afectos (Warner 2012, 141-142).

Complementando estos planteamientos con nuevas y diferentes perspectivas referentes al contexto latinoamericano, que amplían las líneas teóricas propuestas, estos contra públicos personalizan un aspecto individual y colectivo, una actividad más intra pública de lucha, discrepancia y negociación, sobre todo, de heterogeneidad y multiplicidad de voces, posiciones y espacios de acción y comunicación (Pietro 2006) que promueve un entretejido social de transformación político-democrático complejo y diverso, dentro de una esfera pública que al retroalimentarse de estos contra públicos y sus dinámicas problematizadoras, también se vuelve densa e indeterminada, logrando eso sí configurarse en plural como “contra

esferas públicas” (Samaniego de la Fuente 2022, 5), de amplia cabida para las voces disidentes y populares.

De esta manera los postulados de Fraser (1997) como la autora referente al hablar de contra públicos ha recibido lecturas y ampliaciones que en el marco regional latinoamericano desean ahondar más allá de su postulado crítico, inclusivo y comunicativo, para poder describirlos y situarlos de mejor manera en una escala micro y particular (Martínez-Palacios 2017) a estos contra públicos de frente al mundo social en donde se desarrollan para ser considerados realmente parte de una auténtica democracia deliberativa y participativa.

Estos contra públicos enunciados en líneas anteriores como movimientos feministas, indígenas, campesinos, afrodescendientes, grupos populares, estudiantes, movimientos sociales y otros nuevos contra públicos, tales como: los colectivos LGBTIQ+, ambientalistas y animalistas al igual que los contra públicos mediáticos, conforman una nueva esfera subalterna contestataria incluso de la esfera contra pública ya existente, que, superando los postulados de Nancy Fraser, son entendidos desde el marco regional latinoamericano (Martínez-Palacios 2017; Samaniego de la Fuente 2022) ya no solo como actores parte de un proceso económico y social macro de redistribución y reconocimiento, sino y sobre todo como actores contestatarios y deliberantes de un proceso político propio, comunitario, colectivo y heterogéneo, así como enunciadores de un proceso de innovación democrática, inclusivo, expansivo y dialógico.

[...] muchos grupos sociales que a nivel histórico han sido marginalizados u oprimidos han encontrado una alternativa: Organizarse en contra esferas públicas, a partir de la construcción de espacios locales, en los márgenes de la cultura oficial donde pueden participar e interactuar como miembros de una comunidad con intereses y características particulares que son constitutivos de su identidad (Samaniego de la Fuente 2022,15).

Y otras formas de pronunciarse y de enunciarse de manera alternativa al discurso oficial y publicado (Habermas 1991-1994) proviene de sus propias arenas inter-discursivas (Fraser 1994) narrativas y relatos, algunos retóricos y otros reinventados, renovados e innovados con el propósito de obtener -en un universo de diversidades que unen y alejan al mismo tiempo- sus propias formas de expresión (Barbero 1991) su propia voz (Samaniego de la Fuente 2022) y estilo para transformar el mundo social y redefinir sus identidades y objetivos en el campo social, cultural y político.

Acciones que ponen de manifiesto, más allá de la utopía, que en toda sociedad y esfera pública, en la propia contra esfera pública y sus sub contra públicos integradores, que en

Latinoamérica en particular, donde todavía prima la voz hegemónica de las élites económicas y políticas que acallan a las mayorías, a los pueblos indígenas, a los movimientos sociales, feministas y anti neoliberales, debe primar la sana y justa convivencia entre cada una de las diferencias y heterogeneidades de sus públicos, así también como de los derechos fundamentales de los seres humanos, sus diversidades y su espacio privado en consonancia de sus intereses y necesidades colectivas expresadas en el espacio público y contrapúblico “motivando la pluralidad de opiniones, así como de temas de discusión” (Quintero Velázquez 2019, 113) en la búsqueda de la construcción de un mundo donde haya lugar para las diferencias y los pluralismos” (Tunali 2020, 346 en Samaniego de la Fuente 2022,16).

De esta manera a partir de una mirada reflexiva y analítica de la región, propuesta por los autores citados, el entendimiento y estudio de las contra esferas públicas (Samaniego de la Fuente 2022) conformada por contra públicos y subcontrapúblicos capaces de crear flujos horizontales (Medeiros 2019) gracias a la comunicación digital y de generar acciones colectivas, categorías más adelante abordadas, permite comprender un poco más la configuración contemporánea de Latinoamérica en clave de su propia disposición plural, desigual y conflictiva, pero también de su capacidad no solo contestaría, sino de su potencialidad transformadora de la estructura política, económica y social.

1.3. Medios tradicionales y su ejercicio en la esfera pública

Los medios de comunicación tradicionales difunden mensajes a nivel masivo, así el periódico, la radio y sobre todo la televisión, también conocidos como medios de comunicación masiva o mass media desde su concepción original obedecen a un proceso de comunicación emisor-medio-receptor, encargados de enviar o transmitir la información de manera masiva al lector, radioescucha o televidente.

El periódico, a través de la prensa escrita, desde el origen de la palabra y la escritura, del apareamiento y perfeccionamiento de la imprenta, se proyectó como el primer medio de comunicación de masas, y hasta la actualidad el que mayor extensión, profundidad e impacto ofrece en cuanto al despliegue de la información que publica y difunde (van Dijk 2009). Más adelante, y desde ciertos planteamientos teóricos, se ahondará en el porqué de su vigencia dentro de una era de la comunicación digital y las multiplataformas comunicacionales que se reconfiguran y actualizan constantemente.

En el escenario de lo digital, la televisión podría entenderse y desde la propuesta de ciertos autores, entre ellos Sartori (1998), como el primer medio tradicional en provocar los iniciales

efectos de virtualidad y movilización del sujeto hacia otros mundos sociales. Sin embargo, fue el periódico el primer medio de comunicación que migra y adapta sus contenidos a la era de la comunicación digital, categoría que será abordada en las próximas páginas.

Medios tradicionales que siendo difusores masivos de ideas, mediadores entre el sistema político estatal y la ciudadanía, mediando y ocupando la esfera pública, al ejercer su rol informativo sobre los acontecimientos más relevantes de la sociedad y, por supuesto, al entretener a la población, han configurado un sistema y varias redes de comunicación a nivel local, nacional, regional y mundial, siendo componentes sustanciales y generadores de cohesiones y cambios sociales, políticos y económicos desde su aparición y a lo largo de su trayectoria, además de ser sujetos de investigación desde varios paradigmas teóricos de estudio.

Siguiendo esta apertura, medios tradicionales que se pueden agregar y adherir a la dinámica y lógica de las élites económicas y empresariales que, con base a su función y ejercicio, como grandes maquinarias mediáticas de difusión masiva, desde sus roles periodísticos pueden construir y erigir mediáticamente escenarios, espacios de opinión y perfiles, movilizándolo y generando opinión pública.

Dado que los medios masivos de comunicación son sustentados por grandes empresas comerciales inscritas en el sistema social y económico vigente, dichos medios contribuyen al mantenimiento de ese sistema. Esta contribución no aparece únicamente en la eficaz publicitación del producto ofrecido por el patrocinador. Se desprende, más bien, de la típica presencia en los relatos de las revistas, programas de radio y columnas periodísticas, de algún elemento de confirmación, algún elemento de aprobación de la actual estructura de la sociedad. Y esta permanente reafirmación subraya el deber de aceptar (Lazarsfeld, Merton 1977, 8).

Un macro sistema mediático que, obedeciendo a su propia lógica (Lasswell 1985) desde los modelos de comunicación en la emisión del mensaje y los canales (medios tradicionales), centra su principal objetivo, como se señaló, en la difusión-recepción del mensaje, con un claro y denotado interés por el control y el efecto en las audiencias receptoras, siendo el sujeto, dentro de este modelo el ente a quien se debe persuadir, incidir y presionar.

En toda sociedad, los valores son modelados y distribuidos de acuerdo con unas normas más o menos distintivas (instituciones). Las instituciones incluyen comunicaciones que son invocadas como apoyo de la red de acción como un todo. Estas comunicaciones son la

ideología. Por lo que se refiere al poder, cabe distinguir entre la doctrina política, la fórmula política y la miranda (Lasswell 1985,5).

La propuesta de estos autores constituye puntos de partida para abordar el rol, funciones y posiciones ideológicas de los medios de comunicación tradicionales que, desde estos postulados pueden ser considerados como actores comunicacionales que, a más de transmitir, aportan en la sostenibilidad de una esfera pública elitista y en la construcción de una opinión pública dominante y posiblemente se apegan a la lógica del orden político instaurado, entiéndase este como el Estado y el gobierno.

Al respecto del orden dominante instaurado es pertinente recordar una de las referencias teóricas citadas en este marco, planteadas por Habermas (1994), en cuanto al cambio estructural y el auge de la prensa de masas que señala a la prensa como institución empresarial de gran alcance constituida como portadora y guía de opinión pública de las élites políticas, y desde un ámbito cultural, económico y comercial más complejo, no solamente como transmisora, sino como un gran consorcio generador de opinión pública.

Medios tradicionales o masivos que además de moldear y construir opinión pública por medio de “mensajes dotados de un contenido estratégicamente orientado y con impacto en un determinado público” (Saperas 1987, 19), pueden provocar una acción comunicativa una vez finalizado el proceso de comunicación básico referido anteriormente sobre todo desde la producción de noticias cargada de ciertos efectos cognitivos.

De tal manera, Saperas identifica tres tipos de efectos: la dimensión cognitiva de los medios de comunicación, las actitudes de las audiencias y las conductas deducidas de los impactos de la comunicación de masas, efectos que en su propia evolución y desde diferentes enfoques de estudio, tales como la teoría de la aguja hipodérmica (Lasswell), el doble flujo (Lazarsfeld, Merton) y los usos y gratificaciones (Katz, Blumer y Gurevitch) buscan de manera heterogénea “el cambio de opinión o la determinación de la conducta individual o colectiva” (Saperas 1987, 23).

Desde propuestas modernas y desde diferentes perspectivas como las del entorno, sistemas y ecologías de los medios, desarrolladas también por autores como McLuhan, Sartori y Scolari, pero con renovadas ideas y análisis de sus iniciales propuestas se puede entender el desplazamiento y evolución de los medios hacia un ecosistema digital, así como su restablecida relación con la sociedad (Scolari 2015), pero desde una persistente configuración como grupos de comunicación dominante.

De esta manera y para abordar a los grupos de comunicación dominantes, es necesario recordar la centralidad de los medios de comunicación tradicionales y sus inagotables funciones de “propaganda y manipulación de la llamada opinión pública” (González Pasos 2019, 35).

González Pasos rescata estos postulados teóricos clásicos y refiere a otro pensador moderno como Pierre Bourdieu (1980) al enfatizar que los medios intentan permanentemente generar un ambiente de pensamiento único, para señalar la inexistencia de la opinión pública, pues ésta solo sería el reflejo de los medios.

De esta manera, las diferentes élites políticas y económicas entienden y perciben el gran alcance y poder de los medios de comunicación en su afán de instaurar discusiones e ideas que respondan a sus propios intereses, delineados al sistema neoliberal, económico y político. En términos de esfera y opinión pública, una única esfera pública que homogeniza, forma y masifica sus mensajes.

Así, los diferentes poderes económicos (pero también los políticos), perciben rápidamente el gran poder que pueden tener los medios de comunicación para moldear la opinión, las ideas, los debates, para ocultar intereses concretos o sobredimensionar algunos hechos en detrimento de otros, y todo en beneficio propio (González Pasos 2019, 36).

Por lo tanto, puntualiza el autor, siempre que se hable del desarrollo de los medios de comunicación y su posible democratización, se debe recordar que esta realidad estará posiblemente acotada en función de las condiciones e intereses de las clases económicas y políticas dominantes.

En cuanto a la presencia de una gran cantidad de medios y por ello la existencia de la libre expresión, pluralidad y la libertad de pensamiento que estaría garantizada desde su función difusora, González Pasos sostiene que, si bien existe una cantidad importante de medios de comunicación, sobre todo de tipo tradicional y masivo, estos están incorporados y centralizados en monopolios financieros internacionales de comunicación dominante a nivel mundial; fenómeno que como se apuntó busca unificar los pensamientos y discursos de poder generados por las élites políticas, y los emporios económicos propietarios de los medios de comunicación generadores de una nueva lógica comercial de mercado, propaganda y publicidad global.

La acumulación de los medios en pocas manos y los modelos de propaganda que estos pueden instaurar en la sociedad, incluso en las todavía marginadas, lo abordaron años atrás también

autores contemporáneos como Noam Chomsky y Edwards Herman (1988) y Joan Pedro (2009), autor que evaluó y actualizó los cinco filtros del Modelo de Propaganda.

Chomsky y Herman proponen el análisis de cinco filtros de la propaganda para comprender los ejes del crecimiento de los medios de comunicación. Crecimiento que se sostiene en aspectos determinantes como: la envergadura de la propiedad y la riqueza del propietario; la publicidad generadora de recursos e ingresos; la dependencia de los medios hacia fuentes de información como el gobierno, las empresas y los expertos; las contra medidas para disciplinar a los propios medios; y, el anticomunismo (posteriormente actualizado por Pedro 2009, como ideología dominante). Estos aspectos son precisamente los que fundamentan los cinco filtros del Modelo de Propaganda, sintetizados de esta manera: Propiedad, Publicidad, Fuentes; Contra medidas y la Ideología dominante (antes anticomunismo).

El primer filtro, la propiedad, es vinculante con lo planteado hasta aquí acerca de la lógica comercial y los grandes emporios mediáticos; por supuesto, los otros cuatro filtros también pertinentes podrían ser anclados a la dinámica y función de los medios de comunicación masiva, sobre todo, Fuentes e Ideología dominante. Se hace énfasis en la propiedad pues expone de manera clara el desarrollo y fortalecimiento de las empresas periodísticas y los medios de comunicación a escala mundial, configuradas como grandes emporios empresariales y comerciales, así como partes actuantes en el sistema político y económico.

Aspecto pertinente desde el planteamiento de Chomsky y Herman que concita interés se refiere al dominio y uso de los medios de comunicación por parte de la élite, como una maniobra tan naturalizada y normalizada que los propios trabajadores y periodistas de estos medios consideran que desarrollan su labor desde “la integridad y buena voluntad”, autoconvenciéndose que el medio para el que trabajan no obedece a intereses de las elites y los gobernantes.

La gente que trabaja en dichos medios, y que con frecuencia actúa con absoluta integridad y buena voluntad son capaces de autoconvencerse de que eligen e interpretan las noticias de una manera objetiva sobre la base de unos nuevos valores profesionales” (Chomsky y Herman 1998, 22).

Joan Pedro en su evaluación crítica del Modelo de Propaganda de Chomsky y Herman (2009) actualizó y replanteó brevemente, de manera concisa y pertinente, los cinco filtros, añadiendo nuevas propuestas, tales como: la tecnología, la influencia directa de las élites y, sobre todo, el rol de los periodistas y los medios, más adelante propuesta.

1.3.1. La vigencia de la prensa escrita

Desde una breve pero necesaria referencia teórica se busca remarcar el alcance e impacto de uno de los medios tradicionales que, por sus propias características, concita hasta el día de hoy un sinnúmero de investigaciones, estudios y análisis, es decir, la prensa escrita con unos de sus mayores exponentes, el periódico.

Los medios de comunicación masiva como la prensa escrita son los de mayor penetración, uno de los más influyentes (van Dijk 2009) incluso sobre los discursos orales y visuales de la televisión; los textos de los periódicos desempeñan un papel vital en la comunicación pública, pues habitualmente la gente recuerda más las noticias que leyó en el diario que las que vio por televisión y las percibe como cualitativamente superiores, lo cual pueden aumentar desde sus inherentes textos su influencia persuasiva y, con ella, su poder (Robinson, Levy y Brun Jensen 1986 en van Dijk 2009).

[...] la inserción corporativa de la mayoría de los medios occidentales, especialmente los periódicos, así como la organización de rutina de la producción de noticias, la tendencia a recurrir a fuentes fácilmente disponibles y creíbles y los aspectos profesionales e ideológicos generales de lo que merece ser noticia, son todos elementos que concurren para inculcar cogniciones sociales y producir textos que favorecen los relatos sobre la gente, los grupos y las instituciones más poderosos de la sociedad (van Dijk 1987, 96).

De esta manera, la gente adquiere conocimientos y se forma una opinión sobre la mayor parte de los acontecimientos del mundo basándose en gran medida en el discurso de las noticias de actualidad de los periódicos y la televisión, propone van Dijk, medios compartidos diariamente por millones de personas. Probablemente no haya ningún otro discurso tan penetrante y tan compartido y leído por tantas personas casi simultáneamente.

Por consiguiente, su poder potencial es enorme y nos obliga a someter a un riguroso escrutinio los esquemas, los temas y el estilo de las noticias para poder comprender cómo se ejerce el poder político, económico, social y cultural y cómo se comunican y se inculcan las ideologías que lo sustentan (van Dijk 2009, 99).

Así, los medios tradicionales desde diferentes perspectivas y sobre todo en clave de política liberal, desde un espacio de enunciación y acción exclusiva, se constituyen como uno de los principales actores en la conducción, construcción y comunicación de la opinión pública y por supuesto de la libertad de prensa que tanto contribuye a la expansión y la presencia diversa de la esfera pública. Sin embargo, “el problema es que la libertad de prensa que propugna el paradigma liberal de la democracia es en realidad una defensa de la libertad de empresa y

tanto su autonomía como su objetividad es solo aparente” (Sáez 2009, citado en Venegas Vergara 2015, 11).

De esta manera, se puede entender que la prensa masiva y sus medios tradicionales, entre estos el periódico como medio de referencia, ante la abarcadora presencia de la comunicación digital, en breve abordada, no ha perdido vigencia ni privilegio y sobre todo importancia, puesto que a más de mantener en valor una esfera pública dominante, acoplarse y reinventarse a la actual esfera mediática digital y tal como lo plantea Ramon Reig, es comprendido así: “los periódicos de referencia como soportes de textos de gran utilidad para aumentar y consolidar el conocimiento de lo que nos rodea” (Reig 2009, 390).

Así también, la prensa escrita junto al periódico se mantienen vigentes debido a que, además de su primordial función como actores informativos, despliegan un crucial papel también como actores políticos y sociales, pues además de transmitir los hechos del mundo desde un sitio y tiempo privilegiados, por su propia naturaleza mediática, justamente desde un espacio de prácticas específicas puede intervenir desde el campo periodístico, pero también desde el campo del poder político y cultural a través de su participación en la esfera pública (Kircher 2014).

1.4. Comunicación digital y su efecto ampliatorio

Previo a abordar a los medios nativos digitales, es necesario exponer la categoría comunicación digital para así entender y exponer las características, particularidades y sobre todo el rol y las funciones de estos nuevos actores mediáticos.

La comunicación digital ampliamente entendida como el intercambio de información y conocimiento a través de equipos tecnológicos, ahora en una concepción evolucionada y compleja, por su multiplicidad de instantáneas formas y vías de trasmisión, se despliega a lo largo del ciberespacio del internet y atraviesa varios campos de crecimiento del ser humano; en su desarrollo social, cultural, económico y político, así como en su manera de interrelacionarse con el resto de sujetos y con su mundo social.

Mundo social irrigado por el internet, las nuevas tecnologías de la información TIC, y transmitido por la propia comunicación digital que ha transportado casi todas las manifestaciones sociales y personales del ser humano a un escenario, a una realidad y comunidad virtual, a los espacios del mundo digitalizado e interconectado.

La comunidad virtual [...] es una realidad de un tipo diferente, un estado intermedio entre realidad y abstracción, donde la simulación y el simulacro adquieren vida propia. La realidad

virtual puede ser experimentada, manipulada o vivida como si fuera real (Lins Riveiro 1997:499, citado en Vincour 2001,77).

Comunicación digital conformada por dispositivos, herramientas, servicios y tecnologías móviles de internet que vienen a configurar de diferentes y múltiples maneras los antiguos paradigmas de transmisión de la información.

No solo ha quedado atrás el antiguo esquema de emisor-receptor o el sistema donde se recibe una respuesta y retroalimentación directa desde el receptor. La nueva era de la comunicación digital ubica al ser humano no al final de un flujo sino en todas partes, ya que las herramientas y tecnologías móviles que le ofrece, le permiten sobrepasar tiempos, distancias y lugares, aproximándolo al mismo tiempo a una diversidad de realidades sociales y conocimientos.

Contenidos multimedia¹ cargados de imágenes, videos, audios, gráficos, animaciones, hipertextos e hipervínculos que alimentan esta gran red informativa movilizada por la comunicación digital, que traslada, recibe, retroalimenta y reconfigura información y contenidos de una manera multimodal, diversa y supra dinámica. Y que también redimensiona y concibe al ser humano exponencialmente en nuevas maneras de comunicación en este flujo informacional. Como lo refiere Castells (2008) en *La era de la información*:

[...] un nuevo sistema de comunicación que cada vez habla más un lenguaje digital universal, está integrando globalmente la producción y distribución de palabras, sonidos e imágenes de nuestra cultura y acomodándolas a los gustos de las identidades y temperamentos de los individuos: Las redes informáticas interactivas crecen de modo exponencial, creando nuevas formas y canales de comunicación, y dando forma a la vida a la vez que ésta les da forma a ellas (Castells 2008, 2).

Comunicación digital “entendida como procesos de comunicación mediados por tecnologías digitales [...] explicada desde teorías [...] que reflexionan en el estado actual de las investigaciones sobre la comunicación digital interactiva en el ámbito de los estudios sobre la comunicación de masas” (Scolari 2008, 32) y se extiende sobre el amplísimo espacio y escenario de lo que también se conoce como el mundo multimedia, la Web 2.0 (red social de comunicación e información), la esfera digital y una sociedad red.

Aunque la posibilidad de comunidades de personas interactuando entre ellas es una posibilidad que ha estado contenida desde el origen de la Internet (web 1.0), es con la web social (o web

¹ Desde su concepción más amplia y general, multimedia refiere a que está destinado a la difusión por varios medios de comunicación combinados, como texto, fotografías, imágenes de video o sonido, generalmente con el propósito de educar o de entretener.

2.0) cuando las posibilidades de expresión y difusión se amplifican (Venegas Vergara et al. 2015).

Sociedad red y de la información digital desde donde se comienza a pensar en los medios de comunicación tradicionales que, por las propias demandas técnicas y tecnológicas de la comunicación digital, el Internet, las de sus audiencias y públicos, migraron al campo digital, y los nuevos actores mediáticos que nacieron en este espacio, aquellos denominados medios nativos digitales.

De esta manera entre las principales características de la comunicación digital, a más del propio espacio digital y virtual en la que se desarrolla y despliega, y de provocar la creación de una esfera digital propia, se inscriben la inmediatez y la conexión instantánea que genera desde el espacio multimedia que es prácticamente accesible a la mayor parte de la población a través del Internet y el ciberperiodismo. Sus múltiples y diversos contenidos que ya no son exclusividad de los medios y los periodistas, otra de sus características particulares, se transmiten en tiempo real a través de los diversos canales y plataformas digitales existentes.

La comunicación digital logra que sus públicos, usuarios y audiencias interactúen en tiempo real y puedan recibir una retroalimentación dentro del mismo proceso de interacción comunicacional e informacional, es decir, es interactiva y multidireccional, integradora y vinculante.

El tipo de recursos que despliega junto a sus características propias e innatas como el uso combinado de textos, hipertextos², enlaces, imágenes, audio, y video logran una comunicación cara a cara, subsanando de cierta manera la despersonalización generada desde la comunicación física, pero ampliando extraordinariamente sus públicos y alcance, conectando una infinidad de públicos con intereses similares (comunidades digitales) y sobre todo generando lo hipermedia y las hipermediaciones, es decir, esa red de elementos digitales enlazados y vinculados “como procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari 2008, 113-114).

² El hipertexto, término acuñado por Ted Nelson alrededor de 1965, permite la vinculación no secuencial de fragmentos textuales o gráficos a otros fragmentos o re direcciona datos a espacios más amplios de información desde ítems relacionados. Un hipertexto permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos y redes sociales.

Una hipermedialidad, según Scolari, colmada por procesos de comunicación mediados por tecnologías digitales, que conecta “el saber comunicacional” con el “hacer comunicacional” originando un ecosistema digital comunicativo interactivo con la llegada de los nuevos hipermedios post masivos (Scolari 2008).

En este punto, es preciso especificar algunos aspectos que genera el Internet y la hipermedialidad en cuanto al comportamiento de la esfera digital-virtual y de sus integrantes, partiendo de la simple idea de su alcance e impacto, pues permite a sus públicos integradores participar virtual y digitalmente -en tiempo y espacio- de cualquier actividad, donde incluso pueden manifestar su criterio, pensamiento, aceptación o rechazo sin siquiera salir de un lugar determinado, expandiendo así los límites de la esfera pública física tradicional.

Además, esta esfera virtual de la realidad crea grupos y redes de personas, también llamados internautas (Vincour 2001) desde donde se ofrecen ciertas libertades que la esfera pública física puede limitar o coartar en los públicos. Situación que, desde la virtualidad y estas redes de internautas, inevitablemente provoca la participación e inclusión de los integrantes y públicos. Esto constituye sin duda otra evidente manera en cómo la esfera virtual expande a la esfera física.

En la realidad virtual cualquier persona puede, en principio, acceder a todos los sitios sin peligro de marginación o estigmatización, puede, hasta cierto punto, hacerlo sin mencionar su nombre ni sus circunstancias, o cambiando algún aspecto de su personalidad, sexo, edad u origen social (Vincour 2001, 79).

En palabras de la autora antes citada, estas comunidades y redes virtuales reorganizan la esfera pública promoviendo otro tipo de espacios de diálogo y encuentro personal o virtual, aspecto que ningún medio masivo en su formato tradicional alcanza. Así, a pesar de la brecha digital todavía existente en la región y Latinoamérica y de las todavía existentes limitaciones en la cobertura del internet, su mayor presencia y funcionalidad ha logrado que “la integración en redes, cadenas y foros de discusión puede constituir potencialmente microesferas públicas donde se debaten asuntos significativos para diversos individuos, grupos minoritarios y movimientos sociales” (Vincour 2001, 75).

En este nuevo escenario, donde la esfera virtual brinda nuevos y mayores espacios de integración, desde donde los medios tradicionales de comunicación gracias a la era de la información empiezan a generar una esfera pública mediática digital, “para incluir y validar las necesidades de diversos grupos e individuos en la opinión pública” (Vincour 2001,76). De esta manera los medios comienzan a reconstruirse y a reinventarse para migrar, adaptarse y

evolucionar de acuerdo a las exigencias de la era y la comunicación digital, con el objetivo de no perder a sus audiencias y para atraer nuevos públicos que ya conviven con las innovaciones tecnológicas de esta nueva era. Así, otros nuevos actores mediáticos nacen en este entorno.

1.5. Los medios nativos digitales: reconfiguración de la esfera pública

La aproximación del ser humano a su mundo social se puede entender en función de la comunicación digital que activa a cada momento y desde cualquier lugar; lo denominado como nuevos entornos comunicativos que han contribuido de una manera acelerada en el cambio radical de sus modelos de desarrollo, conocimiento y de vida. Modelos que son informados y comunicados por nuevos actores mediáticos, protagonistas y diseñadores de la propia experiencia del mundo y la realidad social.

En este nuevo entorno, surgen nuevos medios de comunicación digital, aquellos conocidos como medios nativos digitales, “medios que no tienen un correlato previo en el impreso, la radio o la televisión” (Zuluaga y Gómez 2019, 303).

Medios que nacieron en esta era digital sin precedente como medio tradicional y se caracterizan por revolucionar sus formatos de exposición y comunicación en línea, es decir desde el Internet, así como las variadas y creativas maneras de transmitir sus contenidos e información a sus diversos públicos y seguidores. La terminología incluso cambia, de lectores y tele y radio audiencias a seguidores y comunidades digitales.

Nace así también el periodismo digital, denominado también periodismo web, periodismo en línea, periodismo electrónico o periodismo multimedia, que desde el Internet como su entorno principal se desarrolla y configura. Es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, para difundir contenidos periodísticos. (Salaverría, Martínez Costa 2021).

Periodismo digital que en su accionar integra tanto a los medios tradicionales como a los nuevos medios digitales en un solo espacio, el Internet. A pesar de esta coexistencia en el mismo espacio, existen claras diferencias entre las características e intereses de estos actores mediáticos, además de las propias por su naturaleza y origen. Mientras los medios tradicionales han invertido millones de recursos económicos para ingresar, mutar y adaptarse al espacio digital y a las redes sociales, los nuevos medios nativos digitales, componentes inherentes de estas, surgen fortalecidos de experiencias prueba-error, e implementan cada vez nuevos conceptos creativos y aplicaciones tecnológicas de la comunicación digital.

Como se ha planteado, cada vez más el surgimiento de nuevas TIC ha dado paso a los medios de comunicación digitalizados y a los medios nativos digitales, aquellos que nacieron en este espacio multimodal e interactivo, sin contar con antecedentes propios de una versión impresa, televisiva o radial, pero sí con el referente del traslado y mutación hacia esta esfera de los medios tradicionales. Nativos digitales cuyos canales de difusión se propagan a diario a través de los diversos mecanismos de la comunicación digital, las multiplataformas virtuales y las redes sociales, expandiendo también las voces y criterios de sus interlocutores, logrando de igual manera amplificar desde la esfera digital, la propia esfera pública y con ello la opinión pública construida y comunicada.

En el marco de la Web 2.0 conocida como la web social o participativa, empiezan a aparecer los denominados medios “nativos”, que son netamente digitales y no tienen un antecedente en medios tradicionales. Son espacios nuevos que brotan de la iniciativa ciudadana o de periodistas de medios que buscan tener sus propios espacios de comunicación, algo impensable hace unos pocos años (Rivera 2012,7).

Desde su origen los medios nativos digitales reúnen una serie de características propias de su presencia y funcionamiento en el espacio digital y de las redes sociales, que van desde las nuevas formas de generar y presentar contenidos e información periodística, así como su autodenominación e identificación. De esta manera, algunos se reconocen como alternativos, otros como comunitarios y varios como propiamente medios digitales privados e independientes.

De igual manera, dentro de las características y funcionalidades de los medios nativos digitales, Zuluaga y Gómez (2019) refieren a Boczkowski (2006) para resaltar que estos medios mantuvieron la fórmula de combinar la tradición impresa de la narrativa lineal, con cada vez más el potencial del hipertexto, la interacción y el formato multimedia.

Zuluaga y Gómez también citan a Shappiro (2012), para señalar que estos medios nativos digitales como emprendimientos establecieron redes de colaboración en la que muchos de los autores trabajaban gratuitamente, exploraban la idea de los contenidos virales y se dedicaron a interactuar y conocer a sus audiencias, estableciendo conversaciones y monitoreando al detalle su tráfico. Medios nativos que, en un significativo número, a pesar de un crecimiento en la parte comunicacional, en el aspecto financiero varios todavía despliegan significativos esfuerzos técnicos y económicos para seguir funcionando.

Limitantes que además de la persistente brecha tecnológica y la concentración de la propiedad son factores que influyen en el desarrollo del ecosistema digital y la mayor aparición de

medios nativos digitales con propuestas innovadoras y renovadas; razones por las cuales los nativos digitales se desenvuelven desde tres ejes: las agendas informativas, los efectos de los medios, pero sobre todo los modelos de sostenimiento.

Medios nativos digitales que, siguiendo sus códigos deontológicos, periodísticos y políticas de calidad, convocan el particular reto de diferenciarse de los medios tradicionales digitales y de sus intereses económicos y comerciales, y se inscriben en una competencia por modernizar y alternar contenidos de interés difundidos en sus plataformas web y redes sociales a través de hipertextos, podcast y gráficas (memes) para provocar un alto índice de aceptación e interacción entre sus seguidores, y de estas con el propio medio o el periodista, cumpliendo con demandas y exigencias de las nuevas audiencias, en lo que respecta a mayor creatividad, rapidez y simplicidad.

A más de las características de los medios nativos digitales, descritas en las anteriores líneas, en este punto y en relación a su desenvolvimiento frente a la esfera y opinión pública desde su desarrollo en la región, en Latinoamérica propiamente, es necesario destacar también sus efectos y alcances.

Así, como lo refiere Venegas Vergara (2015) y desde el despliegue de las redes sociales, los medios nativos digitales -sin aplicar una patente de exclusividad, pues también lo podrían hacer los medios tradicionales desde sus extensiones digitales- actúan como actores mediáticos activistas de nuevas maneras de entender los flujos y contrastes sociales, los discursos y las diferentes maneras de abordar a las identidades, aceptándolos, interpeándolos, ampliando desde la esfera digital la posibilidad de que sus audiencias desarrollen una real y efectiva participación política y ciudadana en la esfera pública, para que su voz y posición logren una incidencia en la opinión pública.

De esta manera, los medios nativos digitales unen los espacios y tiempos de activismo de la esfera digital con la esfera pública, amplificando mediáticamente voces o debates interpeantes o discrepantes, ampliando la esfera de la opinión pública con una postura más crítica y problematizadora, que, desde la perspectiva de las contra esferas públicas y desde el contexto latinoamericano (Samaniego de la Fuente 2022), les permite a su vez configurarse como contra públicos mediáticos.

Contra públicos mediáticos que desde la postura alternativa a la de los medios tradicionales y desde sus propias funciones e interpeaciones logran:

[...] dar cuenta de esferas comunicacionales que se sugieren como políticamente enriquecedoras en los diferentes modos de contestación que se corporizan en luchas democráticas locales y transnacionales del presente [...] así como de la heterogeneidad de públicos o de contrapúblicos -en referencia al espacio público burgués- como esferas comunicativas útiles para los grupos subalternos y oprimidos (Pietro 2006, 175).

Medios nativos digitales que, como se ha propuesto, unen a los diferentes públicos, pero sobre todo, amplían significativamente su propio entorno digital y el de la esfera pública, logrando establecer y representar incluso nuevas categorías conceptuales de auto reconocimiento como la de contrapúblicos digitales, que no es pertinencia central de esta investigación, pero que resulta valiosa para comprender otra arista de su accionar así como el de los nuevos públicos a los cuales se los puede identificar desde la heterogeneidad y fragmentación de los flujos horizontales (Medeiros 2019), desde una lógica de contrapúblicos digitales, que justamente forman subgrupos y colectivos de acción colectiva dentro de los contra públicos.

1.6. Funciones de los medios de comunicación: diferentes perspectivas en política democrática

Los medios de comunicación, tanto los tradicionales como los nativos digitales, cumplen diferentes funciones a más de ser fuentes primarias de conocimiento de la realidad y de transmitir información del mundo social a sus audiencias, usuarios y seguidores. Su rol social dejó de erigirse en una concepción mediadora e imparcial para fundamentarse en otro tipo de desarrollos y dinámicas propias de una función política y del ámbito de la comunicación digital, empresarial, comercial y corporativa.

Como se ha propuesto en líneas anteriores, estos actores de la esfera pública y mediática despliegan una serie de acciones que se desprenden de las diferentes perspectivas, modelos y formas de entendimiento de su funcionamiento en el sistema o estructura social³, que se visibiliza en la esfera mediática y en la actual esfera digital de la comunicación.

Los roles que asumen los medios de comunicación como autores materiales de la producción de noticias y contenidos periodísticos del mundo devienen por lo tanto de su propia naturaleza, pero los roles que despliegan como actores políticos y económicos pueden

³ En términos sociológicos la estructura social se entiende como el sistema donde los sujetos ponen de manifiesto diversas y diferentes maneras de relacionarse entre sí dentro de la sociedad que los conforma.

comprenderse en función del modelo de desarrollo actuante y del modelo que proponen desde su posiciones y perspectivas.

De esta manera, junto al debate sobre la objetividad e imparcialidad de los medios de comunicación, así como su rol primario, la discusión podría ampliarse a saber de qué manera efectivizan y materializan sus propias condiciones y las de un modelo en particular, ya que desde sus intereses ideológicos y roles periodísticos pueden categorizar o simplificar, exponer o invisibilizar, posicionar o desvalorizar mediáticamente a un actor, un escenario o un acontecimiento político, social y cultural. Lo que no está en duda es su centralidad en cualquier tipo de modelo de desarrollo.

Desde diversas perspectivas teóricas se podría analizar y correlacionar los diferentes roles de los medios de comunicación para tratar de comprender sus funciones, acciones y centralidades en el sistema social.

Como se ha planteado, las funciones de los medios como actores políticos y económicos pueden determinar por ejemplo que su lógica mediática, comercial y comunicativa, a partir de la personalización y la espectacularización busque una centralidad particular en la política democrática (Vallés 2010). Así también, que el paralelismo político (Hallin y Mancini 2007; Albuquerque 2012) que estos medios ejercen establezca un sistema mediático con fuertes inclinaciones hacia el sistema político, sin que esto necesariamente signifique un patrón específico y único de comportamiento, como lo señala el mismo Albuquerque; o que la mediatización de la política (Mazzoleni y Schulz 1999 y Strömbäck 2008) que desarrollan sea efectivizada desde las dinámicas funcionales y estructurales de los medios para ocupar un lugar central en la esfera pública y política, interfiriendo o tratando de imponer sus intereses en estas.

Por tanto, es de interés abordar estas perspectivas teóricas: la lógica mediática, el paralelismo político y la mediatización, para identificar esos otros roles y funciones de los medios de comunicación.

1.6.1. La lógica mediática-comercial y el rapto consentido

El alcance de la primera función de los medios de comunicación es la de informar acerca de los hechos del mundo; función que será puesta en discusión desde la lógica mediática y comercial, planteada por Josep Vallés (2010), actúa también sobre la esfera política, la esfera digital de la comunicación y sobre la política democrática, a partir de una visión participativa o deliberativa.

Desde un desarrollo comunicativo, los valores de la noticia con los que trabajan los medios de comunicación se pueden describir desde la temática, notoriedad, la proximidad, el interés y la ubicación geográfica como principios clásicos de noticiabilidad (Mendoça 2008).

Vallés apunta a que, desde la perspectiva actual de la funcionalidad de los medios que promueve la desfiguración de la política democrática, a estos valores se suman: el impacto emocional, la crisis-conflicto, el personaje como símbolo relato, la personalización la negatividad y la espectacularización, que han cobrado otra relevancia en la actualidad; la de una lógica comunicativa dominante, sobre todo en la afectación del proceso político y democrático.

De esta nueva propuesta, se señalan textualmente otros rasgos del rapto de la política democrática a través de la lógica mediática, propuestos por este autor, así se citan: la práctica de un periodismo sin información y carente de datos relevantes y contrastados frente a la abundancia de contenidos devenidos de juicios subjetivos; la producción de pseudo-hechos como material presuntamente noticiable; el ocultamiento o marginación de procesos o actuaciones profundas, nada atrayentes a la lógica mediática dominante, la teatralización de personajes-ícono-relato para ensalzarlos o para denigrarlos; la atención a los dirigentes políticos en función de su adaptación a las exigencias de esta lógica comunicativa por encima de otros méritos y el énfasis en los contrastes y las contradicciones en las posiciones de los diversos actores, con atención preferente a sus expresiones más extremistas (Vallés 2010).

Estos nuevos valores entendidos también como exigencias de la lógica comercial de los medios, junto a la falta de contraste en las fuentes de información y con una denotada posición personal del periodista y el medio, siguiendo los planteamientos de Vallés, conforman un periodismo y función mediática apuntalada en *low cost* y el show, que caracterizan una acción comunicativa dominante que percibe a las audiencias como consumidores y promueven un rapto consentido de la política. Así, según el autor, los medios en esta lógica producen noticias a diario bajo la consigna de un periodismo de baja calidad que coloca en debate las funciones y alcances de un periodismo más de espectáculo que de análisis.

Rapto impulsado por una “lógica comunicativa que influye de manera determinante sobre el proceso de toma de decisiones, las instituciones que las canalizan y las políticas que producen” (Vallés 2010, 14), generado por los medios de comunicación con efectos directos a corto, mediano y largo plazo en la institucionalidad y en la propia política pública.

Esta dinámica materializada en la espectacularización de la política y en la teatralización de los hechos y la realidad puede evidenciar los procedimientos periodísticos y el tratamiento mediático que despliegan los medios de comunicación desde la lógica comercial. Procesos y funciones que construyen y moldean la opinión pública desde la democracia de medios para resaltar su posición (Vallés 2010).

Democracia de los medios que contrae efectos negativos, sostiene Vallés, es decir, la desafección y desfiguración de la política democrática a través del debilitamiento de la acción colectiva y ciudadana ante la sobre dimensión de opiniones individuales, emocionales e instantáneas como resultado de la inmediatez mediática.

Los medios, desde esta lógica comercial cada vez más disponen del debate político como mediadores y actores, pero desde sus propios espacios, efectivizando su auto referencialidad al lograr que la noticia sea el medio y no el hecho y emitiendo juicios mediáticos, creando una opinión publicada desde sus ediciones, versiones y plataformas comunicacionales (Vallés 2010).

De esta manera, provocando que las decisiones políticas en democracia, las que cambian el curso de los hechos, no solamente sean transmitidas en el espacio mediático, sino también generadas en este lugar, en sus espacios mediáticos.

Por tanto y desde estas pautas teóricas se hace evidente las intencionalidades y objetivos de los medios de comunicación desde su lógica mediática comercial. Ahora bien, su rol como actor político será propuesto en los siguientes epígrafes.

1.6.2. El paralelismo político

Como se ha señalado, los medios de comunicación con una nueva disposición de sus funciones y desarrollo en particular los medios tradicionales como grandes empresas comunicacionales han ejercido una doble función, como actores comunicacionales por su esencia, pero también como actores políticos y económicos, que mantienen una relación directa con el sistema político y sus actores.

Los nexos entre los sistemas políticos y mediáticos han marcado la trayectoria y evolución de los medios de comunicación. Siebert, Peterson y Schramm (1956) ya plantearon esta relación entre la prensa y las estructuras políticas, afirmando que, para comprender las lógicas propias del sistema mediático, primero había que conocer y entender las del sistema político.

Las propuestas de Seymour-Ure y Blumler y Gurevitch (1970), autores que introdujeron el concepto de paralelismo político o paralelismo-prensa, señalan que la estructura de la política de los partidos se manifiesta de diversas formas en los medios de comunicación.

El concepto de Seymour-Ure se plantea desde una lógica paralela partido-prensa, que propone una relación exclusiva entre los periódicos y los partidos políticos estableciendo una contingencia de capacidad y compatibilidad mutua entre sus funciones.

Cuatro criterios para medir esta correlación propone el autor, que están basados en la: organización que evalúa el grado de control que un determinado partido ejerce sobre un periódico, pero también la independencia de este ante los partidos políticos; en los objetivos del partido o grado de convergencia entre la política, agendas de partidos políticos y periódicos, confluyendo la libertad o independencia total entre estos; en los partidarios del partido en cuanto a la cantidad de lectores de un periódico que coincide con la base de partidarios de un partido político determinado, y en la prensa y los partidos tomados como agregados o sistemas.

Blumler y Gurevitch (1995) complementaron estos criterios y profundizaron en la regulación de los medios y sus vínculos con las organizaciones políticas, proponiendo también otras cuatro variables de análisis: grado de control estatal sobre los medios; grado de partidismo de los medios de comunicación; la naturaleza del credo legitimador y grado de medios integración de la élite política.

Estos planteamientos tienen cabida también en la propuesta de sistemas mediáticos comparados de Hallin y Mancini (2007) que, desde sus categorías analíticas, lograron una cierta generalización de la dinámica del paralelismo político. Sin embargo, el entendimiento y proyección de esta compleja relación política-mediática se ha planteado desde diferentes perspectivas, como la amplia lectura realizada por Alfonso de Albuquerque (2012) a los autores antes referidos. Perspectiva que de manera crítica apunta a que no se puede generalizar el entendimiento y mucho menos estandarizar la aplicabilidad de este paralelismo político.

1.6.2.1 El paralelismo político, nuevos aportes y entorno regional

Esta categoría propone un marco para la comparación de los sistemas de medios de comunicación y su relación o vínculos con el sistema político y el gobierno, destacando las interrelaciones que se pueden determinar entre estos sistemas y sus características, funciones, alcances y dinámicas planteadas a partir de tres modelos de desarrollo: el Pluralista

Polarizado, el Democrático Corporativo y el Democrático Liberal. Este marco constituye la propuesta central de Daniel Hallin y Paolo Mancini (2007), desde donde replantean como categoría analítica el paralelismo político entendido como el grado de correspondencia que hay entre la estructura del sistema de medios de comunicación y el sistema político.

Desde este concepto, los autores señalan que existen varios indicadores que permiten identificar la presencia de este paralelismo político en los sistemas de medios de comunicación, entre estos:

El contenido de los medios de comunicación y las orientaciones políticas en su manera de presentar las noticias; las funciones de quienes antes eran figuras políticas y ahora trabajan en los medios de comunicación; las filiaciones políticas de los periodistas y de trabajadores de la comunicación; el partidismo de las audiencias; y, las orientaciones y prácticas de los periodistas (Hallin y Mancini 2007, 25-26).

De los indicadores citados, en cuanto a lo que refiere al contenido de los medios de comunicación y las orientaciones políticas en su manera de presentar las noticias, justamente los medios tradicionales dedican y otorgan una gran cantidad de espacios, entrevistas, reportajes y artículos de opinión sobre temas y personajes políticos que resultan convenientes a sus intereses y fines. Estas acciones y funciones exponen el paralelismo político del cual forman parte estos actores mediáticos, es decir, la manera como transmiten una determinada orientación o afinidad política en sus contenidos periodísticos y el manejo noticioso de las coyunturas políticas.

De igual manera se podría enunciar los indicadores sobre las filiaciones políticas de los trabajadores de los medios de comunicación, así como el de las orientaciones y prácticas de los periodistas como publicistas de un actor o partido político, que intentan influir en la opinión pública de sus audiencias. De este punto se desprende y afianza otro indicador: el partidismo de las audiencias de los medios de comunicación; indicador que fortalece y posiciona al medio como un actor político que puede llegar a condicionar y hasta advertir a sus clientes, a los gobiernos y a los grupos empresariales por los apoyos concedidos desde su acción mediática, en periodos electorales o de crisis sociales.

Estas posibles advertencias se dan en situaciones excepcionales, ya que desde el paralelismo político prima una naturalizada relación entre medios y gobierno dentro de un modelo Pluralista Polarizado, “donde los medios de comunicación asumen el papel de defensores de diversas ideologías políticas, y este compromiso suele pesar más que el compromiso con una cultura profesional común” (Hallin y Mancini 2007, 273).

Así también, como se había señalado en el epígrafe anterior, este concepto y análisis ha recibido varios aportes y críticas. Al respecto, Albuquerque (2012) plantea una concepción del paralelismo desde una perspectiva más amplia y enriquecedora que considera sobre todo el contexto geográfico y los rangos de aplicabilidad desde donde se piensa este paralelismo, así como las complejas dinámicas que no permiten estandarizar el modelo planteado por Hallin y Mancini (2007), que también reconocieron sus limitaciones, volviendo a presentar sus propuestas diez años después, con nuevas consideraciones y alcances.

Otros aspectos que son parte de las limitaciones del estudio de los medios desde este paralelismo refieren a que mientras Seymour-Ure y Blumler y Gurevitch (1970) solo tomaban en cuenta a los periódicos en sus análisis, Hallin y Mancini (2007) que ya presentaron su obra desde el umbral del decenio del nuevo milenio, no tomaron en cuenta a los medios nativos digitales.

Al respecto, es importante señalar y repuntar que el paralelismo político no podría estar presente únicamente en los medios tradicionales, sino también en los medios digitales y en los nativos digitales, sin embargo, se enmarca como una de las principales y vigentes características de los medios tradicionales, hoy consorcios y corporaciones internacionales que, desde sus diferentes roles siguen efectivizando el paralelismo político.

Por tanto y a pesar de los alcances y limitaciones del modelo de Hallin y Mancini, como categoría de análisis central de este epígrafe, es necesario citarlos textualmente para enfatizar sobre la propuesta de los medios tradicionales como actores políticos y su despliegue desde determinados roles, en cuanto al entendimiento de las relaciones y los procesos cíclicos e históricos entre el sistema mediático y el político:

Entendemos la relación entre los sistemas de medios de comunicación y los sistemas políticos más en términos de una co-evolución que como un orden estrictamente causal. De hecho, la influencia relativa del sistema de medios de comunicación en las instituciones políticas y viceversa puede variar históricamente, con algunos períodos de dominio de las fuerzas políticas sobre el sistema de medios de comunicación, mientras en otros el sistema de comunicación es más independiente (Hallin y Mancini 2007, 44).

Se señala el énfasis de esta cita, acerca del sistema de medios y su función como producto de las estructuras políticas dominantes de turno, con la intención de fijar la mirada en la región como lo refiere justamente Albuquerque, para comprender estos modelos desde contextos propios y locales.

Al respecto y desde una perspectiva regional, previamente conociendo que las dinámicas de estos paralelismos funcionan y obedecen de diferente manera en Europa u otra parte del mundo que en los entornos mediáticos y políticos de Latinoamérica, la propuesta de Manuel Alejandro Guerrero y Mireya Márquez Ramírez (2014), autores que en correspondencia de estos paralelismos y relaciones naturalizadas proponen un actualizado modelo liberal capturado que sostiene que la complicidad entre las clases mediáticas y las políticas explican en conjunto el tipo de desarrollo y la concentración mediática en la región.

El modelo sirve para explicar las dos tendencias en la región: por un lado, la intensificación del poder corporativo de los medios y por otro, el reposicionamiento de los Estados Nacionales –y del poder ejecutivo en específico– en la definición de políticas de comunicación en abierto antagonismo con los medios privados, pero no necesariamente en defensa del interés público (Guerrero y Márquez 2014, 135).

Estos autores establecen ciertas características en común entre los países latinoamericanos en cuanto a sus sistemas mediáticos y políticos, que van desde las experiencias dictatoriales creadoras de los consorcios mediáticos de la región y la influencia global de las políticas neoliberales, hasta las reformas económicas, privatizadoras y desreguladoras de los propios medios y las telecomunicaciones, de cuyos procesos surgieron “conglomerados y élites mediáticas más fuertes, pero no así mercados más plurales, competitivos y abiertos” (Guerrero y Márquez 2014, 141).

Otro aspecto deliberante de su propuesta señala a la permanencia histórica de las élites mediáticas como parte y no contraparte del poder establecido, lo que explicaría por qué muchos de los grandes medios mantienen una línea editorial conservadora o moderadamente liberal.

Otro punto a considerar de su propuesta constituye que, en ciertos países, es el Estado quien se reconvierte en el actor central de la regulación mediática. Así, en Venezuela, Ecuador, Bolivia o Argentina sus élites políticas han retomado el control de las reformas de medios y han superado las críticas de posturas liberales y conservadoras.

Justamente al referir los contextos propios para entender este proceso desde la centralidad del rol del gobierno, el caso particular del Ecuador, tal como lo proponen Chavero y González (2021) con la salida de una propuesta y política gubernamental que reconocía la existencia de otro tipo de comunicación además de la hegemónica privada, es decir, a los medios públicos y comunitarios, las reformas a Ley Orgánica de Comunicación propusieron artículos más afines a los intereses de los emporios mediático.

Hechos que pueden facilitar la comprensión acerca de cómo las élites políticas y los grandes grupos de medios privados recobraron el manejo y dominio del sistema mediático nacional, estableciendo una relación directa entre actores políticos y mediáticos e instaurando nuevamente un modelo privado de comunicación. “Todo ello indicaría que la relación entre los medios y los partidos políticos se modifica de acuerdo al perfil del gobierno de turno. En consecuencia, podría decirse que los grados de paralelismo político difieren según el gobierno” (Chavero y González 2021, 302).

Este tipo de modelos, por tanto, indican que los medios privados en América Latina siguen abiertos a la intervención de intereses extra periodísticos, manteniendo el clientelismo, la precariedad del ejercicio periodístico con ciertos avances en su profesionalización, pero más bien limitados y hasta auto condicionados por la dinámica de cobertura desde las fuentes oficiales e institucionales sobre la de los ciudadanos.

Modelo sintetizado desde la concepción de un sistema de medios en contextos con un débil Estado de derecho, gobiernos en relaciones muchas veces ambiguas con los grandes consorcios mediáticos y una historia sostenida desde el clientelismo político mediático; así como una legislación obsoleta junto a “organismos débiles para vigilar su cumplimiento; un proceso opaco y desigual de la desregulación, la polarización política y el arribo de nuevos grupos compitiendo por el poder político y económico” (Guerrero y Márquez 2014, 155).

Frente a este panorama, como enfatizan los autores, surgen ciertas luces y caminos que pueden replantear y, sobre todo, responder a preguntas antiguas con alternativas propias y aplicables a los contextos latinoamericanos referidos con la función de los múltiples medios digitales e impresos con financiamiento independiente que, en sus propias palabras sin seguir las agendas oficiales o los temas de los grandes medios, han podido impulsar el periodismo de largo aliento, la crónica, la visualización de datos y uso de otras herramientas digitales.

Se suma a esta optimista consideración, el hecho de que los autores plantean colocar nuevamente en el debate regional la potencialidad del entorno y la experiencia latinoamericana, que puede ofrecer una perspectiva más matizada y compleja de la relación entre los medios y el poder, así como la capacidad para promover o alcanzar otras alternativas. “En nuestros países continuamos a la espera de un sistema mediático verdaderamente plural y diverso, que garantice el derecho de la comunicación, de cara a la construcción de ciudadanías comprometidas e informadas” (Guerrero y Márquez 2014, 161).

1.6.3. La mediatización de la política ⁴

La mediatización de la política indica que los medios de comunicación no solo median, sino que van más allá, convirtiéndose en actores políticos, intentando desplazar, pero no suplantar a las instituciones políticas (Manin 1988) y posicionándose al centro junto a su agenda mediática⁵ en la esfera pública. Mediatización que también es entendida como el mecanismo a través del cual los medios de comunicación interfieren en el proceso político (Mazzoleni y Schulz 1999) y a pesar de que esta dinámica no determina el control mediático de las instituciones políticas, según Chavero (2018) sí comprende una importante pérdida de su autonomía, pues al asociarse a las lógicas de polarización político-mediática, los medios tratan de imponer su propia agenda y suplantar la agenda política, así la mediatización se produce cuando “los medios asumen un rol político interfiriendo en la propia actividad política” (Chavero 2018, 125).

Mediatización que ha sido analizada desde posturas críticas y optimistas, pues su estudio propone una serie de procesos que la efectivizan, que podría ser asimilada también como las funciones y roles que despliegan los medios de comunicación tradicionales o nativos digitales.

La postura de estudio de la mediatización optimista defiende que las instituciones políticas no han perdido su autonomía ante los medios de comunicación, y sostiene que su presencia y función es positiva, pues visibilizan y promueven mecanismos políticos de control ciudadano hacia las instituciones y actores políticos, además de indicar que no en todo momento y circunstancia la mediatización está presente.

La postura crítica plantea a los medios de comunicación con excesivo poder, propias lógicas, objetivos y dinámicas que debido a su alcance en el público, la esfera y la arena política, se constituyen como actores políticos que proponen una forma y un marco referencial socio cultural en la construcción y mediatización de la esfera pública, desde una centralidad particular (Hjarvard, 2008), interfiriendo o tratando de imponer o anteponer su agenda a la

⁴ Varios contenidos de este epígrafe han sido trabajados en el ensayo de la materia Comunicación Política II, de la maestría de Comunicación y Opinión Pública de FLACSO Ecuador, titulado: La construcción de los procesos de mediatización desde los principales actores y sucesos de las manifestaciones de octubre de 2019, en Ecuador. Caso de estudio: *El Comercio* y las declaraciones oficiales de María Paula Romo.

⁵ La teoría del establecimiento de la agenda señala que la agenda mediática, constituida por las noticias que difunden los medios informativos y de comunicación, con connotaciones de mayor o menor relevancia, influye en la agenda pública. “Es decir lo que lee, ve y escucha la gente hoy, pasa por temas, personajes y hechos que los medios seleccionan y lanzan como noticia”. Cornejo Urbina, Franklin. 2015. “Una mirada al interior de la comunicación”. *Disertaciones*, Vol. 8, No. 1.

agenda política, sobre todo, al marcar y pautar la agenda de ciertos actores y líderes políticos desde sus intereses y centralidad.

Como se señaló, el interés es ir más allá de estas premisas y posturas para abordar desde una diferente perspectiva, más dinámica e integral, la mediatización de la política y sus procesos de efectivización a través de los medios de comunicación.

Por lo tanto, y con base al planteamiento de Mazzoleni y Schulz (1999) y Strömbäck (2008), sería pertinente centrar la comprensión de la mediatización de la política, desde una perspectiva más reflexiva para establecer:

que la creciente intrusión de los medios en el proceso político no necesariamente es sinónimo de una toma de control mediática de las instituciones políticas (...), que es un fenómeno común a los sistemas políticos de casi todos los países democráticos, pero sí el complejo de medios pone en peligro el funcionamiento del proceso democrático, sí implica una pérdida de autonomía por parte de dichas instituciones (Mazzoleni y Schulz 1999, 248-249-251).

De esta manera, la mediatización es comprendida como un proceso amplio y complejo de interacción e interrelación entre actores políticos y mediáticos, con distintos grados y formas de aparecer y representarse a la esfera pública, y no solo desde ciertas condiciones y determinaciones, que en la propuesta de Mazzoleni y Schulz, y de Strömbäck se materializa desde procesos y fases de mediatización, que también podrían configurar e identificar los roles de los medios.

La mediatización, por tanto, proponen Mazzoleni y Schulz, se construye desde la selección y el valor de las noticias, la construcción de una esfera pública y sus actores, la lógica de los medios; la adaptación del comportamiento y, precisamente, las funciones y posiciones de los medios. Procesos que serán referidos desde el planteamiento teórico de los autores.

La selección y valor de las noticias está fundamentada por las visiones del mundo periodístico y las rutinas de producción de los medios de comunicación como fuentes primarias de información, los cuales definen lo que parece ser solo una realidad para la mayoría de los ciudadanos y, a menudo, también para la élite política. De esta manera, presentan solo una muestra altamente selectiva de eventos de interés periodístico que a su vez determinan el valor de las noticias, tales como: proximidad, conflicto, drama y la personalización.

Valores y criterios que según Galtung y Ruge (1965), a más de determinar qué eventos llaman la atención de los medios y del público, también imponen un sesgo sistemático sobre la realidad política de los medios.

Por otro lado, los medios de comunicación construyen y proponen la esfera pública de la información y opinión y controlan los términos de su intercambio, señalan Mazzoleni y Schulz, sin embargo, esta propuesta no puede ser tomada de manera única y concluyente, pues los propios autores han puntualizado en la necesidad de no comprender a los medios desde este control.

Desde la teoría de los campos y autonomía relativa desarrollada por Bourdieu (1990), por ejemplo, se podría debatir esta premisa, pues si bien los medios de comunicación son actores deliberantes en las reglas y normas de la esfera mediática, están en permanente contra posición y relación de fuerza y poder con otros agentes con respecto a los términos de su intercambio, dentro del campo mediático y del campo de la esfera pública.

Pero la propuesta de Mazzoleni y Schulz toma fuerza desde este proceso, cuando se comprende que los medios seleccionan, enmarcan y otorgan atención a eventos y a actores confiriéndoles un estatus, incluso desde sus propias imágenes públicas.

Este es un aspecto de la mediatización de la política a través de una esfera pública construida por los medios [...] Además de asignar relevancia e importancia política a los problemas sociales al seleccionar y enfatizar ciertos temas y descuidar otros (Mazzoleni y Schulz 1999, 251).

Complementando estos dos primeros procesos de la mediatización y entendiendo que los medios de comunicación funcionan como la fuente de información y canal de comunicación más importante entre la ciudadanía y las instituciones y actores políticos, Strömbäck (2008) amplifica estos dos procesos al afirmar que los medios de comunicación causan un impacto en cómo las personas perciben la realidad y forman sus opiniones, transmitiendo, pero también construyendo la opinión pública.

A partir de esta apertura, los medios y los periodistas primero parecen hablar en nombre de los políticos, mientras el tono de la cobertura interpretativa se vuelve cada vez más negativo (Hallin 1992) y segundo, los medios de comunicación llevan una cantidad significativa de contenido político, tanto que en ocasiones es una molestia para los lectores y espectadores.

El lenguaje de la política se ha casado con el de la publicidad, las relaciones públicas y el mundo del espectáculo. Lo que es noticia, lo que aparece en los titulares, lo que cuenta en la esfera pública [...] son las habilidades de comunicación, el estilo de dirigirse al público [...] todos son rasgos típicos de lenguaje de los medios comerciales (Mazzoleni y Schulz 1999, 251).

Lenguaje político que coloca a los actores políticos en el centro para moldear la opinión pública y obtener el control de los medios de comunicación, efectivizando la mediatización de la política y, al mismo tiempo, el uso instrumental de los medios para determinados objetivos políticos.

En este proceso, desde estas premisas y aportes, se desarrolla una perspectiva más profunda y reflexiva de la mediatización, identificada y entendida desde el nivel de interacción e interrelación entre actores y medios, “[...] o la manera en que se interrelacionan las agendas mediática y política durante el proceso de diálogo social [...]” Chavero, González, Bouza, Castromil, Rodríguez (2013).

Finalmente, desde las funciones y posiciones de los medios de comunicación, se comprende que además de mediar y “ser las fuentes primarias de información de mayor importancia en el mundo” (Strömbäck 2008, 229), “estos medios tienen funciones políticas, legítimas y genuinas que desarrollar al expresar una posición distinta sobre un tema y participar en reportajes de investigación para desempeñar su papel de guardián o partidario” (Mazzoleni y Schulz 1999, 252). Postura también descubierta en el partidismo periodístico, identificado en la posición editorial de un periódico que connota también su cobertura de noticias y que se vuelve complicado “[...] cuando las creencias políticas de los periodistas se desvían sustancialmente de las creencias de sus audiencias noticiosas” (Ibíd, 252) y cuando los medios de comunicación exageran sus funciones de control y enfoque excesivamente en los aspectos negativos de la política.

Desde el contexto regional y Latinoamericano, la mediatización de la política a partir de sus diferentes fases de aplicabilidad y sus diversos indicadores de efectivización: el peso de los medios como fuente para la información política; la independencia del poder político; la lógica mediática y la asunción por parte del sistema político de las lógicas mediáticas (Strömbäck 2008), han reaparecido y tal vez con mayor presencia como resultado del modelo político actual y la relación gobernantes-medios.

Esta intervención de los medios de comunicación como actores políticos responde, para algunos casos latinoamericanos y según algunos autores, al vacío que quedó en la oposición política con la emergencia de líderes progresistas y la recomposición del sistema de partidos. De esta manera, la propia debilidad de los sistemas políticos de algunos países de América Latina habría favorecido la tarea de mediatización de la política por parte de los medios de comunicación, quienes habrían renunciado a su papel de mediadores con la ciudadanía para saltar al campo político (Chavero 2018, 126).

Los presupuestos teóricos citados, desde contextos más locales, desde el ámbito nacional, por ejemplo, permiten entender estos procesos de mediatización, su presencia o ausencia y su fuerte resurgimiento debido también a las reformas y leyes comunicacionales estatales actuantes, enfocadas más en el sistema mediático, su estructura y los propios medios que en el debate social y en la ciudadanía como su directa beneficiaria. Debate que ha deseado implementar proyectos y reformas que beneficien de manera ecuánime y proporcional tanto a los actores mediáticos como a los actores sociales, para que más allá de posturas optimistas y críticas se logre un sistema mediático dinámico e integrador.

1.7. Ideología, roles y discursos de los medios

Entender a la ideología y más aún tratar de explicarla puede resultar un tema muy complejo y profundo, desde su concepción y primeros postulados como ciencia que estudia las ideas, su origen y las nociones que la rigen (Tracy 1976), hasta el conjunto de principios que explican el mundo en función de sus modos de producción, conocimiento y relaciones sociales con la realidad y la lucha de clases (Marx 1846). Así también, el concepto ideología refiere a las formas y procesos sociales dentro de los cuales las formas simbólicas circulan en el mundo social (Thompson 1990).

Rescatando el tema de las ideas desde estos conceptos clásicos que puede materializarse en formas de pensar, posiciones asumidas y formas de actuar, así como el mundo y la realidad social en la que vivimos, se lograría proponer que la ideología es la manera en cómo piensa, actúa y se posiciona el sujeto social y las instituciones de la sociedad frente al mundo y a la realidad.

Mundo constituido e informado por los medios de comunicación que, de igual manera, a pesar de los principios, normativas, códigos y más allá de los valores de noticiabilidad que los guían, mantienen y expresan sus propios criterios, posturas y discursos, es decir, sus ideologías expresadas a través del manejo de sus noticias, el tratamiento mediático o periodístico de la realidad, el mundo y los hechos que los constituyen; y desde sus editoriales, opiniones o desde las voces que convocan como protagonistas de estos mismos hechos.

De esta manera se aborda la ideología de los medios, la que les hace desplegar diferentes roles, funciones y discursos, tanto de los medios masivos o tradicionales con mayor referencia teórica y de los medios nativos digitales desde nuevas aperturas teóricas.

Así, los medios masivos de comunicación desde su producción noticiosa no solo comunican hechos actuales y de interés público, además a través de su representación y diferentes niveles

de discurso mediático⁶ resaltan y enfocan las acciones y decisiones de las élites políticas y económicas generando un “marco ideológico de apoyo del poder” (van Dijk 2009).

Desde estos niveles, según van Dijk (2009) manifiestan, exponen, señalan, ocultan o legitiman las relaciones de poder⁷ entre los participantes del discurso y los diferentes grupos sociales, sean estos dominantes o dominados.

Poder representado a través de grandes estructuras políticas y sociales como el gobierno, la Asamblea y las fuerzas militares y del orden público, entre otras que, desde su acumulación de capital simbólico (Bourdieu 1977) pueden imponer una ideología dominante y control social legitimado por los medios masivos de comunicación.

La producción noticiosa de los medios masivos como portavoces y productores de discursos de la ideología de las élites (van Dijk 2009) y sus intereses políticos y económicos, desde la relevancia de la prensa escrita y los periódicos, desarrollan una función persuasiva en doble vía: como reproductores de posiciones y como acumuladores de poder simbólico (Thompson 2007).

De esta manera, los medios de comunicación masiva se configuran y se representan en la esfera pública y política desde funciones y roles protagónicos, siendo fuentes primarias de conocimiento, pero al mismo tiempo generadores y, sobre todo, formadores de opinión pública (Sandoval Obando 2015) en el ámbito social, cultural y político. Es decir, y en palabras de este autor “gran parte de nuestras ideas y debates se basan mayoritariamente en una imagen sesgada e ideológicamente construida a partir de los medios de comunicación” (Sandoval Obando 2015, 41).

Medios que ponen de manifiesto las relaciones en conflicto y tensión ideológica (van Dijk, 2003) entre los actores y participantes del discurso y mundo social: denotando y, muchas veces acentuando las diferencias, diversidades y las rupturas de los actores y los grupos sociales que, desde posiciones y temáticas discursivas, develan los intereses en juego o disputa (Gutiérrez 2009).

Actores de poder e influencia social que, desde su agenda temática, forman opinión y aglutinan los criterios de las masas (Fair 2011). Medios cuyo relato noticioso, repertorios,

⁶ Según van Dijk “el discurso dispone de múltiples procedimientos para poner o quitar énfasis de los significados, y [...] desde una base ideológica, es posible analizar la expresión de la ideología en los diferentes niveles del discurso, así por ejemplo el discurso de los medios, su posiciones y enfoques” (van Dijk 2003, 3).

⁷ El poder es entendido desde la capacidad de hacer o designar algo, o el influir sobre la conducta de un sujeto, así las relaciones de poder se pueden originar, según van Dijk (2009) entre grupos sociales dominantes o dominados desde la capacidad, el conocimiento y la legalidad.

retórica argumentativa y mensajes proponen escenarios, contextos y subtextos desde connotadas implicaciones políticas (van Dijk 2009), posicionando y otorgando protagonismo a ciertos actores y voces de la esfera pública e invisibilizando otras, además del cómo desean que las audiencias entiendan sus mensajes.

Además, los medios masivos en particular, a través de sus imágenes y producción noticiosa, desde su injerencia directa en la esfera pública y en la opinión pública asumiendo una posición ideológica y un discurso propio, despliegan un poder mediático de gran escala con respecto a las dinámicas sociales y cotidianas que transmiten. Así, desde una perspectiva regional, según Oxhorn (2003) ejercen una poderosa influencia sobre los temores populares con un efecto negativo y hasta perverso, provocando el exterminio simbólico y el estrechamiento de la esfera pública cuando fomentan una opinión pública única y oficial que apoya el autoritarismo no democrático, pero al mismo tiempo permeándola con sus relatos y producción noticiosa del temor hacia el crimen y la violencia por ejemplo, señalando como responsables de estos hechos a grupos marginados y minoritarios a los que debe temerse e invisibilizarlos desde sus aristas positivas.

Las imágenes positivas que reflejen su diario vivir, raramente aparecen en los medios masivos, “transformándose [los medios] en poderosos instrumentos de exterminación simbólica de grupos enteros de la población (negros, grupos indígenas o simplemente los pobres (Fleury 1998:12 citado en Oxhorn 2003,154).

Aquella esfera pública comprendida como la arena inter-discursiva (Fraser 1990) en la que converge un conjunto heterogéneo de voces (textos y discursos) que evidencian la diversidad de posicionamientos acerca de temas de interés público. Voces que, como se refirió, son posicionadas a través de los medios masivos y sus nuevas funciones, desde sus diferentes niveles de discurso, escenificación, textos y contexto, pero que también podrían ser invisibilizadas, ocultadas y hasta deslegitimadas desde el lenguaje periodístico y sus efectos reduccionistas. [...] En las contradicciones históricas y en los actores sociales el lenguaje permite invisibilizar; el lenguaje puede ocultar contradicciones y realizar de este modo una acción ideológica muy específica (Santander 2011, 211).

De esta manera, los medios a través de sus noticias reproducen y establecen relaciones sociales de conflicto y dominación entre gobernantes y gobernados, políticos y pueblo, con base a estructuras genéricas bien definidas (Fairclough 2003), pero con ciertos grados de encubrimiento latente. Agentes mediáticos, en términos bourdianos, que desde su gestión

periodística sostienen o ayudan a mantener el sistema social, político y económico predominante.

Así, los medios a través de sus otros roles y funciones pueden ser comprendidos como los nuevos educadores políticos, desde una metamorfosis que privilegia la escenificación y el espectáculo (Fair 2011); actores mediáticos y políticos que amplifican o minimizan las voces, los enunciados y las representaciones de los sujetos sociales.

Al respecto, por tanto, los medios masivos podrían producir una contracción dialógica o una expansión dialógica (White 2003-2004) sobrepasando aseveraciones absolutas para convocar, difundir y reconocer a otras voces y posturas (Moragas 2004) o concebirse como maquinarias unificadoras de discursos de poder que logran mantener el “statu quo” y el consenso social desde la forma hegemónica y la ideología dominante (van Dijk 2009).

Con respecto a los medios nativos digitales, como se había planteado al inicio de este epígrafe, desde su posición ideológica y producción noticiosa podrían desarrollar las mismas funciones y roles que los medios masivos, incluso con un sesgo ideológico de mayor posicionamiento, pero desde propias y diferentes dinámicas comunicacionales, desde sus propios espacios y tiempos, es decir fuera de toda lógica mediática comercial (Vallés 2010) empresarial y dominante.

Ideología, enfoque y posición periodística propia e independiente que pueden ofrecer a sus seguidores y audiencias la oportunidad de un cambio empoderado de actitud e identidad (Rodríguez 2009), pero profundizando incluso un modelo político pluralista polarizado (Hallin y Mancini 2008).

Perspectivas que han sido analizadas desde otras miradas y concepciones, como las nuevas funciones y dimensiones del ciber y web periodismo, es decir desde su presencia en dispositivos inteligentes como tablet y smartphone (Salavierra 2015-2016) y desde las nuevas aperturas que aportan los medios digitales y los nativos digitales al momento de comunicar e informar el mundo desde una incesante e interminable producción de la experiencia y relato noticioso (Bertocchi 2013).

El tema es que los medios nativos digitales, aquellos creados en la propia red y que no derivan de marcas impresas o audiovisuales (Salaverría, Martínez Costa 2021), así como han tenido que combatir contra los medios masivos tradicionales en sus versiones digitales en el aspecto económico y publicitario, también se han multiplicado durante las crisis económicas y la reciente pandemia por la misma demanda que generan en sus audiencias. Es decir, otra línea

informativa y otra postura de cómo expresar y comunicar el mundo desde sus relatos y miradas, desde sus ideologías, desde tiempos y espacios auto referenciados y contruidos desde narrativas e identidades propias y heterogéneas (Medeiros 2019) para desde estas nuevas aperturas y perspectivas sociales y mediáticas, comunicar la acción y decisión de esos otros públicos y contrapúblicos, ampliando desde la esfera digital-virtual la espera pública real.

Se podría entender que uno de los nuevos roles de los medios nativos digitales, a más de la hiper comunicación que despliegan, ya no solo es reproducir la realidad siendo actores mediáticos y políticos activos, sino también a través del ciberespacio y la constante hipermedia ser los diseñadores de la experiencia narrativa que ellos mismos relatan (Bertochi, 2013), tal como lo han sido desde su propios y originarios espacios los medios tradicionales.

Otro rol de los medios nativos digitales, a partir de su enfoque y posición ideológica, con base a sus características e inagotables alcances desde el ciberperiodismo, la interactividad, hipermedialidad y la multimedialidad es que podrían sobrepasar esa expansión dialógica (White, 2004) para amplificar muchas más voces y relatos noticiosos desde una variedad de temas y posturas (género, derechos, ambiente, ecología y otros como la defensa de los animales), desde otras identidades y diversidades.

De esta manera, en cuanto a su enfoque temático y propuestas, los medios nativos digitales tenderían a ser más ideológicos incluso que los propios medios masivos, con la necesidad de comunicar y visibilizar, a partir de las revolucionadas configuraciones digitales, pero con fuertes códigos periodísticos, la sinfonía de voces más allá de posturas políticas y pautas publicitarias. Sin embargo, esto no es un factor común, ya que también existen nuevos medios nativos digitales que presentan un alineamiento ideológico, tanto de izquierda como de derecha con un enfoque explícitamente politizado de sus contenidos y producción noticiosa (Salavierra; Martínez Costa 2021) con claros fines comerciales, clientelares y partidistas.

Con base a estos entendimientos y como ya se propuso en el epígrafe de los medios nativos digitales, es necesario por la pertinencia que refiere, recordar que estos actores mediáticos desde el Internet y la comunicación digital se reconfiguran permanente así mismo hasta convertirse no solo en medios alternativos sino en esos interlocutores y portavoces de los contra públicos que no encuentran espacio y réplica en los grandes medios tradicionales y privados.

De esta manera, también los medios nativos digitales cumplen varios roles al informar el mundo social desde narrativas e identidades propias y heterogéneas (Medeiros 2019); comunicar la acción individual y colectiva de aquellos sujetos denominados contra públicos que ya no desean ser simplemente encasillados bajo esta etiqueta, requieren ser incluidos desde la diversidad de su identidad, lucha y pensamiento, para así el propio nativo digital convertirse en un contrapúblico digital subalterno creando “esferas comunicativas útiles para los grupos subalternos y oprimidos” (Pietro 2006, 175), esferas que afectan y amplían el espacio y la propia esfera pública.

Sin embargo y sin pretender idealizar ni romantizar la función de los medios nativos digitales, que, una vez propuestos como contrapúblicos mediáticos, también podrían tener muchas afectaciones en su entendimiento ideológico de la realidad social, pues al ser un actor opositor al poder político, económico y mediático, esto les podría provocar varias auto restricciones al momento de cumplir su rol mediático, periodístico e informativo.

Así como les puede resultar sumamente complicado entender y comunicar al mismo tiempo la diversidad de voces, la heterogeneidad y sobre todo la división de posturas de los contrapúblicos, sin que esto constituya su función primordial, pero sí una realidad desde donde también se representan como actores mediáticos restringidos desde “la heterogeneidad social de las clases bajas latinoamericanas” (Oxhorn 2003,134), que desde y junto a los contra públicos subalternos, según el mismo Oxhorn, difícilmente podrían alcanzar una acción colectiva representativa en la esfera pública y mediática, así como y parafraseando al autor antes referido, en vez potenciar a los públicos subalternos contestatarios y a ellos mismos como contrapúblicos mediáticos, los debilita y los sigue alejando de la toma de decisiones en la política pública, provoca el constreñimiento de la esfera pública.

Sin embargo de estas latentes limitaciones, otro trascendental rol de los medios nativos digitales constituye el generar nuevos espacios y micro esferas digitales de interacción entre el pensamiento y voz de sus audiencias y seguidores, convirtiéndose en actores mediáticos que, desde las redes sociales, los grupos interconectados y las “cadenas informales de gente interrelacionada” (Vincour 2001,88) son los encargados de movilizar la acción colectiva, en primera instancia virtual de los contrapúblicos digitales desde un activismo digital a lo social (Venegas Vergara, 2015) y en segunda instancia, comunicar de manera creativa e innovadora, la presencia real y efectiva de estos contra públicos en las calles y en la esfera pública.

En resumen, los medios nativos digitales al igual que los medios masivos tradicionales pueden asumir y posicionarse desde líneas editoriales y roles periodísticos delineados a sus intereses e ideología, pueden desarrollar funciones desde posturas progresistas o tradicionales, y finalmente pueden seguir contrayendo o expandiendo dialógicamente los hechos y acontecimientos de la realidad y el mundo social que comunican e informan, influenciando o intentando la toma de decisiones y posiciones en sus audiencias y seguidores; así como generando reacciones, formando y moldeando la opinión pública.

1.8. Acción colectiva

El origen, dinámica, complejidad y alcance de la teoría de la acción colectiva, estudiada por numerosos autores, con base a diferentes matrices epistemológicas, se podría entender desde una concepción general como aquella acción en la que participan un grupo de personas que trabajan unidas para conseguir un mismo propósito de manera conjunta.

Los intereses en común que puedan mantener este grupo de personas los motiva a unirse, agruparse o reunirse para desplegar una acción social, política o cultural, que abandona la individualidad para enmarcarse en lo colectivo.

Justamente esa comunión de intereses, la organización de las personas en agrupaciones y estructuras sociales y políticas, formales e informales, y la posible acción colectiva estratégica, que puedan generar fenómenos de movilización social sostenidas durante diferentes periodos de tiempo en un sistema político y económico instaurado (Tilly 1978), constituyen aspectos deliberantes que se desea abordar desde la acción colectiva.

Cuando se plantea la acción colectiva desde esta perspectiva, también se podría pensar en una acción que convoca la reacción de base, y al decir de base se propone pensar en el término desde abajo que adquiere una categoría teórica cuando se lo proyecta desde una relación en tensión de actores que se encuentran en esta posición y situación frente a otros que están sobre ellos. Estos actores, los de bases, podrían ser asimilados como aquellos públicos subalternos y débiles frente a los públicos fuertes o dominantes (Fraser 1997).

Sin embargo, el interés primordial es abordar a la acción colectiva como una práctica social creadora de estructuras, conformadas por actores y sujetos, cuyo objetivo es la movilización social frente a un sistema socio económico y político instaurado ya sea por un régimen oficial o por un gobierno nacional dentro de un sistema democrático.

Es así que, tal como lo propone el mismo Tilly (1978), intereses comunes, organización y estructura, y movilización, a la que se suma un contexto social e histórico, constituyen los pilares fundamentales y diferenciadores que componen la acción colectiva,

Como se ha mencionado, la gente se une por intereses en común, se organiza y forma una estructura formal o informal, en el ámbito político y social: partidos políticos, movimientos y colectivos; estructuras sociales que se movilizan con un motivo de protesta, reconocimiento o reivindicación.

Acción colectiva en sentido de reivindicación de movimientos sociales ante sistemas institucionalizados y las élites políticas que, desde la movilización de recursos, extraen su fuerza, “como motores de cambio social” (McAdam; Mc Carthy; Zald 1999, 38) de la propia organización que generan.

Desde esta línea teórica se entendería a la acción colectiva como estructura de movilización social de grupos subalternos y minoritarios peleando por su representación, legitimación e identidad dentro y fuera de la esfera pública, desplegando una función emancipadora y transformadora para realizar un viraje o un cambio de rumbo desde las acciones y decisiones tomadas por el sistema político o económico dominante.

Presencia de acción colectiva que puede ser originada en los episodios contenciosos resultado de la lucha política colectiva y procesos de movilización que obedecen a repertorios de acción colectiva más estructurados y exigentes de acciones reivindicatoria, desde una nueva agenda, producto de una interrelación de dos procesos deliberantes: la contienda contenida y la transgresiva, tal como lo proponen Doug McAdam, Sidney Tarrow y Charles Tilly (2005); procesos desde donde además se construye opinión pública.

La transgresiva, siguiendo a estos autores, con base a la “interacción episódica, pública, colectiva entre los reivindicadores y sus objetos, se constituye como acción innovadora que construye nuevos marcos, actores y reivindicaciones” (McAdam, Tarrow y Tilly 2005, 8). Actores políticos, sociales y mediáticos entendidos como agentes que interactúan dentro de esta contienda, desde sus identidades, intereses y negociaciones.

Finalmente, estos mismos autores resaltan la centralidad de la acción comunicativa como la generadora de transacciones sociales y redes de interacción, desde sus estratégica negociación y rol en la construcción social de vínculos y sentidos dentro de los espacios transgresivos, concibiéndose como estructuradora de la contienda política y la acción colectiva.

1.9. La manifestación como acción colectiva y representación de opinión pública

La manifestación como repertorio (Tilly 1986) y expresión material de la acción colectiva que moviliza las opiniones de sus actores (Champagne 2002) facilita una dinámica y permanente correlación, tensión, conflicto y correspondencia entre el quehacer público, político y social de las diversas expresiones, objetos e intereses de los protagonistas de las movilizaciones, marchas y protestas sociales.

La manifestación presenta una clara complejidad en su origen y sobre quienes podían desplegarla, por ello es indispensable entenderla inicialmente como una muestra material de un grupo de personas reunidas en acción colectiva para expresar públicamente una inconformidad ante un estado de cosas y acciones.

En este sentido, la manifestación como acción colectiva y la calle como el lugar físico y simbólico de su expresión, Olivier Fillieule y Danielle Tartakowsky (2015), señalan que “la manifestación callejera es una forma de acción política reconocida por quienes recurren a ella como por aquellos a quienes está dirigida: los actores políticos, los líderes y la opinión pública” (Fillieule y Tartakowsky 2015, 23), y en la práctica es entendida como la ocupación de la calle; es decir, de aquel espacio idóneo y referencial para efectivizar una protesta social, sobre todo, de los contra públicos y de los públicos subalternos (Fraser 1997).

Al profundizar en la configuración y características de la manifestación, esta se presenta como recurso directo de interpelación a los responsables políticos y se conforma, según Fillieule y Tartakowsky, por cuatro elementos básicos: la ocupación de lugares físicos abiertos y sobre todo públicos; la expresividad de sus participantes a través de demandas sociales; una cantidad mínima de actores, necesaria para la distinción respecto de la gama de modos individuales de acción política y su naturaleza social o política, intencional o derivada.

Al respecto, los autores destacan que, a más de estos elementos, lo que hace a la manifestación es la interacción, concreta y simbólica entre diversos tipos de actores; resaltando el momento manifestante y el espacio de lucha para sus reivindicaciones.

Desde estas aperturas, la manifestación contemporánea y su capacidad organizativa, dentro del espacio urbano “[...] se desarrolla en presencia de públicos y para públicos a quienes se intenta influir en más de un sentido: por una parte, darse a conocer y, por otra, convencer” (Fillieule y Tartakowsky 2015, 31-32), efectuada en las arenas de los conflictos sociales desde la esfera pública; convocando y refiriendo a instituciones, líderes, dirigentes, políticos, medios de comunicación y a la ciudadanía.

Para comprender qué motiva y qué efectos causa en los individuos la participación en las manifestaciones, Fillieule y Tartakowsky plantean tres hipótesis; así, las manifestaciones serían: ocasiones de construcción o afianzamiento de la solidaridad de los grupos y de su identidad; momentos de efervescencia colectiva, rituales de protesta que contribuyen a la adhesión y la unanimidad, y finalmente, experiencias políticas como oportunidad de socialización que sumergen a los individuos en una dinámica colectiva.

Los comportamientos del individuo dentro del grupo y la manifestación, sus relaciones, conductas e interacciones simbólicas son explicados por Fillieule y Tartakowsky desde autores como Blumer (1946 [1939]: 2008) y Durkheim (1912), que enfatizan en la adhesión, la unanimidad y el efecto socializador, desde dinámicas como el espíritu de cuerpo, el entusiasmo de grupo, la formación de las identidades y solidaridades colectivas presentes en las manifestaciones.

Entre la dinámica de la acción de la protesta en los procesos de toma de decisión pública, Fillieule y Tartakowsky destacan las interacciones entre la manifestación, el espacio público y sobre todo las lógicas de los medios masivos de comunicación, quienes tienen una importancia crucial, resaltando que no todas las protestas son objeto de cobertura mediáticas.

De esta manera, los autores explican que siempre habrá mayor dificultad de los responsables o protagonistas de la protesta y la manifestación para acceder a los medios, situación que no enfrentan las élites políticas. Solo cuando la manifestación toma cierta amplitud, los medios se ocuparían de estas, plantean los autores a pesar de haberlas evitado, por su relación y hasta dependencia con los grandes grupos empresariales.

Pero, desde la perspectiva de los autores, una situación es lograr imponerse en los medios de comunicación y así acercarse a las instancias institucionales, y otra es hacerse entender y, sobre todo, conseguir aceptación. Cosa paradójica, pues ninguno de los factores que garantizan la visibilidad en los medios, a excepción de la fuerza del número, asegura el reconocimiento de la manifestación sino todo lo contrario, poniendo en riesgo la causa y las reivindicaciones buscadas.

De esta manera, los medios, resaltando las acciones espectaculares, la conflictividad y la violencia en relación con los manifestantes, desde el relato de ciertas características generales y descriptivas de la manifestación y sus protagonistas, no profundizan en las razones y motivos que a los manifestantes los hacen salir a la calle, señalan Fillieule y Tartakowsky.

Situación que puede obedecer al rol y funciones que los medios de comunicación despliegan no solo como actores mediáticos sino como actores políticos con determinados intereses, objetivos y posiciones dentro de la esfera pública y mediática de la sociedad.

Hechos que provocan también la acción colectiva y la toma de las calle por parte de la ciudadanía que rechaza este rol de los medios de comunicación, tradicionales en especial, de formar parte de un paralelismo político y también de situarse al centro de los conflictos sociales pero desde sus propios temas de interés, interfiriendo directa e indirectamente en los procesos políticos y sociales; y precisamente, desde esta centralidad e intencionalidad en directa conveniencia y de ciertos actores políticos, no solo comunicar, sino también construir, su propio mundo social, realidad que, como plantea Mazzoleni y Schulz (1999) citados anteriormente, pone en peligro el funcionamiento democrático de toda sistema actuante.

Capítulo 2. Contexto

2.1. 2017, año de transición

En la última década de la historia política del Ecuador, el año 2017 marca el fin de un hito de gobernanza liderada por Rafael Correa, caracterizada por las políticas estatales del modelo denominado socialismo del siglo XXI⁸, que estuvo presente en varios países de la región como Venezuela, Brasil, Chile y Bolivia, que coloca al ciudadano sobre el capital como actor y agente democrático central en principio y fin.

En el 2017 se produce la transición de diez años de gobierno de Rafael Correa y el Movimiento Alianza País AP hacia uno de sus coidearios y además su vicepresidente en los periodos 2007-2009;2009-2013, Lenín Moreno, que, como nuevo presidente del Ecuador para el periodo 2017-2021, y según sus propias ofertas de campaña, continuaría y fortalecería el proyecto nacional liderado por Correa.

Correa deja el palacio de gobierno en mayo de 2017 con una economía en crecimiento, con proyectos en el ámbito productivo, energético, educativo y social en proyección de fructíferos resultados para el país y la ciudadanía, pero también deja al país con varios frentes abiertos, como: el endeudamiento con China; la deuda en la política ambiental y ecológica por la explotación petrolera en el Parque Nacional Yasuní.

Además de la secuela de conflictos que mantuvo de inicio a fin en su periodo con organismos financieros internacionales como el Banco Mundial BM y el Fondo Monetario Internacional FMI, a los cuales se les negó el pago de la deuda externa del país y la renegociación del porcentaje de ganancias o hasta la expulsión de las grandes petroleras transnacionales, que operaban en territorio nacional.

Se inscribieron en estos frentes las disputas con las viejas y nuevas élites políticas y grupos empresariales y bancarios del país, tónica gubernamental desde el primer hasta el último día de su gestión, así como su conflicto, tensión y condicionamiento hacia los medios privados de comunicación del Ecuador.

El porcentaje de aceptación de su gestión al término de su mandato fue del 46 por ciento, el más bajo de su periodo, según una noticia de *El Universo*, titulada: “Jaime Roldós y Rafael Correa registraron mayor índice de aprobación de sus gestiones, según Cedatos”, publicada el

⁸ El Socialismo del siglo XXI para Hamburger Fernández (2014) es la combinación del socialismo con la democracia participativa y directa, que busca dar respuestas al problema de subdesarrollo de América Latina ante la presencia del capitalismo, desde el pleno desarrollo humano y su circunstancia histórica social concreta.

27 de diciembre de 2019 , desde donde precisamente se señala que Correa ha sido el presidente con mayor nivel de aprobación, pero que su último año de gestión fue el más bajo durante sus diez años de gobierno⁹.

A pesar de este escenario y de un país de cierta manera dividido entre simpatizantes y opositores de la mayor fuerza política del Ecuador, el correísmo, según cifras e información oficial del Banco Central del Ecuador BCE, en el año 2017, la economía nacional derivada del Producto Interno Bruto PIB creció en 3.0%, gracias al aumento del Gasto del Consumo Final de los Hogares, el Gasto de Consumo Final del Gobierno General y las Exportaciones. De esta manera, el PIB alcanzó USD 103,057 millones¹⁰.

Cifra a resaltar, de estos tres macro indicadores de crecimiento económico, es la correspondiente a las exportaciones no petroleras que se incrementaron en un 0.6% con respecto al 2016, contribuyendo al PIB en 0.18 puntos porcentuales, gracias al porcentaje de exportación de: banano, café y cacao; camarón elaborado; pescado; productos acuáticos elaborados; aceites refinados de petróleo y el sector florícola.

Estos indicadores reforzaron la prospectiva y la política de exportaciones del gobierno de Correa en apostarle a otros sectores del país que no representarán la exportación del petróleo y sus derivados. Cifras que, si bien fueron el resultado anual de 2017, se proyectaron con ciertas contradicciones como las del Yasuní, desde el primer cuatrimestre de su último periodo de gestión, y respaldaron su política nacionalista de producción y exportación.

La cifra de desempleo en el primer trimestre del 2017, según el boletín del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (Marzo, 2017), bajó en un 4,4 frente al 5,7% del mismo periodo del año anterior (2016), representando una caída de 1,3 puntos porcentuales. Es decir, aproximadamente 94 mil personas salieron del desempleo, colocando al Ecuador como uno de los países con el porcentaje de desempleo más bajo de la región. Sin embargo, la cifra de subempleo nacional creció y la de empleo adecuado disminuyó, según estadísticas de esta misma fuente.

⁹ <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/12/27/nota/7666941/expresidentes-jaime-roldos-rafael-correa-aprobacion-encuestas/>

¹⁰ Banco Central del Ecuador. 2018. Boletín 03-2018. “Ecuador creció 3.0% en 2017 y confirma el dinamismo de su economía” en: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-crecio-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economia>

Para Gestión Digital¹¹ y su consultora Multiplica, a partir de 2017, periodo de la transición de gobierno y mandato presidencial, la línea o índice de pobreza¹² ha estado en constante crecimiento, resultado de la caída del precio del petróleo en 2014, los efectos del terremoto de 2016 y los bajos precios de los *commodities* o materias primas reflejados en 2017.

2.2. Lenín Moreno y la mesa servida

El 24 de mayo de 2017 se dio el cambio de mando presidencial, Lenín Moreno se posicionó oficialmente, ante la Asamblea Nacional, como el presidente del Ecuador para el periodo 2017-2021. Correa, sin leer el último informe de su gestión, le entregó la banda presidencial a Moreno y no se quedó al almuerzo oficial, con el que se da la bienvenida a las nuevas y ratificadas autoridades del gabinete presidencial entrante. La ausencia se debió a un malestar en su salud.

El 10 de julio de 2017, en el tradicional Cambio de Guardia presidencial del palacio de gobierno efectuada desde Carondelet y la Plaza de la Independencia todos los lunes en horas de la mañana, Lenín Moreno a tiempo de desear un buen viaje a Correa, enfatizó una vez más que al proyecto y la revolución ciudadana seguirán, pero con un cambio de estilo, con una estrategia diferente (*El Comercio*, 10 de julio de 2017).

La estrategia se fundamentaba sobre todo en el diálogo nacional con todos los sectores políticos, empresariales y productivos del país, incluidos los opositores de Correa. Este fue el primer indicador de que Moreno pretendía ese mentado cambio de estilo, pero totalmente contrario y apartado del caracterizado por su antecesor.

Con un evidente alejamiento de su vicepresidente Jorge Glas, también vicepresidente durante el último periodo de Correa 2013-2017, acusado de actos ilícitos, sobornos y corrupción en el caso de la empresa constructora brasileña Odebrecht, el 11 de julio de 2017, Moreno cambia radicalmente su discurso de continuismo político y marca una enfática ruptura con Correa, cuando frente a la Comisión de Transparencia y Lucha contra la corrupción, enuncia una de las frases políticas confrontativas más recordadas de su gestión: “No hay tal mesa servida. Una cosa es lo que se dice y otra lo que se da. La condición económica del Ecuador es muy

¹¹ GESTIÓN, según información tomada de su página web, es una publicación digital producida y editada por la Consultora MULTIPLICA; compañía de consultoría e investigación, fundada en enero de 1994, encargada de investigación aplicada en áreas empresariales, macroeconómicas, finanzas y desarrollo. Entre sus actividades específicas está la producción, investigación y análisis de información macroeconómica, sectorial y de coyuntura.

¹² Según el INEC, la pobreza es sinónimo de carencia y privación, que limita a una persona para alcanzar un mínimo nivel de vida y la línea de pobreza es el nivel de ingreso mínimo disponible que necesita un individuo para no ser considerado pobre.

difícil, es sumamente difícil, vamos a salir adelante con el esfuerzo de todos” (*El Comercio*, 11 de julio de 2017).

A finales del mes de julio de 2017, por medio de una cadena nacional, Moreno detallaba el complejo panorama económico y financiero del Ecuador, sobre todo por su alto nivel de endeudamiento con China. Ante esto y resultado de los informes de su equipo económico anunciaba que en fin de año tomaría las primeras medidas para enfrentar la seria crisis económica que enfrentaba el país.

En medio de este panorama de ruptura política, ante la percepción de una ciudadanía que votó por un proyecto y por la figura de Correa más que por Moreno, desalentada e inquieta por el nuevo rumbo del país y por las inapropiadas declaraciones de Moreno que incluso reconoció públicamente en son de broma que: “a los que les estoy empezando a agarrar un poco de odio son a los que votaron por mí”¹³, el boletín del INEC comunicaba que, en junio de 2017, la pobreza por ingresos a nivel nacional llegó a 23,1%, mientras la pobreza extrema llegaba al 8,4%.

Para septiembre de 2017, según cifras del INEC, el índice de desempleo a nivel nacional, bajó 1,1 puntos porcentuales con respecto a septiembre 2016, es decir de 5,2 a 4,1 y las tasas de empleo adecuado, subempleo, otro empleo, no pleno y empleo no remunerado tampoco registraron variaciones relevantes. A pesar de este panorama, según la publicación: *Octubre y el derecho a la resistencia*, (CLACSO, 2020) el equipo económico de Moreno, encabezado por el ex ministro Carlos de la Torre, desde Washington D.C. entabló las primeras conversaciones con el Fondo Monetario Internacional (Ramírez, 2020).

De esta manera, el posible retorno al modelo neoliberal se volvía más certeza que presunción. A inicios de noviembre de 2017, se realizó la primera reunión oficial entre Moreno y delegados del FMI. Seguido, en el mes de diciembre, Moreno enviaba a la Asamblea Nacional un conjunto de reformas económicas denominado “Ley de Reactivación de la Economía y fortalecimiento de la Dolarización”, que, en medio de críticas y reformas, logró la eliminación de la competencia del Banco Central para poder gestionar el programa de dinero electrónico.

Este alcance, según opositores y críticos, fue petición de uno de los primeros sectores con los que se reunió Moreno, el sector bancario y empresarial del país, a los que meses más adelante les otorgó uno de los favores más cuestionables por la ciudadanía, al condonarles más de 4

¹³ Plataforma Va por ti Ecuador. En: <https://www.youtube.com/watch?v=DwxRzFwISPE&t=23s>

mil millones de dólares de deuda pública con el Estado, ante el Servicio de Rentas Internas SRI.

Según el reporte anual del INEC, para cerrar el 2017, la pobreza a nivel nacional se ubicó en 21,5% y la pobreza extrema en 7,9%, en el área urbana la pobreza llegó al 13,2% y la pobreza extrema a 3,3%, mientras que en el área rural la pobreza alcanzó el 39,3% y la pobreza extrema el 17,9%. Porcentajes que señalaban que estos indicadores habían bajado con relación a los publicados en junio del mismo año. Según Panorama Social y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe¹⁴ (CEPAL, 2018), Ecuador en 2017 cerró con un índice de pobreza del 23,6.

Sin embargo, y mantenido el discurso de un sobre endeudamiento y una economía en crisis, Moreno inició el año 2018 con mayores acercamientos al FMI, que a su vez reforzaba el pronunciamiento del presidente al señalar que Ecuador a finales del 2019, producto de un manejo indebido de sus finanzas y deuda pública en los últimos años, registraría un endeudamiento del 49,2 % (FMI, 2019,13).

Tesis que fue rebatida con cifras por el propio ministro de la Torre al manifestar públicamente que el país en el 2016 había registrado menos del 40 % de deuda frente al PIB, límite de endeudamiento permitido (*El Telégrafo*, agosto 2017). Carlos de la Torre renunció en marzo de 2018 y fue el primero de tres ministros de Economía y Finanzas del período de Moreno.

Nuevamente la frase ya política y muy pronto mediatizada por el presidente y los medios de comunicación nacionales e internacionales, privados, sobre todo, volvió con mayor fuerza cuando en su primer informe a la nación, el 24 de mayo de 2018 Moreno dijo:

La mesa no estaba servida, sino que estaba vacía. “Maquillaron datos, cifras, todo, encuestas, proyecciones. Lastimosamente la mesa estaba vacía, se lo llevaron todo (*La República*, 24 de mayo de 2018).

En este mismo mes, citando nuevamente la publicación: *Octubre y el derecho a la resistencia* (CLACSO, 2020), Moreno remitió a la Asamblea Nacional, con carácter de análisis y aprobación urgente, la reforma normativa conformada en la “Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal” denominada “Trole 3”, que contemplaba reformas sobre todo en competencia

¹⁴ El Panorama Social de América Latina es preparado anualmente por la División de Desarrollo Social y la División de Estadísticas de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Cuenta con la participación del Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE)-División de Población de la CEPAL.

tributaria, laboral, de seguridad social, alianzas público-privadas, finanzas públicas y código monetario e incluso la propia ley que había sido aprobada en diciembre del año anterior.

El nuevo ministro de Economía, Richard Martínez, que fue presidente del Comité Empresarial Ecuatoriano, desde el año 2015, estuvo al frente de esta nueva propuesta de ley y de esta cartera de Estado. Con esta designación, Moreno colocaba en el gobierno y al frente de las finanzas del país a un representante del sector empresarial del Ecuador.

Para junio de 2018, según el Reporte de Pobreza y Desigualdad del INEC, la pobreza por ingresos a nivel nacional se mantuvo constante estadísticamente y se ubicó en 24,5%. Aunque en comparación con diciembre de 2017 se evidenciaba que este indicador como el del nivel rural subió en 3 puntos.

Así, según: *Octubre y el derecho a la resistencia*, la ley “Trole 3”, publicada en agosto de 2018, a más de empezar a condonar deudas por impuestos al Servicio de Rentas Internas SRI, al sector empresarial y a la banca del país; mermar la capacidad del Banco Central para invertir sus excedentes y recortar presupuesto al gasto público, era una carta abierta, un cheque en blanco para una relación financiera del gobierno ecuatoriano con el FMI, a mejor criterio y manejo en intereses de este gran prestador internacional.

Además, la “Trole 3” también limitó, bajo recomendaciones del propio FMI, el uso de los recursos de la reserva internacional a los que tiene derecho el Ecuador, para después de una estimable acumulación usarlo en caso de emergencia nacional y crisis internacionales; alternativa que en la forma podría sonar razonable pero que en el fondo limitaba la inyección de liquidez para la economía nacional.

Retomando los indicadores de empleo y desempleo, para el cierre del año 2018, el INEC reportaba que la tasa de desempleo a nivel nacional fue de 3,7%; la tasa de empleo adecuado fue de 40,6%; el subempleo se ubicó en 16,5%; el empleo no remunerado en 9,9% y la tasa de otro empleo no pleno fue de 28,8%.

En resumen, este reporte publicó una reducción anual estadísticamente significativa de la tasa de desempleo a nivel nacional y por área de residencia. A estas cifras se sumaban los datos provisionales del BCE, que indicaban un crecimiento en términos reales de la economía nacional (PIB) en un 1,3% en 2018, es decir y en términos corrientes, el PIB ecuatoriano alcanzó USD 107.562 millones.

Datos y cifras oficiales que generan cierta inquietud, pues si bien la pobreza por ingresos a nivel nacional en 2018 se ubicó en 23,2% en comparación al 21,5% de diciembre de 2017,

con un incremento de 1,8 puntos porcentuales que no son estadísticamente significativos; la tasa de desempleo disminuyó y se reflejaba un crecimiento en la economía nacional, porque Moreno y Martínez buscaban establecer y definir las relaciones financieras del país con el FMI como medida adecuada y determinante para afrontar la crisis económica del Ecuador.

Así, al finalizar diciembre de 2018, Moreno a través del Decreto 619 ya presentaba una primera carta de compromiso ante el Fondo Monetario Internacional, al subir la gasolina extra y ecopaís, de 1,48 a 1,85, (*El Comercio*, 22 de diciembre de 2018), precio que no se había incrementado en 15 años, desde el año 2003. Decisión que a pesar de establecer excepciones y subsidios al transporte público y comercial (taxis y camionetas), a través de mecanismos y bonos que no se efectivizaron del todo, dejó una percepción de malestar e inquietud en la ciudadanía, al cerrar el año.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) estimaba que en 2019¹⁵ se produciría una contracción de la economía ecuatoriana, asociada a una tasa de crecimiento anual negativa proyectada del -0,2%, en comparación con la del 1,4% que se registró en 2018. Finalmente, la limitación y eliminación de mecanismos propios de inyección de liquidez a la economía nacional, devenidos de la ley “Trole 3” que afectó también la economía política del Ecuador más el fantasma permanente de no contar con una moneda propia, tal como propone la publicación de CLACSO (2020), llevaron al gobierno a recurrir al financiamiento privado, nacional e internacional, y de los organismos multilaterales.

De esta manera, como hito de regreso al modelo neoliberal de prestaciones y créditos, según la misma publicación referida, en marzo de 2019, el FMI anunció la suscripción de un acuerdo crediticio con Ecuador por US\$ 4.200 millones a ser desembolsados durante tres años bajo un calendario y modelo altamente exigente y condicionado en reformas tributarias, legales y monetarias, incluso supeditando la autonomía financiera, política y económica del país. El acuerdo, también como resalta la publicación de CLACSO (2020), no contó con la aprobación de la Asamblea Nacional ni la revisión de la Corte Constitucional como lo dispone la Carta Magna ecuatoriana.

4. 200 millones de dólares que, como sostuvieron muchos críticos, analistas e incluso ex simpatizantes de gobierno como Wilma Salgado, pudieron haberse obtenido -sin “sacrificar a

¹⁵ Panorama Social de América Latina es preparado anualmente por la División de Desarrollo Social y la División de Estadísticas de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). La edición 2019 fue coordinada por Laís Abramo.

los sectores empobrecidos para satisfacer al FMI¹⁶ - simplemente si no se eximía de las deudas tributarias, que ascendían a 4.291 millones de dólares, sin considerar intereses, a las grandes empresas privadas petroleras y al sector bancario del país. Cifra que superaba en casi 100 millones al préstamo del FMI.

Hasta aquí se presentan los indicadores socio-económicos del país que marcaron tanto el periodo previo al gobierno de Lenín Moreno como sus dos primeros años. En este punto, la investigación considera fundamental, como parte del contexto general, presentar también un micro contexto de los medios de comunicación del Ecuador

2.3. Los medios de comunicación del Ecuador, una breve mirada histórica

Como dato relevante, previo abordar el crecimiento y panorama de los medios de comunicación del Ecuador en el año 2019, a manera de un brevísimo contexto histórico, se podría señalar que el origen del periodismo ecuatoriano se remonta a finales del siglo XVII con el apareamiento del primer periódico, llamado: *Primicias de la Cultura de Quito* (1792), fundado por Eugenio Espejo y editado bajo el auspicio de la Escuela de la Concordia¹⁷, que como antecedente tuvo a comunicados básicos y primitivos que circulaban en las iglesias y mercados de la ciudad.

Para Enrique Ayala Mora, con el perfeccionamiento industrial y tecnológico de la imprenta y las rotativas nacionales, en las primeras décadas del siglo XIX el diarismo ecuatoriano, que tuvo su antecedente más importante con el *Diario de Guayaquil* (1860) antes *La Ilustración* (1852) bajo la dirección de Sixto Juan Bernal y el *Telégrafo* (1884) fundado por Juan Murillo Miró, logra su consolidación y empieza un camino de crecimiento hasta la época actual.

De esta manera surgen entre los medios masivos más importantes del Ecuador *El Comercio* (1906), instaurado como el primer periódico de la capital, fundado por los hermanos Carlos y César Mantilla Jácome, *El Progreso* (1919) de Cuenca, *El Día* (1913) y *El Universo* (1921) de Guayaquil, además de *El Mercurio* (1924), *El Sol* (1951), *El Tiempo* (1955)¹⁸, entre otros.

¹⁶ Frase parte del titular del artículo de Wilma Salgado, publicado el 10 de octubre de 2019 en Council on Hemispheric Affairs. En: <https://www.coha.org/ecuador-gobierno-de-lenin-moreno-sacrifica-a-los-sectores-empobrecidos-para-satisfacer-al-fmi/>

¹⁷ La Escuela de la Concordia conocida como *Sociedad Patriótica de Amigos del País*, fue un organismo cultural no estatal de asociación de ciudadanos de la Real Audiencia de Quito, que promovía el pensamiento ilustrado y nacionalista. Su sede principal estaba en la ciudad de Quito y contaba con núcleos en Bogotá, Guayaquil, Riobamba e Ibarra. Avilés Pino, Efrén. Escuela de la Concordia. *Enciclopedia del Ecuador*. Especiales.

¹⁸ Punín María Isabel, Rivera Diana. 2014. "Las primeras huellas del periodismo ecuatoriano. De la censura a la libertad de prensa". Revista RAE-IC. En: <http://www.revistaic.eu/index.php/raeic/article/view/37>

2.3.1. Crecimiento de los medios ecuatorianos

La presencia de los medios en el entorno humano y el contexto social ha sido preponderante, pues son las entidades y organismos encargados de transmitir, informar y comunicar los hechos, acontecimientos y sucesos de la realidad social, desde los eventos cotidianos hasta los sucesos que han marcado y decidido el rumbo político, económico y social de una sociedad. Acción comunicacional e informativa que la han venido desarrollando desde su apareamiento hasta la actualidad, adaptados y acordes, por supuesto a la evolución del periodismo, la comunicación y las nuevas Tecnologías de la Información TIC. Ecuador no ha sido excepción de este fenómeno mediático evolutivo.

Entre los medios de mayor preponderancia y posicionamiento a nivel nacional, que se renueva permanentemente en la parte conceptual, gráfica y tecnológica, acorde a las demandas de una era de la comunicación digital, se encuentra diario *El Comercio*, periódico ecuatoriano, fundado el 1 de enero de 1906, que en la actualidad es reconocido como uno de los medios de comunicación tradicionales de mayor trayectoria en el ámbito periodístico nacional. Según varios portales de información y comunicación, actualmente es el periódico más grande de la ciudad, uno de los más importantes del país.

Según información tomada de su portal digital, su código deontológico se basa en tres premisas: la reputación alcanzada por el Grupo El Comercio C.A. como proveedor de productos y servicios de calidad; la honradez financiera y la transparencia que aplica en sus negocios y la independencia editorial asociada a la integridad en sus publicaciones, servicios y productos.

En 2015, según información oficial, el 94 por ciento de las acciones de Grupo El Comercio C.A., valuadas en 15.5 millones de dólares fueron vendidas a Telglovisión S.A. del empresario mexicano-guatemalteco Remigio Ángel González, dueño además de un estimado de 40 canales de televisión en doce países de América Latina. En Ecuador, posee un total combinado de 13 canales de televisión y estaciones de radio. Según información publicada por el propio medio, en este mismo año, el grupo lanzó su diario o versión digital, que en más de 10 años ha alcanzado la mayor cantidad de suscriptores registrados en comparación con otros medios de información local.

En el panorama de la comunicación digital en el Ecuador, para entender la presencia y la relevancia de los medios tradicionales junto a sus extensiones y plataformas digitales y de los

medios nativos digitales, es necesario hacer un breve recorrido por la evolución de la comunicación digital y sus principales actores en el ámbito nacional.

De esta manera, la comunicación digital, el ciberespacio y la red de redes, devenidos del adelanto del Internet, muestran sus primeras pulsaciones en el Ecuador a inicios de los años noventa y finalmente llega al país en el año 1991 “cuando la compañía Ecuánex facilitó el primer acceso gracias a un nodo establecido por la Corporación Interinstitucional de Comunicación Electrónica, Intercom” (Rivera 2012, 8).

Sin embargo, según el estudio y presentación del Mapa de Medios Digitales del Ecuador 2012¹⁹, de José Rivera Costales, el internet aún era incipiente en el territorio nacional, pues todavía no se advertía la llegada de la fibra óptica submarina, que ampliaría masivamente su uso.

El mismo estudio indica que entre la década del año 2000 a 2010 el Internet se empieza a consolidar y las TIC son herramientas comunes para los negocios y para ciertos hogares privilegiados. El uso de blogs, redes sociales y las páginas personales son más comunes en el 2005; año en el que se masifica el email e inicia la promoción comercial (mailing) para campañas políticas, promoción de bienes, productos o servicios y su uso en sistemas educativos.

De esta manera, el país pasa de una incipiente era de la comunicación digital a la Estrategia Ecuador Digital 2.0, basada en cuatro ejes fundamentales: equipamiento, conectividad, capacitación y aplicaciones y contenidos.

Situación que permitió a un gran porcentaje de la población ecuatoriana el acceso a Internet y la utilización de computadores de escritorio, computadoras portátiles y dispositivos móviles; implementos tecnológicos imprescindibles que, en la actualidad desde el accionar cotidiano de los ecuatorianos junto a la presencia de las redes sociales, y los smartphones han logrado una extra aceleración en sus formas de informarse, interrelacionarse y comunicarse.

Los medios de comunicación nacional, los tradicionales, también forman parte de este progresivo panorama digital, que inició como se ha referido en la década de los 90. Los medios tradicionales y los periódicos en particular como *Diario Hoy* (1994), *El Comercio*

¹⁹ El Mapa de los Medios Digitales del Ecuador es un estudio realizado por CIESPAL, bajo la coordinación de José Rivera Costales, para conocer cuántos medios tiene el Ecuador en Internet y determinar los niveles de actualización, secciones, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, redes sociales y herramientas multimedia que están empleando, a su vez, permite comprender los procesos y lógicas de trabajo los medios de comunicación digitales.

(1996) y *El Universo* (1997) empiezan su migración hacia el campo digital con un proceso de mutación y adaptación para ingresar en la dinámica de la Web 2.0. el espacio de las redes sociales y la era de la comunicación digital, caracterizada y contenida de productos multimedia, múltiples contenidos y la inmediatez comunicacional, que permiten además establecer otro nivel de interactividad entre el medio y el usuario.

En este mismo espacio surgen otros medios digitales, los que propiamente nacieron en esta era de la comunicación digital y la Web 2.0, los llamados medios nativos digitales que a través de sus contenidos y alcance en una esfera híper mediática de conexión y abstracción, generan una interrelación e interacción dinámica e instantánea con sus seguidores y audiencias. Estos medios provocan un giro de 180 grados en la forma de entender y producir comunicación.

El Mapa de los Medios Digitales del Ecuador 2012 indicaba para la época, la existencia, registro y funcionamiento de 264 medios digitales, de los cuales 34 eran nativos y que en el Ecuador se hace “periodismo en internet desde las cuatro regiones del país, con equipos mínimos, con recursos ajustados y deudas, pero con esfuerzos extraordinarios: más de uno ha pasado por la tentación de cerrar” (Rivera 2012, 12).

En el año 2015, la Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios FUNDAMEDIOS, publicó un nuevo listado con 60 nombres de medios nativos digitales²⁰, dejando como primer indicador el aumento de estos medios en el panorama nacional. En este mismo año, el artículo titulado: “El auge de los medios nativos digitales del Ecuador”, de Susana Morán, los clasificaba en 7 categorías según su alcance (nacional, regional y local) cobertura y enfoque de temas; política, economía, opinión, cultura y multimedia.

Es pertinente referir en este punto el crecimiento y uso de las TIC y el acceso al internet en el contexto nacional, en particular para entender el apareamiento de las extensiones digitales de los medios tradicionales y sobre todo el surgimiento de los medios nativos digitales en el país.

Así, en el 2017, en lo que refiere a las Tecnologías de la Información y Comunicación TIC, según datos de la Encuesta Tecnológica del INEC, en cuanto al Equipamiento tecnológico del hogar, particularmente computadores portátiles (laptops y tablet) se incrementó en 12,1 puntos con respecto al 2012 y su uso se incrementó en 52,0% de la población de 5 años y más, equivalente a 13,3 puntos más que en el 2012.

²⁰ Listado completo en: <http://www.fundamedios.org/listado-de-medios-nativos-digitales-en-ecuador/>

Respecto del acceso al internet, a nivel nacional, se incrementó en 14,7 puntos más que en 2012; al igual que en el área urbana, mientras que en la rural creció 11,8 puntos, y en lo que refiere a su uso, se incrementó en 22,3 % con respecto al 2012. Así, el 58,3% de la población de 5 años y más lo utilizó, y en mayor porcentaje, el 40,7 % con fines informativos y el 31,0% como medio de comunicación. El 66,9% en el área urbana frente al 39,6% del área rural. Estos dos últimos porcentajes también crecieron con más de 20 puntos respecto a los del 2012.

En la actualidad es escasa la bibliografía o las fuentes documentales para conocer el número exacto de medios nativos digitales existentes en Ecuador, sin embargo, según el artículo: *Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador* (Morejón y Zamora, 2019), que cita y refiere los mismos estudios de base enunciados anteriormente, presenta la existencia de 83 medios para principios del 2018, listado elaborado por los autores del artículo mediante un análisis de la información de FUNDAMEDIOS correspondiente a 2015 y un registro del Consejo de Regulación de la Información y la Comunicación (CORDICOM) de 2017. Además, el artículo incluyó a nuevos medios nativos digitales, como La Posta, 4 Pelagatos, Ecuador Chequea, entre otros²¹.

La existencia de estos nuevos actores de la comunicación nacional, los medios digitales y, en particular, los nativos digitales no han sido reconocida ni regulada por la Ley Orgánica de Comunicación LOC, aprobada en el año 2013, ni contemplada en las reformas propuestas en el año 2019 y 2022.

Sin embargo, y que hasta la fecha no se haya reconocido su existencia, no quiere decir que no estén presentes, al contrario, como se ha sostenido estos nuevos medios nativos digitales surgieron como respuesta a las exigentes demandas de la era digital y de la gente que forma las comunidades, y han venido a remover las estructuras del tradicional sistema mediático ecuatoriano.

Desde estos contextos, en el año 2008 entra en operaciones Radio La Calle, que según información de su página web es una radio virtual con una programación dinámica, cultural y educativa, que desarrolla transmisiones en vivo a través de Internet con un alcance ilimitado. Radio La Calle es un espacio alternativo, de intercambio y construcción de ideas, del cual son parte las instituciones públicas, privadas, educativas, culturales, políticas y sociales. La

²¹ Los datos y registros de los medios nativos digitales se incrementaron durante la pandemia por el Covid-19, pero dado que el período de análisis es 2019, los datos expuestos son los pertinentes.

función principal de Radio La Calle es abrir espacios cercanos con el oyente, que permitan escuchar las voces del excluido. Pretende convertir el compromiso profesional como comunicadores en un compromiso social y colectivo.²²

El código deontológico de Radio La Calle y su concepción periodística no le permite manejar la información desde aristas comerciales. Este aspecto además obedece al criterio, lineamientos y accionar de sus políticas, principios e integrantes. Sin embargo, este medio digital pertenece o está bajo la responsabilidad legal de CATALEJO Consultores, una sociedad jurídica fundada entre colegas comunicadores y profesionales del área; representación que puede facilitar otros alcances en el aspecto económico y de rentabilidad. Objetivos que ya se pueden visualizar en sus páginas y espacios digitales, con una incipiente presencia de publicidad.

2.3.2. Panorama mediático del año 2019

En el Ecuador, en el año 2019, según datos del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación RPM se registraron un total de 848 medios de comunicación: 744 privados, 45 públicos y 59 comunitarios²³. Además del registro de 29 medios en Internet, sin especificar su naturaleza y origen. Cabe señalar que esta lista no registra a los medios digitales y a los nativos digitales.

Sin embargo, de estas omisiones, incluso constitucionales que más que reconocer a los medios nativos digitales como actores integradores del sistema mediático nacional los identificaba como extensiones digitales, estos actores han desarrollado un crucial papel y función en el ámbito comunicacional del Ecuador, con su presencia y accionar a través del internet, los dispositivos tecnológicos de comunicación y las nuevas Tecnologías de la Información TIC.

Para dimensionar de mejor manera su presencia, así como el acceso y uso al internet, el manejo de teléfonos inteligentes y el uso de las redes sociales como medio de información por parte de la población ecuatoriana en el año 2019, es necesario mencionar que la Encuesta Multipropósito TIC 2019 del INEC reportó que el porcentaje de hogares con acceso a internet aumentó con respecto al 2018 en 8,4 puntos porcentuales a nivel nacional, 9,5 puntos en el área urbana y 5,6 puntos en el área rural. Acceso que también se vio reflejado en el

²² Información tomada de la página web del medio digital. <https://radiolacalle.com/>

²³ Registro Público de Medios del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación. En: <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/servicios/rpm/>

incremento y frecuencia de su USO en 3,3 puntos porcentuales a nivel nacional, 2,3 puntos en el área urbana y 5,0 puntos en el área rural, de igual manera con respecto al 2018²⁴.

Así también, respecto a la población de 5 y más años de edad que tenían teléfono inteligente y activado se incrementó en 6,6 puntos porcentuales a nivel nacional.

Dato de mayor significatividad es que el 92,0% de la población de 5 años y más de edad que representaban a 16 millones de ecuatorianos contaban con celular y el 40% que representa a 6.980.896 utilizaban redes sociales desde su teléfono inteligente. Mientras que las redes sociales que principalmente tenía la población eran: Facebook con 55,4 puntos porcentuales, WhatsApp con 52,0 puntos e Instagram con 18,2 puntos. Es decir que la mayoría de la población ecuatoriana que manejaba Facebook y WhatsApp pudo haberse informado de las manifestaciones y acontecimientos de octubre de 2019 a través de su teléfono inteligente y sobre todo de sus redes sociales.

Sin embargo, de estos datos y alcance del uso de las redes sociales, todavía no alcanza los niveles deseados para una óptima y completa cobertura, pues todavía existe una brecha digital latente en el país.

Para junio de 2019, según el reporte de MENTINNO²⁵, el ranking digital de los medios de comunicación ecuatorianos ubicaba a elcomerico.com con cerca de 11 millones de visitas al mes a su página web, al universo.com con 7 millones doscientas mil visitas y a metroecuador.com.ec con 3 millones setecientas mil visitas y a ecuavisa.com, lahora.com.ec, teleamazonas.com, eltelegrafo.com.ec y el expreso.com, con más de un millón de visitas.

Además, el reporte destaca que los usuarios encuentran noticias específicas de medios a través de buscadores como Google con un 51,07%, seguido por visitas directas a los sitios web de medios con un 23,11% y desde las redes sociales con un 23,58%. El ranking destaca a Facebook con hasta el 91% del total de visitas desde redes sociales como la principal red de distribución de noticias y captación de tráfico social.

²⁴ Encuesta Multipropósito-TIC 2019. En:

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas_Sociales/TIC/2019/201912_Principales_resultados_Multiproposito_TIC.pdf

²⁵ MENTINNO, consultoría y capacitación en áreas de marketing, estrategia empresarial y comunicación especializada en tendencias y rentabilidad según su industria y situación única. En:

<https://blog.formaciongerencial.com/ranking-digital-medios-de-comunicacion-en-ecuador-2019/>

Entre los datos sobre las redes sociales en lo que respecta a Facebook, en particular a los fans, el reporte posiciona Ecuavisa (3 352 512), TC Televisión (2 784 259), *El Comercio* (2 157 857) y Teleamazonas (2 038 327) en los cuatro primeros lugares respectivamente. Mientras que en Twitter en lo que refiere a seguidores ubica en los primeros cuatro lugares @ecuavisa (2 303 015) @teleamazonasec (2 010 931), @eluniversocom (1 927 126) y @elcomercio (1 468 882).

Por tanto, el macro contexto detallado que enfoca los principales acontecimientos, hitos, cifras, indicadores socioeconómicos y conflictos sociales que enfrentó el gobierno de Moreno, junto al micro contexto enmarcado en los doce días de manifestación de octubre de 2019, más el contexto mediático ecuatoriano enmarcan a esta protesta nacional como una de las acciones colectivas más relevantes, unas de las más significativas de las últimas décadas de la historia ecuatoriana, que debe ser ahondada en estudios sociales y comunicacionales.

Octubre 2019 es parte ya de un proceso de movilización nacional y de un conflicto social que merece y demanda abordajes e investigaciones académico-científicas que profundicen en su comprensión y flujo, pero sobre todo en el rol, configuraciones, funciones y conflictos de y entre sus actores y protagonistas.

Octubre 2019 simboliza rechazo y resistencia, quiebre político e institucional, protesta y malestar social, represión y conflicto, diálogo y acuerdo. Las manifestaciones sociales de octubre de 2019 no solo lograron la derogación de un decreto gubernamental, comprende que el movimiento indígena junto a las organizaciones y frentes sociales adheridos a la protesta, históricamente lograrán revertir una decisión que no tenía marcha atrás. Octubre 2019 simboliza un episodio de reivindicación social y política.

Manifestaciones que fueron informadas por los medios de comunicación del país, tradicionales desde sus formatos originales y extensiones digitales, así como por los medios nativos digitales, así como por la prensa extranjera. Cada medio, desde su posición ideológica, cobertura periodística y tratamiento informativo cumplió un rol, una función y otorgó un tono y un enfoque periodístico a los acontecimientos, hechos y sucesos de las protestas de octubre de 2019.

2.4. La antesala de octubre de 2019

El gobierno nacional, como se ha contextualizado, desde el primer año de su gestión mantuvo acercamientos con el Fondo Monetario Internacional FMI para acceder a créditos y estabilizar

una economía en crisis. En marzo del año 2019, finalmente se logró un préstamo de 4 200 millones de dólares con este organismo multilateral.

En el ámbito local, el año 2019 significó para el gobierno de Moreno un año mucho más complicado que los anteriores y no solamente por el tema económico y la entrada del FMI al país. En los primeros seis meses del 2019, el gobierno no dejó de sumar un solo reclamo, malestar y protesta social, en diferentes ámbitos y desde diversos frentes sociales, a nivel nacional y local.

Este malestar fue expresado por maestros que se crucificaban simbólicamente en demanda de pagos, bonos y mejor atención de su salud (*El Universo*, 19 de febrero de 2019); jubilados del IESS reclamando por el pago de sus pensiones; agricultores y pequeños productores del campo afectados por la fuerte época invernal, carentes de insumos y soluciones. Además de la movilidad, transporte, vías y carreteras del país sin avances y gestión, así como la inexistente construcción y reconstrucción de hospitales, unidades educativas y conjuntos habitacionales, sobre todo en Manabí, provincia de mayor afectación por el sismo de 2016. Así como provincias fronterizas y amazónicas alarmadas ante la escasez de gas y controles de seguridad; poca atención en la red de salud pública (*El Universo*, 11 de abril de 2019); y la falta de diálogo y entrega de recursos a las prefecturas del país (*El Universo*, 23 de septiembre de 2019).

A este escenario se sumaban avisos de movilización nacional para abril y mayo de 2019, por parte de coordinadoras de ex educadores y jubilados a nivel nacional y algunos sectores indígenas del sur de la Amazonía, de Zamora Chinchipe, vinculados con el movimiento político Pachakutik y uno de sus principales representantes, Salvador Quishpe.

En resumen, previo a octubre de 2019, Moreno y su equipo de gobierno afrontaron varias protestas sociales desde diferentes frentes como el Magisterio de Educación, la Coordinadora Nacional de Maestros Jubilados, la Asociación de Jubilados del Ecuador; así como gremios de trabajadores y Frentes Cívicos, entre ellos el del Carchi, además de asociaciones y otras organizaciones sociales, ante el incumplimiento de pagos, compromisos y ofertas.

Así, se podría considerar que el cambio de estilo anunciado, el promocionar una mesa vacía en vez de una mesa servida, las leyes presentadas y exigidas de aprobación inmediata: la de Reactivación de la Economía y fortalecimiento de la Dolarización y la de Fomento de la Producción y Atracción de inversiones, fueron el preludio del regreso al modelo neoliberal y al paquetazo económico de octubre de 2019, que Martínez como portavoz oficial gracias a la

amplificación de los medios de comunicación del país, lo venía anunciando desde abril de 2019.

Desde este complicado panorama político y social, sin embargo, no amenazante para su continuidad y estabilidad, en repetidas ocasiones el gobierno avizoraba una posible alza de los precios de los combustibles por medio de Richard Martínez, que, a través de los medios de comunicación, sobre todo privados, dejaba latente la probabilidad de la liberación oficial del subsidio de los combustibles como medida para enfrentar la crisis económica, sobre todo, derivada del gobierno anterior.

Previo a la mirada puntual de los días de movilización nacional de octubre de 2019, a continuación, presentados, es necesario fijar una brevísima perspectiva crítica en el ámbito político de lo que empezaba a significar el fortalecimiento del anticorreísmo en el Ecuador y su directa asociación con la corrupción como el mecanismo de linchamiento mediático y político hacia la todavía y persistente mayor fuerza política del país, el correísmo. Moreno en su relación con la derecha neoliberal y sus mayores representantes, se propuso además desaparecer sistemáticamente el correísmo del país.

Ya con Moreno en el poder el vocablo “pueblo” desapareció de los discursos gubernamentales y quedó vedado de los lenguajes de combate por su asociación con el populismo correísta, acusado de corrupto y acosado políticamente como única fuerza de oposición (hasta antes de Octubre) [...] Como fuere, el Paro Nacional hizo retornar al pueblo a las narrativas contenciosas y a la confrontación a las élites, que alucinaban con que el acoso a la Revolución Ciudadana (RC) y la anexión corporativa de las organizaciones sociales al régimen bastaban para bloquear cualquier iniciativa de resistencia (Ramírez 2020, 18).

Sin embargo y a pesar que la referencia citada deja bastante claro que si bien el debilitamiento de la protesta y a la acción colectiva representativas en las calles del Ecuador se debilitaron durante varios años, con las medidas económicas tomadas por Moreno y que quisieron implementarse como la única alternativa de solución a la crisis económica, hicieron resurgir las bases populares y sobre todo al movimiento indígena, liderado por la CONAIE que, como lo expresaron pública y oficialmente, su movilización y protesta era autónoma e independiente a ninguna bandera e interés político. Su decisión de levantarse fue directamente contra el Decreto 883 en particular y el gobierno de Moreno que decidió negociar con el Fondo Monetario Internacional y que empezaba a pagar su deuda con altos intereses a costa del endurecimiento de la vida del pueblo ecuatoriano.

2.5. Octubre de 2019²⁶

Del 3 al 14 de octubre de 2019, en Ecuador se desarrollaron las movilizaciones y jornadas de protesta de mayor trascendencia en la última década de la historia del país ante el anuncio gubernamental de la eliminación de los subsidios a los precios de los combustibles. El sector del transporte, estudiantes, trabajadores, parte de la ciudadanía y el movimiento indígena empezaron a movilizarse en rechazo a las medidas económicas del gobierno. Durante 11 días, Quito fue el epicentro de las manifestaciones desplegadas a nivel nacional.

Los once días de las manifestaciones de octubre de 2019, recontadas en este contexto con base a publicaciones oficiales, artículos especializados y los registros periodísticos de la prensa nacional y extranjera, detallan sus principales hechos y convocan a sus protagonistas y actores, como: el gobierno nacional y sus autoridades; el movimiento indígena representado por la CONAIE y sus dirigentes, el sector empresarial y productivo; los medios tradicionales y sus extensiones digitales; los medios nativos digitales; la prensa extranjera; los manifestantes y la ciudadanía en favor y en contra de las movilizaciones.

Al iniciar la primera semana de octubre de 2019, el martes 1, Lenín Moreno, a través de una cadena nacional, dictaminó una serie de medidas económicas para el país, entre ellas la de mayor impacto, la eliminación del subsidio a los precios de los combustibles.

El miércoles 2 de octubre de 2019, el gobierno nacional a través del Decreto 883 oficializó la eliminación de los subsidios a los combustibles y con ello: el diésel, la gasolina de denominación extra y la ecopaís o súper, se encontraban a precios internacionales y su precio se incrementó de esta manera: el galón de extra y ecopaís subió de 1,85 a 2,3 dólares y el valor del galón de diésel subió de 1,03 a 1,97 dólares.

Como compensación, el gobierno anunció una serie de medidas que, desde el no incrementar el valor del Impuesto al Valor Agregado IVA, estaban destinadas para la protección de quienes se pudieran ver afectados ante la eliminación de los subsidios, decisión postergada por más de 40 años, que ahorraría 1 300 millones de dólares al país, dinero destinado a fortalecer las medidas de compensación (*El Comercio*, 2 de octubre de 2019).

Cabe indicar que ninguna de las medidas compensatorias se concretó, excepto la liberación de impuestos de celulares y computadores.

²⁶ Varios contenidos de este epígrafe han sido trabajados y presentados en la Etnografía de la Comunicación sobre las manifestaciones de octubre de 2019, en Herramientas de investigación cualitativa de la maestría de Comunicación y Opinión Pública de FLACSO Ecuador.

La decisión del alza de los combustibles tuvo un rechazo total por parte del Frente Unitario de Trabajadores FUT y la Confederación de Nacionalidades y Pueblos Indígenas de Ecuador CONAIE, que anunciaban movilizaciones en las próximas horas. Se sumaban a este malestar y decisión de movilizaciones, como resistencia permanente, el Frente Popular y Parlamento Laboral y los estudiantes de la Universidad Central del Ecuador, que el jueves 3 de octubre ya estaban en las calles de Quito.

El primer sector en tomar acciones de hecho fue el del transporte, la Federación Nacional de Cooperativas de transporte Público de Pasajeros del Ecuador (Fenacotip), el 3 de octubre paralizó todas sus actividades, medida que duró menos de 24 horas, pues después de acuerdos y negociaciones, levantaron la medida. Situación que reafirmó la decisión de la Confederación de Nacionalidades y Pueblos Indígenas de Ecuador CONAIE en marchar hasta Quito para demandar al gobierno que derogara el Decreto 883 y pedir la salida del FMI del país.

Mientras esto sucedía en el país, la mesa del frente económico, liderada por el ministro Martínez, explicaba cómo sería el proceso de liberación de combustibles mes a mes y el Fondo Monetario Internacional expresaba su respaldo a las decisiones tomadas por Lenín Moreno, argumentando que de esta manera se aporta a un proyecto nacional sólido (*El Comercio*, viernes 2 de octubre de 2019).

El lunes 07 de octubre, en medio de una jornada muy accidentada a nivel nacional, en Cotopaxi e Imbabura, según el gobierno y la prensa tradicional sucedieron “actos delincuenciales” contra fábricas de papel, yogur, flores y leche en las que se incluye a la fábrica Parmalat y 18 fincas de los sectores de Lasso y Cotacachi. Los medios comunitarios como Radio Cotopaxi y las redes sociales del Movimiento Indígena Campesino de Cotopaxi MICC informaban otra situación totalmente distinta a los señalados como actos delincuenciales.

Por la noche en Quito, ya con el movimiento indígena en Quito, la Contraloría General sufrió el primer ataque a su infraestructura, ante lo cual el contralor Pablo Celi, desmintió que haya sido una acción del movimiento indígena y las organizaciones sociales y culpó al correísmo (*El Comercio*, 8 de octubre 2019).

Más tarde, en cadena nacional, el presidente Moreno anunció el traslado de la sede del gobierno a Guayaquil y denunciaba un intento de golpe de Estado, orquestado a nivel internacional por coidearios de Rafael Correa, como Virgilio Hernández, Paola Pabón,

Ricardo Patiño, entre otros e incluso nombró al presidente de Venezuela, Nicolás Maduro, a quien tildó de sátrapa. Actores que financiaban a vándalos y criminales infiltrados en las manifestaciones para dar un golpe de Estado, desestabilizar la democracia y romper el orden democrático del país. Declaraciones a las que los medios tradicionales, sobre todo la prensa escrita, hasta la culminación de las manifestaciones dedicó amplios espacios y columnas.

A la movilización y levantamiento, liderado por la CONAIE, se sumaron el Frente Unitario de Trabajadores, gremios, colectivos, organizaciones y movimientos políticos y sociales.

Para el martes 08 de octubre, las clases seguían suspendidas. Los indígenas se organizaban desde el parque El Arbolito a tiempo que Jaime Vargas, presidente de la CONAIE, públicamente desmentía a los medios tradicionales y al gobierno, al manifestar que ningún saqueo o acto de violencia fue realizado por miembros o representantes de la CONAIE y que no mantienen vínculos con simpatizantes de Rafael Correa.

En Quito, por la noche, la policía irrumpió con gases lacrimógenos en el parque El Arbolito para desalojar a los manifestantes indígenas, que se trasladaron a las universidades Politécnica Salesiana y Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Los grandes titulares de la prensa nacional, como *El Comercio* y *El Expreso*, resaltaban: “Saqueos y vandalismo durante las movilizaciones”. Los medios alternativos y digitales resaltaban la resistencia de la movilización y los manifestantes ante la arremetida de las fuerzas del orden público.

Durante estos dos días, sobre todo por las noches, según el registro y las imágenes de medios de comunicación, nativos digitales y canales ciudadanos, sobre todo, miles de indígenas seguían arribando hasta la capital y, según imágenes de canales ciudadanos, gran cantidad de personas ubicadas en las entradas norte y sur de Quito salieron a respaldar, aplaudir y agradecerles por la lucha emprendida a nombre del pueblo ecuatoriano²⁷.

El miércoles 9 de octubre, en Guayaquil, en horas de la tarde inició la “Marcha por la Paz” en el Parque Centenario. El Frente Unitario de Trabajadores y el Frente Popular realizaron una marcha en el mismo lugar, que fue dispersada por la Policía Nacional, mientras en Quito, la manifestación indígena y de las organizaciones sociales no podía entrar al centro histórico, ante lo cual las bases indígenas entraban en momentos de conflicto, pues varias de éstas querían salir nuevamente a las calles y Leónidas Iza, líder del Movimiento Indígena y

²⁷ Imágenes referidas y tomadas de canales ciudadanos En: <https://www.youtube.com/watch?v=Kc1qF-ZmRb0>
<https://www.youtube.com/watch?v=G8XTNie6Xcg>

Campesino de Cotopaxi MICC, fue quien concilió las divergencias entre los miembros y coordinó estratégicamente las salidas.

Por la noche, un episodio de desmedida violencia fue protagonizado por la policía cuando nuevamente dispersó a los indígenas situados en El Arbolito y lanzó bombas lacrimógenas en las universidades Politécnica Salesiana y Católica donde se encontraban familiares de los manifestantes indígenas. La red social CONAIE Comunicación anunció la existencia de muertos y acusó al presidente Moreno y a sus ministros Romo y Jarrín de la fuerte represión. En rueda de prensa, la ministra Romo pidió disculpas públicas y aseguró que no volverían a repetirse estas escenas.

Estos hechos tuvieron réplica y transmisión en los medios digitales no tradicionales y la prensa extranjera, pues a tiempo que transcurrían los días de movilización, con las clases suspendidas, el sector público, privado y productivo trabajando a media jornada, con manifestaciones ciudadanas en contra y en favor de la protesta, decretado un estado de excepción y el país militarizado, la fuerte represión por parte de la Policía Nacional, que discursivamente fue justificada por el gobierno nacional ante la defensa de la democracia y el orden instaurado, se incrementaba día a día, sobre todo, en contra del movimiento indígena y los manifestantes.

El jueves 10 de octubre, 31 periodistas y 8 policías fueron retenidos en el Ágora de la Casa de la Cultura ante el reclamo de la CONAIE para que transmitieran y comunicaran la fuerte agresión policial que enfrentaba el movimiento indígena en las calles, pues ya se registraban hasta ese momento decenas de heridos y cuatro fallecidos, dos de ellos indígenas, y según la CONAIE, los medios, sobre todo los tradicionales, ya con notas editadas, solo comunicaban con especial énfasis la violencia y vandalismo que generaban las protestas y no las verdaderas razones de la manifestaciones sociales (*El Comercio*, 10 de octubre de 2019).

Para el viernes 11 de octubre, las manifestaciones y la gente movilizada en las calles eran mayores y si bien las protestas se ampliaban por otros sectores de la ciudad, sobre todo en los barrios periféricos, el epicentro seguía siendo el parque de El Arbolito. Al medio día, ante la continua llegada de más pueblos y nacionalidades indígenas de la Amazonía, las voces y declaraciones de estos representantes amazónicos se radicalizaban hasta la derogación del decreto 883²⁸.

²⁸ Agencia EFE Quito, 11 oct (EFE). “Cientos de guerreros de la Amazonía ecuatoriana se unieron este viernes a las protestas de indígenas en Quito contra las medidas económicas del Gobierno” En: https://www.youtube.com/watch?v=_II1cT6F-wk

La Universidad Central, la Universidad Politécnica Salesiana, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, la Escuela Politécnica Nacional y la Universidad Andina Simón Bolívar abrieron sus puertas y coliseos para acoger, dar refugio y brindar alimentos a las familias indígenas que llegaron hasta Quito. La Facultad de Comunicación Social lideró, junto a otras facultades de la Universidad Central, la recolección de alimentos, víveres y vituallas para entregarlas a las personas que protegían y refugiaban en sus instalaciones. La solidaridad de la ciudadanía quiteña desbordó de alimentos, vituallas y ropa sus coliseos.

Decretado el toque de queda en todo el territorio, el sábado 12 de octubre fue el día de mayor conflicto e incidentes en Quito y fue catalogado como el “día de la violencia”²⁹. Decenas de mujeres pertenecientes a colectivos, movimientos feministas y organizaciones sociales lideraron la “marcha por la paz” que llegó hasta el monumento de Isabel La Católica, mientras que las mujeres, niñas y ancianas del movimiento indígena se dirigieron a la Asamblea Nacional, donde después de compartir una “pampa mesa”³⁰ con los policías -acción comunitaria y simbólica nunca antes vista durante las jornadas de protesta- fueron reprimidas y atacadas con gases y el uso desmedido de la fuerza. En la tarde y noche un incendio, supuestamente provocado por personas infiltradas, se tomó la Controlaría General del Estado.

El panorama del día dejaba un edificio público en llamas, dos medios de comunicación atacados, *El Comercio* y Teleamazonas, mujeres y manifestantes agredidos a quema ropa. Periodistas de medios privados y medios digitales violentados. Policías heridos y ambas partes del conflicto golpeadas, unas más que otras. Hechos que fueron confirmados por el informe especial sobre octubre de 2019 elaborado por la Defensoría del Pueblo.³¹

La tarde y noche del domingo 13 de octubre, después del diálogo nacional -integrado por el presidente Lenín Moreno; el secretario Delegado de las Naciones Unidas, Arnaud Peral; el Monseñor Gabriel Través; Jaime Vargas y Leónidas Iza, máximos representantes de la CONAIE, junto a Gina Tibi representante de las mujeres indígenas amazónicas y el ministro de economía Richard Martínez y otras autoridades de gobierno y dirigentes sociales- el

²⁹ Deutsche Welle (DW), cadena periodística independiente de Alemania para el extranjero. En: <https://www.dw.com/es/cronolog%C3%ADa-del-paro-en-ecuador-y-lo-que-vino-despu%C3%A9s/a-51456988>

³⁰ “Pampa mesa” significa comida de todos. Actividad y tradición ancestral simbólica de las comunidades indígenas de Los Andes, donde se extiende una tela y cada persona de la comunidad lleva algo de comer y comparte con el resto.

³¹ Séptimo Informe de la Defensoría del Pueblo con resultados de la vulneración de Derechos durante el Estado de Excepción durante las manifestaciones de octubre de 2019. En: [La Defensoría del Pueblo presenta séptimo informe con resultados de la vulneración de derechos durante el Estado de Excepción - Defensoría del Pueblo \(dpe.gob.ec\)](https://www.dpe.gob.ec/informe-con-resultados-de-la-vulneracion-de-derechos-durante-el-estado-de-excepcion)

Decreto 883 fue derogado, quedando sin efecto el lunes 14 de octubre, día de la gran minga ciudadana y del retorno del movimiento indígena a sus hogares y comunidades.

El Decreto 894 sustituyó al 883 la tarde del lunes 14 de octubre, y desde esta fecha iniciaron las mesas de diálogo y la comisión técnica con diversos representantes del movimiento indígena y del gobierno nacional. Durante los días que duraron las mesas de diálogo para la creación de un nuevo decreto, prácticamente hasta el 31 de octubre de 2019, el gobierno nacional insistió en la focalización de los subsidios a los combustibles y un nuevo plan económico, además de temas concretos para el sector agrícola y campesino del país. La CONAIE estableció el Parlamento de los Pueblos para presentar sus propuestas en el campo económico y social ante la ONU y la Conferencia Episcopal Ecuatoriana como entes mediadores del proceso de diálogo.

En este punto es necesario subrayar que, así como las movilizaciones sociales no se originaron en octubre de 2019, pues tuvieron una antesala socio económica y política aquí expuesta, de igual manera estas no terminaron el lunes 14 de octubre de 2019, pues a más de las mesas de diálogo, desde la opinión pública y publicada sobre todo por los medios tradicionales, la conflictividad de octubre 2019, sus efectos económicos y hasta sus consecuencias político-mediáticos, la conflictividad se mantiene vigente desde la acérrima defensa de un gobierno que estuvo en el derecho jurídico-constitucional para aplicar las acciones necesarias y por otro lado se enfoca en la deslegitimación del rol del indígena en la ciudad con su voz de protesta al dejar terribles y millonarias pérdidas para el sector productivo del país, el patrimonio de las ciudades e incluso la afectación de la estabilidad mental de la ciudadanía de bien.

Así por un lado, octubre de 2019 provocó tanto el fortalecimiento así como el apareamiento de nuevos medios nativos digitales que cubrieron las movilizaciones a nivel nacional posicionando un mejor perfil y ganando mayor número de seguidores, y por otra parte, significó el mejor escenario para que gran parte de los medios tradicionales desarrollen su construcción narrativa desde las voces gubernamentales y las élites empresariales que elevaron su denuncia a nivel internacional, informando que el país enfrentó un claro intento de golpe de estado y escribiendo amplias narrativas periodísticas acerca de que los indígenas siempre y oficialmente serán mejor aceptados desde su rol original, es decir, cosechando y trabajando en los campos.

Ejemplos de estos relatos mediáticos son los referidos a continuación: El Canciller José Valencia, acudió a la Organización de Estados Americanos para denunciar un intento de desestabilización del Ecuador, ante título de la noticia: “OEA respalda a Moreno y rechaza intentos de alterar la democracia” publicada por *El Comercio*, el 16 de octubre de 2019.

Desde los otros actores, varios relatos periodísticos que aluden con optimismo el regreso de los indígenas al campo y a sus actividades de cosecha y siembra refieren a que los campos ecuatorianos retomaron su utilidad y movimiento, así por ejemplo: “Se muestran afables y cordiales, mientras decenas participan codo a codo en mingas para cosechar y construir un pozo para obtener agua”, extracto de la noticia: “Con el retorno de los indígenas el ajeteo se siente en el campo”, publicada por *El Comercio*, el sábado 19 de octubre de 2019

En síntesis, las manifestaciones dejaron resultados negativos, unos de mayor consideración, sobre todo para el movimiento indígena. Según el informe de la Comisión Especial para la Verdad y la Justicia que investigó los hechos ocurridos en octubre de 2019, presentado el 17 de octubre de 2021, se registraron más de mil manifestantes heridos, más de 300 mutilados, cerca de 1 500 vulneraciones a los derechos humanos de manifestantes, periodistas y ciudadanía no movilizada, además de 11 personas fallecidas y pérdidas millonarias para el país y su ciudadanía.

De esta manera, se podría considerar que octubre de 2019, las protestas, la movilización nacional liderada por el movimiento indígena ecuatoriano y las manifestaciones sociales registran un antecedente socioeconómico y político mayor a ese mes, e incluso a ese año. Octubre 2019 fue la cúspide inevitable de la protesta nacional ante casi dos años y medio de un gobierno autodenominado de transición, cuyo discurso de base se fundamentó en señalar como responsable de la crisis económica y social a su antecesor.

2.6. Planteamiento del problema

A partir de estos contextos y realidades, con el propósito de estudiar el rol que desarrollaron los medios de comunicación como actores relevantes frente a las manifestaciones de octubre de 2019 enfrenta, compara y propone teóricamente a dos representantes de estos actores mediáticos: por una parte a un medio de comunicación impreso, uno de los de mayor referencia en lo que respecta a los medios tradicionales del Ecuador y por otra, a un medio nativo digital que fue uno de los nuevos actores mediáticos que cubrió permanentemente las manifestaciones sociales acercando a sus audiencias y seguidores al escenario mismo de las protesta social.

Medios que, con base a las propuestas teóricas planteadas, en su mayoría clásicas ya que trazan el objetivo central de esta propuesta, y a pesar de las diferencias y el desarrollo de los contextos sociales y mediáticos, locales y regionales, resultan fundamentales para entender y poner en debate los conceptos y el enfrentamiento de los medios de comunicación propuestos, aquí, pensados como actores mediáticos en clara contraposición.

Lineamientos teóricos clásicos que, complementados por perspectivas analíticas contemporáneas, problematizadoras y regionales, permiten entender a estos actores mediáticos y sus dinámicas de desarrollo y funcionamiento, similares en funciones básicas pero muy distintos en tiempo, espacio y configuración, como públicos (Habermas 1981-1994) pero también como contra públicos (Fraser 1997; Medeiros 2019; Samaniego de la Fuente 2022) con un rol y papel fundamental en la esfera pública y en la esfera pública mediática (Fair 2011), basados en posiciones ideológicas e intereses particulares o grupales (van Dijk 2003-2009); y que, además, reproducen y mantienen relaciones en constante disputa y conflicto (Fairclough 2003), profundizadas durante crisis político-económicas, acciones colectivas y manifestaciones sociales (Tilly 1978; McAdam; Mc Carthy; Zald 1999 y Fillieule y Tartakowsky 2015).

Así, los medios tradicionales: Tv, radio y prensa escrita en sus formatos regulares y a través de sus plataformas digitales y redes sociales, desde su posicionamiento y tendencia, desplegaron una amplia cobertura de las manifestaciones de octubre de 2019 en Ecuador, sin dejar de presentar su programación e información habitual con ciertas interrupciones ante cadenas nacionales, flash informativos y el mismo diálogo nacional, salvo la excepción de la prensa escrita que sí dedicó el mayor número de sus páginas de la sección actualidad/política y negocios a la cobertura de las manifestaciones.

Por otro lado, los medios nativos digitales que también cubrieron e informaron las manifestaciones a través de sus plataformas digitales y redes sociales, de igual manera desde una ideología, enfoque y posición periodística, y teóricamente planteados como aquellos nuevos actores mediáticos que desde su función ampliatoria de la esfera pública y de la opinión pública a partir de una postura crítica y problematizadora, en el contexto ecuatoriano generan contra esferas públicas discursivas (Samaniego de la Fuente 2022) que les permite a su vez configurarse como contra públicos mediáticos.

Medios nativos digitales que desde la esfera digital y su efecto de interacción y respuesta inmediata de sus audiencias promueven flujos horizontales en la generación de la opinión

pública de las manifestaciones sociales, configurados desde una lógica de contrapúblicos digitales (Medeiros 2019) y mediáticos subalternos que se presentaron como las alternativas de comunicación a las líneas oficiales de gobierno y a los medios tradicionales, frente a los acontecimientos que marcaron las manifestaciones de octubre de 2019.

En este escenario, desde octubre de 2019, la investigación problematiza sobre los roles, funciones, posiciones y las relaciones de tensión que tanto los medios tradicionales y nativos digitales desempeñan, sobre todo, frente a cambios estructurales y conflictos políticos y sociales, que contraponen a los seres humanos y a los propios medios de comunicación desde sus diferentes ideologías, posturas y visiones.

De esta manera, la investigación tomará como casos de estudio al medio masivo tradicional *El Comercio* y al medio nativo digital Radio La Calle; medios de comunicación que desarrollaron una extensa y significativa cobertura periodística y acción comunicacional de las manifestaciones sociales de octubre de 2019 en Ecuador.

2.6.1. Preguntas, objetivos e hipótesis de la investigación

Adentrarse a la función y roles de los medios de comunicación tradicionales y nativos digitales frente a conflictos sociales y crisis políticas, como el que se ha planteado, invita a proponer preguntas, objetivos e hipótesis de investigación desde el pensamiento crítico y complejo para profundizar en la dinámica del sistema mediático ecuatoriano y la propia conflictividad entre los actores mediáticos nacionales frente a panoramas de manifestación y protesta social.

2.6.1.1. Preguntas de investigación

Pregunta general:

¿Cuáles fueron los roles periodísticos que desempeñó el medio tradicional *El Comercio* y el medio nativo digital Radio La Calle, desde las lógicas de públicos y contra públicos, durante las manifestaciones de octubre de 2019 en Ecuador?

Preguntas específicas:

- ¿Cuál fue el tratamiento mediático-informativo que le otorgó *El Comercio* y Radio La Calle a los acontecimientos de las manifestaciones de octubre de 2019 en Ecuador?
- ¿Cuáles fueron las posiciones ideológicas que asumió *El Comercio* y Radio La Calle como público y contra público, durante las manifestaciones sociales y la acción colectiva de octubre de 2019 en Ecuador?

- ¿En qué medida los medios que funcionaron como públicos y los que se desempeñaron como contra públicos establecieron relaciones de disputa y conflictividad interpelantes, durante las manifestaciones sociales de octubre de 2019 en Ecuador?

2.6.1.2. Objetivos de la investigación

Objetivo General:

Analizar las funciones periodísticas que desarrollaron el medio tradicional *El Comercio* y el medio nativo digital Radio La Calle, desde las concepciones de públicos y contra públicos, durante las manifestaciones de octubre de 2019 en Ecuador.

Objetivos específicos:

- Caracterizar el tratamiento mediático-informativo que le otorgó el medio tradicional *El Comercio* y el medio nativo digital Radio La Calle a las manifestaciones de octubre de 2019 en Ecuador.
- Determinar las posiciones ideológicas y adherencias políticas que asumieron el medio tradicional *El Comercio* y el medio nativo digital Radio La Calle, durante las manifestaciones sociales y la acción colectiva de octubre de 2019 en Ecuador.
- Caracterizar las relaciones de disputa y conflictividad interpelantes establecidas por *El Comercio* y Radio La Calle, entre sí, ante los manifestantes y frente al gobierno nacional, durante las manifestaciones sociales de octubre de 2019 en Ecuador.

2.6.1.3. Hipótesis

Hipótesis de la investigación

Se trabajará con tres hipótesis específicas que permitirán responder a las preguntas específicas y a la pregunta general del tema de investigación.

Hipótesis específicas:

- El medio tradicional *El Comercio* como público fue replicador informativo de la postura del gobierno nacional y el sector empresarial, mientras que el medio nativo digital Radio La Calle como contra público fue portavoz mediático amplificador de los participantes y representantes de las manifestaciones de octubre de 2019.
- *El Comercio*, como público, se adhirió al discurso oficial del gobierno nacional y su política neoliberal, mientras que el medio nativo digital Radio La Calle, como contra público, asumió una posición en defensa de los derechos sociales y de resistencia de los manifestantes de octubre de 2019, por la derogación del Decreto 883.

- El medio tradicional *El Comercio* y el medio nativo digital Radio La Calle establecieron relaciones de disputa y conflictividad interpelantes entre sí, a los manifestantes y al gobierno nacional, durante las manifestaciones sociales de octubre de 2019 en Ecuador.

2.7. Justificación

Al comprender a la investigación en comunicación desde una perspectiva social y crítica que pueda superar lo manifestado y establecido, y que aporte además con una significativa estadística, se considera necesario emprender esta investigación para comprender el complejo sistema, funcionamiento y estructura de los medios de comunicación del Ecuador, desde los casos de estudio seleccionados: *El Comercio* y Radio La Calle y de esta manera investigar y caracterizar sus nuevos alcances, configuraciones y funciones frente a las manifestaciones de octubre de 2019 en Ecuador.

Es significativo también analizar y profundizar en los roles protagónicos asumidos por estos medios, más allá de sus rutinas y métodos propios de producción noticiosa, no solo como actores mediáticos, sino como actores políticos (Manin 1988; Mazzoleni y Schulz 1999; Hallin y Mancini 2007), decisivos en la generación y formación de la opinión pública (Sandoval Obando 2015).

Así, la pertinencia en la selección de *El Comercio*, fundado el 1 de enero de 1906 y con más de 115 años de existencia, obedece a la reputación alcanzada por su grupo editorial como proveedor de productos y servicios de calidad; la honradez financiera y la transparencia que aplica en sus negocios, y la independencia editorial asociada a la integridad en sus publicaciones, servicios y productos.

Además, se configura como un medio de comunicación tradicional pero vanguardista de referente trayectoria (en enero de 2022, presentó su nuevo tabloide más dinámico y ergonómico), con edición impresa digital, comprendido también como un medio multiplataforma a nivel nacional, de representativo tiraje con un promedio de 45 mil ejemplares por semana y con un significativo número de lectores, cerca de 80 mil lectores promedio en el fin de semana.³²

De igual manera, por lo planteado en este marco teórico en particular por van Dijk (2009) el haber seleccionado a *El Comercio*, su pertinencia responde a que la prensa escrita, el periódico y sus noticias en especial no han perdido vigencia y se coloca entre los medios

³² Anuario de las Empresas de Comunicación del Ecuador 2011-2012. En: https://www.academia.edu/9309379/Anuario_de_las_Empresas_de_Comunicaci%C3%B3n_de_Ecuador

tradicionales de mayor alcance y penetración, incluso los más influyentes bajo criterios de poder sobre las masas y multitudes. Por tanto, esta referencia aplica a la importancia y al valor agregado que aporta el medio tradicional seleccionado para los fines pertinentes de la investigación

Así también y en palabras de González Pasos (2009) los medios de comunicación tradicionales en la actualidad y en el contexto latinoamericano, con su presencia en la comunicación digital, en las múltiples plataformas digitales y desde su expansión como grandes empresas trasnacionales de comunicación ejercen unas funciones primordiales en el sistema político liberal, económico y social del país, ejerciendo un ejercicio amplio en la esfera y la opinión pública, muchas veces correlacionado con la libertad de prensa.

En lo que respecta a sus versiones digitales, en el año 2020, *El Comercio* contaba con más de 3 millones de personas a las que le gusta su página en Facebook y más de 2 millones quinientos mil seguidores en la red social Twitter.³³

En lo que refiere a la pertinencia del medio nativo digital, en el año 2008 entra en operaciones Radio La Calle como un espacio de radio virtual con una programación dinámica, cultural y educativa, que desarrolla transmisiones en vivo a través de Internet con un alcance ilimitado. Es un espacio alternativo, de intercambio y construcción de ideas, del cual son parte las instituciones públicas, privadas, educativas, culturales, políticas y sociales. La función principal de Radio La Calle es abrir espacios cercanos con el oyente, que permitan escuchar las voces del excluido. Pretende convertir el compromiso profesional como comunicadores en un compromiso social y colectivo.³⁴

Radio La Calle, según información proporcionada por sus miembros fundadores, se origina como un proyecto periodístico ciudadano e independiente, conformado por profesionales de la comunicación que comulgan con el progresismo y con la voz social de mirada profunda promotores en la generación de un periodismo más horizontal, desde diálogos democráticos y propósitos.

De igual manera, desde las nuevas perspectivas teóricas y académicas planteadas desde el contexto regional y local, al entender los nuevos roles y representaciones de los medios nativos digitales como creadores de nuevas y diferentes matrices discursivas (Medeiros 2019)

³³ En la actualidad *El Comercio* cuenta con más tres millones y medio de seguidores en Facebook y más de dos millones y medio de seguidores en Twitter.

³⁴ Información tomada de la página web del medio digital. En: <https://radiolacalle.com>

en el mundo social, se entiende pertinente el estudio de Radio La Calle, ya que fue un medio de comunicación que desde su cobertura periodística aportó a la creación y difusión de un heterogéneo y diverso mundo de voces contestatarias acerca de las manifestaciones.

Así también, se podría comprender la relevancia de este medio digital y su estudio al comprenderlo como un actor mediático promotor de “contra esferas públicas” (Samaniego de la Fuente 2022, 5), que permitieron generar mayores espacios para las voces disidentes y populares de la protesta social de octubre de 2019, no solo para amplificarlas que ya es un alcance significativo frente a los medios tradicionales, sino también para a través de ellas conformar nuevos contra públicos y subcontrapúblicos gracias a la comunicación digital y a su propia acción colectiva.

Radio La Calle a pesar de las interrupciones e inhibiciones de la señal del internet y señalamientos del gobierno nacional como parte del grupo de medios digitales que creaban noticias falsas durante las manifestaciones sociales, cubrió y transmitió casi ininterrumpidamente los 11 días de las manifestaciones, incluso durante horas de la madrugada, esta afirmación según la información y los contenidos de su página web y redes sociales.

Otro aspecto de interés y logístico es que este medio nativo digital desplegó una mayor cobertura y protagonismo que otros medios de comunicación, ya que sus oficinas como centro de transmisión se ubican en el mismo sector del parque El Arbolito, lugar neurálgico y centro estratégico de reunión del movimiento indígena, desde donde partían las marchas y movilizaciones hacia el centro de Quito.

Fenómeno social que marcó un antes y un después para este medio nativo digital, que dio un salto cuantitativo y cualitativo, fortaleciéndose como medio de comunicación digital, producto del despliegue y cobertura de su equipo periodístico durante las manifestaciones sociales.

Radio La Calle, de igual manera y según información proporcionada por sus representantes, antes de las manifestaciones de octubre de 2019 contaba con 1 500 seguidores y posterior a este fenómeno social, gracias a su trabajo y cobertura periodístico este medio nativo digital contaba con más de 87 mil personas a las que le gusta su página en Facebook y con más de 41 mil seguidores en Twitter.

Con base a estas pertinencias, desde estos hechos de interés nacional y regional, desde el escenario social, político y mediático nacional, esta investigación desea ampliar y proponer

nuevas preguntas y cuestionamientos alrededor de octubre de 2019, además de aportar con un conjunto de estadísticas relevantes que ahonden sobre el comportamiento de los medios de comunicación estudiados frente a estas manifestaciones sociales. Resultados y estadísticas que también contribuyan al fortalecimiento del debate comunicacional del Ecuador y la región.

Por lo tanto, esta investigación pretende sobrepasar sus propios objetivos y cuestionamientos sobre los roles y las posiciones ideológicas asumidas por los medios de comunicación para ir más allá de lo expuesto y de lo que puede haberse quedado en el imaginario ciudadano de una de las manifestaciones sociales de mayor trascendencia en la última década de la historia del Ecuador.³⁵

³⁵ En la actualidad Radio La Calle cuenta con más de ciento setenta y cinco mil seguidores en Facebook, cifra que duplica su número de seguidores de 2019 y más de ochenta y cuatro mil de seguidores en Twitter.

Capítulo 3. Metodología

3.1. Presentación de la metodología de la investigación

Planteado el problema y los objetivos de esta tesis, en el propósito de responder a las preguntas e hipótesis, el diseño metodológico se desarrolla con base a la metodología cuantitativa de la investigación, cuya técnica permite: identificar, enfrentar, analizar e interpretar el contenido de la información de los medios de comunicación seleccionados como caso de estudio.

La metodología cuantitativa engloba una serie de técnicas de investigación que pretende obtener y medir datos sobre la realidad social (Berganza 2005) y tal como lo plantea Igartua (2006), comprende un proceso riguroso, sistemático y objetivo que permite desarrollar, previo a la recolección de datos, una medición numérica y un análisis estadístico (Hernández Sampieri; Fernández Collado y Baptista Lucio 2014) sobre la información y contenidos periodísticos que serán analizados a través de una exigente propuesta de categorías y variables teóricas.

Esta metodología de investigación, según Berganza (2005) es adecuada para la investigación en comunicación, ya que como se refirió, los datos obtenidos provienen de una realidad social, a los cuales, con un enfoque empírico y crítico, se los puede analizar de manera científica, ordenada, precisa e interpretativa desde el campo social y comunicacional.

A través de la cual se miden, jerarquizan y cuantifican los datos empíricos que sirven para el estudio, desde una “perspectiva cientifista/cuantitativa haciendo hincapié en la formalización de teorías, en la contrastación empírica y en la medición objetiva de fenómenos” (Alvira 1983, 54).

Metodología que, además de cumplir un proceso investigativo riguroso y sistemático para comprobar las hipótesis desde el análisis estadístico, refiriendo a Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014), establece pautas de comportamiento y prueba teorías.

Siguiendo el planteamiento de estos autores, entre las principales finalidades que posee la metodología cuantitativa se inscriben su pretensión por confirmar y predecir los fenómenos investigados, pero buscando regularidades y relaciones causales entre elementos y gracias a los “estándares de validez y confiabilidad, las conclusiones derivadas contribuirán a la generación de conocimiento” (Fernández Collado y Baptista Lucio 2014, 6).

Al entender este enfoque, desde las definiciones y características manifestadas, se logra comprenderla más como una metodología científica e integral que analiza a nivel profundo, sistemático y detallado al objeto de estudio de esta tesis.

En la metodología de investigación cuantitativa se incorpora el análisis de contenido que es comprendido como una “técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (Berelson 1952, citado en Krippendorff 1990,18).

De esta manera, esta metodología cuantitativa y su técnica del análisis de contenido permite describir, analizar, correlacionar e interpretar los roles, funciones y posturas, que desarrollaron *El Comercio* y Radio La Calle, desde las concepciones de públicos y contra públicos, durante las manifestaciones de octubre de 2019, en Ecuador.

3.2. Análisis de contenido

El análisis de contenido, como lo propone Neuendorf (2002), puede definirse brevemente como el análisis sistemático, objetivo y cuantitativo de las características del mensaje. Este autor además propone aspectos deliberantes de la técnica de investigación cuando, y parafraseándolo, hace referencia a un examen cuidadoso de las interacciones humanas, la investigación del uso de palabras en comunicados de prensa y discursos políticos, y al estudio de la cobertura periodística.

Mensajes o contenidos que deben ser explorados a través de deducciones coherentes y con perspectiva histórica (Weber 1990) dentro de un contexto como factor determinante de todo proceso de investigación. Así, el análisis de contenido facilitará una inferencia válida y reproducible del contexto y su propio proceso de análisis. Este planteamiento es enfatizado por Krippendorff (1980), que profundiza en la utilidad de esta técnica, pero además en su comprensión y sobre todo en su funcionalidad.

Este tipo de técnica es una de las más importantes dentro de la investigación de las ciencias sociales, esto lo asegura porque procura comprender los datos, no como un conjunto de acontecimientos físicos, sino como fenómenos simbólicos, y abordar un análisis directo (Krippendorff 1990, 7).

Para Bardin (1986) el análisis de contenido es un conjunto de instrumentos metodológicos, aplicados a lo que él denomina como “discursos” (contenidos y continentes) extremadamente diversificados. Autor que posterior a resaltar el cálculo de frecuencias y la obtención de

estructuras analíticas, hace énfasis en la capacidad interpretativa y hermenéutica controlada de esta técnica basada en la deducción o en la inferencia.

Al conectar las definiciones teóricas del análisis de contenido enunciadas con relación al campo de la comunicación, es necesario también señalar su comprensión, función y alcance con respecto a los medios de comunicación, sus mensajes y discursos.

Así, el análisis de contenido como una de las técnicas de mayor crecimiento y aplicación en el campo de la investigación comunicacional de manera general y de los medios de comunicación en particular (Igartua 2006), se establece por tanto como el proceso cuantitativo por excelencia para obtener una data significativa y someter a un análisis riguroso y sistemático a los contenidos de los medios de comunicación, permitiendo analizar la influencia y el impacto de sus mensajes.

De tal manera, la técnica del análisis de contenido logra uno de los alcances más profundos dentro de los métodos cuantitativos, pues a través de la deconstrucción del objeto de estudio en múltiples unidades y variables analíticas, así como su recomposición desde el proceso sistemático y riguroso de análisis, permite comprender con exactitud la profundidad, estructura y el significado de los contenidos comunicacionales.

En esta línea de comprensión, “se podría decir que el análisis de contenido es una técnica de investigación que permite descubrir el "ADN de los mensajes mediáticos [...] reconstruir su arquitectura, conocer su estructura, sus componentes básicos y el funcionamiento de los mismos” (Igartua y Humanes 2004). Autores que remarcan en las funciones ulteriores de la técnica para, en sus propias palabras, “diseccionar productos comunicacionales, entenderlos por dentro, deducir su mecanismo de funcionamiento y predecir su influencia” (Ibíd, 75).

En el objetivo de correlacionar estas primeras definiciones y configuraciones del análisis de contenido con la comprensión de su proceso operativo, a manera de una síntesis teórica-operativa es necesario referir a Riffe, Lacy y Fxco (1998) autores citados en Neuendorf (2002), para remarcar que:

El análisis de contenido cuantitativo es el examen sistemático y replicable de símbolos de comunicación, a los que se les han asignado valores numéricos de acuerdo con reglas de medición válidas, y el análisis de las relaciones que involucran esos valores usando métodos estadísticos, para describir la comunicación, sacar inferencias sobre su significado, o inferir de la comunicación a su contexto, tanto de producción como de consumo (Riffe, Lacy y Fxco 1998, 20 en Neuendorf 2002, 10).

Después de citar a varios teóricos del análisis de contenido, el propio Neuendorf (2002), plantea, a criterio teórico-técnico de esta investigación, una de las definiciones más complejas e integrales de las hasta aquí expuestas al señalar que esta técnica:

Es un análisis cuantitativo y resumido de mensajes que se basa en el método científico (incluida la atención a la objetividad-intersubjetividad, el diseño a priori, la confiabilidad, la validez, la generalizabilidad, la replicabilidad y la prueba de hipótesis) y no se limita a la de tipos de variables que pueden medirse o el contexto en el que se crean o presentan los mensajes (Neuendorf 2002, 10).

Una vez planteadas estas definiciones y conceptos del análisis de contenido, es importante también profundizar en sus características predominantes, como su carácter sistemático, objetivo y cuantitativo, características en la que han puesto especial énfasis tanto autores clásicos (Berelson 1952) como autores modernos (Igartua y Humanes 2004), aquí expuestos.

El análisis de contenido, por tanto, es sistemático ya que los contenidos o mensajes sometidos a análisis son seleccionados conforme a reglas explícitas. La selección de la muestra tiene que seguir un procedimiento normalizado y riguroso, como su proceso de análisis y evaluación. “Los procesos de codificación y análisis deben estar uniformados, de modo que se utilice un único criterio de evaluación y siempre el mismo, el cual se aplicará a lo largo de todo el estudio” (Igartua y Humanes 2004, 76).

Al respecto, Berelson (1952), desde una apertura instrumental plantea que el contenido debe ser analizado a través de categorías relevantes para obtener datos relativos a problemas o hipótesis científicas que conduzcan sistemáticamente a la obtención de conocimiento.

Es objetivo, en el sentido estricto del concepto, pues su proceso debe implicar “que las categorías del análisis sean tan precisas que diferentes analistas puedan aplicarlas a un mismo cuerpo de contenido, obteniendo idénticos resultados” (Berelson 1952, 49).

Señalando y coincidiendo en la finalidad propuesta por Berelson (mismo procedimiento, mismos resultados), Igartua y Humanes (2004), enfatizan más en la idiosincrasia o los sesgos propios del investigador que no pueden afectar a los resultados. Es decir, el investigador deberá dejar de lado criterios o formas de pensar personales para que, de esta manera, cualquier otro investigador que utilice su procedimiento o proceso analítico obtenga los mismos resultados.

Es cuantitativo porque su aplicación, tal como lo plantea Igartua y Humanes (2004), permite transformar un documento en una serie de resultados cuantitativos y numéricos, logrando una

representación precisa del conjunto de mensajes. En este sentido, Berelson contempla una lectura más profunda sobre esta característica al manifestar que:

[...] el hecho de que el análisis de contenido sea cuantitativo no significa que a cada categoría analítica se le atribuya un valor numérico, sino que se intenta medir cuantitativamente la frecuencia o extensión con que un contenido concreto aparece en una comunicación dada (Berelson 1952, 50).

En cuanto a la aplicabilidad del análisis, según Wimmer y Dominick (1996) en Igartua y Humanes (2004), existen cinco campos de aplicación del análisis de contenido, que son: Descripción de los componentes de una información; Comprobación de las hipótesis sobre las características de un mensaje; Comparación del contenido de los medios con el mundo real; Evaluación de la imagen de grupos sociales concretos; y el Establecimiento de un punto de partida para los estudios sobre los efectos de los medios.

En lo que respecta al primer campo, varios autores (Berelson 1952; Neuendorf 2002 e Igartua 2006) coinciden como un pertinente requerimiento dentro del análisis de contenido, la inclusión precisa de variables formales (cómo se dice) y de contenido (qué se dice), pues fortalecerán el proceso analítico, sobre todo cuando se trabaja en mensajes y contenidos de medios de comunicación, en lo que refiere a los contenidos noticiosos, los editoriales y la cobertura periodística de hechos del mundo social.

Existen autores como Miller y Riechert (2001) que proponen que para realizar un preciso y riguroso análisis de contenido se debe entender las dinámicas, estilos y hasta el lenguaje y conceptos que suelen utilizar los medios de comunicación en su redacción y construcción noticiosa. Cuando se menciona dinámica y estilos se refiere al lugar, espacio y jerarquización temática que un medio le otorga la nota periodística.

De esta manera, la metodología y el análisis de *El Comercio* y Radio La Calle además de responder a las preguntas de investigación, permite establecer “pautas de comportamiento y probar las teorías e hipótesis planteadas” (Baptista, Fernández y Hernández-Sampieri 2014, 4). Así como profundizar en la interpretación y comprensión de las funciones, el tratamiento mediático y las adherencias discursivas de estos medios de comunicación frente a las manifestaciones de octubre de 2019, en Ecuador.

3.3. Corpus

El corpus como la muestra de los contenidos a ser analizados, producto de la delimitación temporal y temática, es entendido como la compilación de documentos, contenidos y unidades textuales, gráficas o audiovisuales que serán analizadas con diferentes metodologías y técnicas para responder a la preguntas e hipótesis de la investigación. Su mayor comprensión invita a pensar no solo en lo que contiene sino en lo que puede representar y sobre todo en que “debe ser construido con criterios de diseño explícitos para un propósito específico” (Atkins, Clear y Ostler 1992,1).

Como se ha planteado esta propuesta de investigación estudiará los contenidos noticiosos de los medios de comunicación tradicional diario *El Comercio* y del medio nativo digital Radio la Calle durante las manifestaciones de octubre de 2019, en Ecuador, desde los planteamientos teóricos propuestos, sus roles periodísticos, la protagonización mediática que atribuyeron a los actores de las manifestaciones y las adherencias discursivas de los medios.

El periodo de tiempo a ser analizado de la cobertura y producción noticiosa de estos medios inicia el miércoles 2 de octubre de 2019 y termina el jueves 31 de octubre de 2019. Es decir, se analizan las jornadas previas a las manifestaciones, los once días de protesta y las semanas posteriores a la finalización y desmovilización de las manifestaciones sociales.

Por parte de *El Comercio*, desde su edición impresa se analizan todas las portadas, noticias, entrevistas y contenidos noticiosos, tales como; opiniones y reacciones, referentes a las manifestaciones y la movilización nacional de octubre de 2019. Para conocer su adherencia discursiva y posicionamiento ideológico, se analizan también todos los editoriales referidos a las manifestaciones sociales, durante el periodo de análisis.

De las portadas se analizan sus titulares, fotografías, textos y sumarios. Las noticias serán analizadas en su estructura completa, es decir: ante titulares, titulares, fotografías, infografía, recuadros, cuadros y los textos que la conforman. Mientras que de sus editoriales se analizan el título y el texto que lo conforman. De esta manera, de *El Comercio* se efectúa el análisis de contenido de 634 unidades noticiosas.

De Radio La Calle se analizan todas las transmisiones en vivo y los programas noticiosos pertinentes a la movilización y manifestación social de octubre de 2019, de igual manera en el periodo indicado, las cuales contemplan: noticias, entrevistas, opiniones y reacciones. De

igual manera, para identificar su posicionamiento y línea ideológica, se analizan todos los editoriales que el medio difundió durante sus coberturas y espacios noticiosos.

Las transmisiones suman un total de 120 videos, con tiempos de duración que contemplan desde un minuto hasta ocho horas. Cada video se segmenta en distintas unidades de análisis, creadas a través de la aplicación de criterios técnicos, tales como: cortes semánticos (temáticas), cambio de lugares (espacios físicos) y cambios de formatos periodísticos (noticias, editoriales, opiniones, reacciones y entrevistas en la calle y en cabina). De esta manera, de Radio La Calle se crean y analizan 872 unidades pertenecientes a las transmisiones y producción noticiosa de las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

Por tanto, el total del corpus de la investigación analiza 1 506 unidades noticiosas identificadas y creadas de *El Comercio* y Radio La Calle.

3.4. Manual de codificación

El manual de codificación como la guía matriz del análisis de contenido para el desarrollo de esta investigación, entendido también como un libro de códigos completo e inequívoco para el análisis del corpus seleccionado (Neuendorf 2002, 132), se propone con base a los conceptos y categorías planteadas en el marco teórico, materializadas en las variables críticas de estudio que, junto a criterios, valores noticiosos y contenidos comunicacionales, así como a categorías y criterios técnicos, constituyen las variables a analizar.

Así, el manual de codificación sistematiza y organiza las variables propuestas, además de promover su análisis y coordinada gestión (Acosta y Parra 1995).

De esta manera, el manual de codificación de la investigación, el conjunto de variables y sus respectivos valores analíticos provino del marco teórico y la literatura académica, que sustentaron su pertinencia y la efectiva aplicabilidad de las variables, operacionalizadas y analizadas a través del programa Statistical Package for the Social Sciences SPSS que, a criterio de Igartua y Humanes (2004), es uno de los programas informáticos y estadísticos de mayor reputación para el análisis en el campo de la investigación científica y comunicacional.

Por tanto, el análisis de contenido guiado por el manual de codificación y ejecutado través del SPSS presenta frecuencias, recuentos, porcentajes y, sobre todo, tablas de contingencia con resultados estadísticamente significativos, complementados con sus respectivas datas, lecturas

e interpretación, que buscan responder a las preguntas e hipótesis de la investigación. Se presenta de esta manera el manual de codificación:

1. NU: Número de la noticia o unidad de análisis

2. Titular o temática de la noticia o de la unidad de análisis

3. Fecha: Día, mes y año

4. Medio de Comunicación

1	<i>El Comercio</i>
2	Radio La Calle

5. Tipo de unidad analizada

1	Portada
2	Noticia /Cobertura
3	Editorial

6. Género

1	Noticia
2	Entrevista
3	Reportaje
4	Análisis
5	Crónica
6	Opinión
99	Otros

Género_OT: Cuáles _____

7. Tema Principal: ¿Cuál es el tema principal que trata la noticia o la unidad de análisis con relación a las manifestaciones de octubre de 2019?

1	Medidas económicas y reformas
2	Combustibles; Eliminación de subsidios; alza de precios
3	Créditos internacionales con el FMI
4	Manifestaciones; protesta social, paro nacional
5	Intento de golpe de Estado; desestabilización del orden democrático
6	Producción: servicios, transporte, sector estratégico, conectividad, cierre de vías, agresión al bien público, turismo
7	Pobreza
8	Salud
9	Educación
10	Empleo; desempleo, salario
11	Defensa de derechos, reivindicación, reconocimiento
12	Relaciones internacionales y diplomáticas
13	Vandalismo, violencia, bloqueos, saqueos y caos
14	Represión de las fuerzas del orden
15	Seguridad ciudadana
16	Solidaridad
17	Diálogo, acuerdo
18	Desacuerdo, oposición

19	Legislativo y Judicial
20	Crisis social y económica: Por crisis social y económica se entenderá y codificará todas las temáticas referentes a cambios, limitaciones y obstrucciones al desarrollo propio e inherente del ser humano en aspectos de salud, educación y trabajo. Crisis que pueden ser físicas o simbólicas.
21	Inacción de los medios privados tradicionales
22	Inacción de los medios digitales
23	Derogación del Decreto 883
24	Renuncia o salida de Lenín Moreno
25	Coerción, limitación de cobertura y restricción de libertad de expresión y prensa
99	Otros

Tema_OT: Cuáles _____

8. Imagen: ¿La noticia o unidad de análisis contiene imagen?

1	Sí
2	No
3	Más de una imagen
98	No aplica

9. Tipo de imagen: ¿Cuál es el tipo de imagen que contiene la noticia o unidad? En el caso de que haya más de una imagen se codifica y evalúa la imagen central o principal.

1	Fotografía
2	Vídeo
3	Infografía
4	Caricatura
5	Meme
6	Varias de las anteriores
98	No aplica
99	Otros

Tipo de imagen_OT: Cuáles _____

10. Ev_Imagen: Evaluación o análisis de la imagen que acompaña a la noticia o unidad de análisis.

1	Justifica o favorable a Moreno o a representantes del gobierno
2	Justifica o favorable a los representantes de las manifestaciones
3	Enfoca la acción, efectos o violencia de Moreno o de los representantes de gobierno y de las fuerzas del orden
4	Enfoca la acción, efectos o violencia de los manifestantes y las manifestaciones
5	Enfoca la acción, efectos o valentía de Moreno o de los representantes de gobierno
6	Enfoca la acción, efectos o valentía de los manifestantes y las manifestaciones
7	Equilibrio: la imagen solo informa, contextualiza y no tiene inclinación
98	No aplica
99	Otros

Ev_Imagen_OT: Cuáles _____

11. Visibilidad: El espacio o tiempo que el medio le otorga a la noticia o a la unidad de análisis.

1	Media página
2	¾ de página

3	1/3 de página
4	Menos de 1/3 de página y más de 1/4 de página
5	Página completa
6	Página y media o más de una página
7	1/4 de página
8	Menos de 1/4 de página
9	De 0 a 2 minutos
10	De 2.01 a 5 minutos
11	De 5.01 a 7 minutos
12	De 7.01 a 15 minutos
13	De 15.01 en adelante

12. Personalización: ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?

1	Lenín Moreno, presidente del Ecuador
2	Otto Sonnenholzner, vicepresidente del Ecuador
3	María Paula Romo, ministra de Gobierno
4	Oswaldo Jarrín, ministro de Defensa
5	Ministros y autoridades de gobierno
6	Alcaldes y autoridades locales
7	Jaime Vargas, presidente de la CONAIE
8	Leónidas Iza, presidente del Movimiento Indígena de Cotopaxi
9	Mesías Tatamuez, presidente del Frente Unitario de Trabajadores
10	Representantes, dirigentes y miembros de federaciones, movimientos, sindicatos o gremios
11	Indígenas
12	Dirigentes políticos y asambleístas
13	Representantes de frentes ciudadanos, organizaciones, colectivos y asociaciones
14	Representantes de Organismos Internacionales
15	Manifestantes
16	Dirigentes estudiantiles
17	Docentes, secundarios, universitarios
18	Autoridades de la Academia y la Iglesia
19	Representantes y autoridades del sector productivo e industrial
20	Empresarios, emprendedores y comerciantes
21	Expertos económicos
22	Fuerzas del orden; policías y militares
23	Función Judicial y Fiscalía
24	Rafael Correa o correísmo
25	Ciudadanía: la gente o audiencia que no es parte de los manifestantes y se expresa
26	Varios de los anteriores
99	Otros

Personalización_OT: Cuáles _____

13. Atributos de los protagonistas A: Referidos a los valores de los protagonistas.

1	Honesto, íntegro, leal
2	Deshonesto, inmoral, desleal
3	Neutro

14. Atributos B: Referidos a las competencias de los protagonistas.

1	Justo, democrático, responsable, competente
2	Injusto, antidemocrático, irresponsable, incompetente
3	Neutro

15. Tono: ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o la unidad de análisis?

1	Positiva
2	Negativa
3	Neutra

16. Fuentes: ¿Qué tipo de fuentes ha utilizado principalmente la noticia o unidad de análisis?

1	Fuentes oficiales institucionales
2	Actores políticos gobierno
3	Actores políticos no gobierno
4	Expertos económicos
5	Expertos políticos
6	Testigos del lugar o ciudadanía
7	Fuerzas policiales
8	Periodistas o medios
9	Agencias de noticias
10	Fuentes documentales, informes oficiales
11	Fuentes documentales, informes no oficiales
12	Empresarios, comerciantes
13	Expertos académicos
14	Mismo medio de comunicación que emite
15	Periodistas extranjeros
16	Anónimo
17	Varios de los anteriores
98	No aplica
99	Otros

Fuentes_OT: Cuáles _____

17. Posicionamiento: ¿La noticia o unidad de análisis apoya o desfavorece a algún actor?

1	Favorable a Moreno
2	Desfavorable a Moreno
3	Favorable a Correa-correísmo
4	Desfavorable a Correa-correísmo
5	Favorable a Vargas
6	Desfavorable a Vargas
7	Favorable a Romo
8	Desfavorable a Romo
9	Favorable a Iza
10	Desfavorable a Iza
11	Favorable actores y protagonistas de las manifestaciones
12	Desfavorable actores y protagonistas de las manifestaciones

13	Favorable a medios de comunicación
14	Desfavorable a medios de comunicación
15	Neutro
98	No aplica
99	Otros

Posicionamiento_OT Cuáles: _____

18. Adjetivación: El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis que pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales.

1	Son usados para dar una imagen positiva al presidente o al gobierno
2	Son usados para dar una imagen negativa al presidente o al gobierno
3	Son usados para dar una imagen positiva a los manifestantes
4	Son usados para dar una imagen negativa a los manifestantes
5	Equilibrio: usa adjetivos para ambas posturas
6	No usa adjetivos
98	No aplica

19. Espectacularización: ¿La noticia o unidad de análisis incorpora tonos o aspectos emocionales que destacan un carácter espectacular de las manifestaciones sociales?

1	Sí
2	No
3	No aplica

20. Subjetividad: ¿La noticia o la unidad de análisis refiere o cuenta con contenidos devenidos de juicios subjetivos frente a datos relevantes y contrastados?

1	Sí
2	No

21. Teatralización: La teoría dice que la noticia o unidad de análisis teatraliza personajes-ícono-relato para ensalzarlos o para denigrarlos con atención preferente a sus expresiones más extremistas.

1	Sí
2	No
3	Neutral

22. Atribución de responsabilidad: ¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?

1	Gobierno nacional, presidente y ministros
2	Movimiento indígena
3	Manifestantes, frentes y organizaciones sociales
4	Correa-correísmo o actores infiltrados
5	Varios de los anteriores
98	No aplica
99	Otros

AtribuciónRes_OT: Cuáles: _____

23. Apelación: La noticia o la unidad de análisis apela o hace referencia a los actores de las manifestaciones sociales desde el relato o cuestionamiento.

1	Apela a los actores políticos de gobierno
2	Apela a los actores políticos de las manifestaciones
3	Apela a los actores sociales de las manifestaciones
4	Apela a los actores mediáticos de las manifestaciones
5	Varios de las anteriores
98	No aplica
99	Otros

Apelación_OT: Cuáles

24. Conflicto: La noticia o la unidad de análisis destaca el nivel de conflicto de las manifestaciones sociales.

1	Sí
2	No
3	No aplica

25. Firma: Autor o responsable de la noticia o unidad de análisis.

1	Nombre y apellido
2	Sección
3	Agencia
4	El propio medio
5	Link
97	Ninguno
99	Otros

Firma_OT: Cuál: _____

Capítulo 4. Resultados

Con relación a las preguntas, objetivos e hipótesis investigativas, después de codificar y analizar un total de 1 506 unidades noticiosas devenidas del medio tradicional *El Comercio* y del medio nativo digital Radio La Calle sobre las manifestaciones sociales y la acción colectiva de octubre de 2019, se exponen los resultados obtenidos.

Del total del corpus analizado, como se puede evidenciar en la tabla 4.1, el 42,1% de las unidades noticiosas analizadas pertenecen a *El Comercio* y el 57,9 % pertenecen a Radio La Calle. Cabe señalar que el medio tradicional difundió notas y contenidos noticiosos hasta el jueves 31 de octubre de 2019, ya que continuó publicando principalmente el desarrollo de las mesas de negociación después de la derogación del Decreto 883, las medidas internacionales interpuestas por el gobierno nacional ante la desestabilización democrática y las pérdidas económicas en el sector industrial-productivo que ocasionaron las manifestaciones, mientras que el medio digital cubrió los acontecimientos de las manifestaciones hasta el 14 de octubre de 2019, día en el que el movimiento indígena ecuatoriano regresó a sus comunidades y dejó la ciudad de Quito.

Los resultados del análisis de contenido que se presentan toman en cuenta únicamente los porcentajes con significatividad estadística alcanzados a través del Chi cuadrado de Karl Pearson. Por tanto, se exponen e interpretan todos los datos obtenidos con Chi cuadrado menores a: ,005.

Es importante señalar que, bajo este parámetro de significatividad y siguiendo la premisa de esta propuesta, como un estudio comparativo de medios de comunicación, la investigación en el propósito de responder a sus preguntas, expone las tablas y estadísticas comparativas de las variables frente al medio de comunicación, complementadas con tablas de cruce entre variables, con el propósito de correlacionar sus principales resultados.

De igual manera es necesario indicar que por motivos del formato del documento y el tamaño de las tablas que sobrepasan una página de extensión, únicamente se exponen los valores y porcentajes analizados e interpretados en el texto, situación que además facilita al lector la ubicación de los porcentajes dentro de la tabla. Sin embargo, las tablas completas constan en la sección de anexos.

Tabla 4.1. Distribución de las unidades analizadas por medio de comunicación

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	<i>El Comercio</i>	634	42,1%
	Radio La Calle	872	57,9%
	Total	1 506	100%
Total		1 506	100

Elaborado por el autor

4.1. Tratamiento mediático-informativo de los medios

Previo a exponer los resultados y las estadísticas significativas del análisis de las variables críticas, se presentan dos tablas: Tipo de unidad analizada y género periodístico; que aportan un fundamental contexto analítico de todas las variables analizadas, enfrentadas y correlacionadas.

Tal como lo demuestra la tabla 4.2, la noticia fue el tipo de unidad analizada con mayor porcentaje en los dos medios de comunicación: *El Comercio* con 75,1% y Radio La Calle con el 94,7%. Seguido, el editorial con 3,3% por parte del medio tradicional y con 5,3% del medio nativo digital, y finalmente la portada con 21,6% de *El Comercio* y 0,0% de Radio La Calle, inexistencia de porcentaje, ya que sus formatos de cobertura e información no contemplan esta unidad de análisis. Estos resultados implican que las manifestaciones sociales de octubre de 2019 generaron gran producción informativa en la esfera pública y mediática nacional, debido al mismo fenómeno social y a sus protagonistas y sobre todo que la noticia como género periodístico fue el formato fundamental utilizado por estos medios de comunicación para comunicar los hechos de las manifestaciones sociales.

Tabla 4.2. Unidad analizada por medio de comunicación

			Nombre del medio de comunicación		Total
			<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	
Tipo de unidad analizada	Portada	Recuento	137	0	137
		%	21,6%	0%	9,1%
	Noticia	Recuento	476	826	1302
		%	75,1%	94,7%	86,5%
	Editorial	Recuento	21	46	67
		%	3,3%	5,3%	4,4%
TOTAL		Recuento	634	872	1506
		%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor

Como se puede observar en la tabla 4.3, reafirmando lo antes expuesto, la noticia fue el género periodístico de mayor porcentaje utilizado por parte de *El Comercio* con 82,5% y de Radio La Calle con 66,5% durante las manifestaciones sociales de octubre de 2019. Sin embargo, los datos que concitan interés refieren a que Radio La Calle utilizó la entrevista con 12,2% y la opinión con 21,1% para comunicar las manifestaciones, mientras que *El Comercio* utilizó estos mismos géneros en un marcado menor porcentaje, la entrevista con 2,5% y la opinión con 14,7%. Lo que conlleva a entender que el medio nativo digital amplió en mayor porcentaje los criterios, voces y opiniones, sobre todo, en sus coberturas en vivo de las manifestaciones sociales.

Hallazgo que sustenta la propuesta de Shapiro (2012) sobre la comunicación digital, el periodismo web en línea y el rol de los medios nativos digitales en interactuar y conversar en mayor medida con sus audiencias.

Tabla 4.3. Género periodístico utilizado por el medio de comunicación

		Nombre del medio de comunicación			
		<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	Total	
Género periodístico	Noticia	Recuento	523	580	1103
		%	82,5%	66,5%	73,2%
		Residuos corregidos	6,9	-6,9	
	Entrevista	Recuento	16	406	122
		%	2,5%	12,2%	8,1%
		Residuos corregidos	-6,8	6,8	
	Crónica	Recuento	1	2	3
		%	0,2%	0,2%	0,2%
		Residuos corregidos	-0,3	0,3	
	Opinión	Recuento	93	184	277
		%	14,7%	21,1%	18,4%
		Residuos corregidos	-3,2	3,2	
	Otros	Recuento	1	0	1
		%	0,2%	0%	0,1%
		Residuos corregidos	1,2	1,2	
Total		Recuento	634	872	1506
		%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor

4.2. Tema principal del tratamiento mediático-informativo

En cuanto a la importancia que cada medio otorgó a las diferentes temáticas de las manifestaciones sociales de octubre de 2019, como se puede evidenciar en la tabla 4.4, se subraya que el tema: Manifestaciones, protesta social y paro nacional fue el de mayor porcentaje en ambos medios, por el contexto mismo del fenómeno social y la acción colectiva, como lo demuestra el 30,3 % por parte del medio tradicional y el 37,8% del medio nativo digital. Además de esta apertura, otros hallazgos concitan interés para la investigación.

Es así que mientras *El Comercio* con el 16,6% otorgó mayor relevancia como uno de sus temas principales a: Producción, servicios, transporte, sector estratégico, conectividad, cierre de vías, agresión al bien público y turismo, Radio La Calle, apenas le concedió el 1.3%.

Porcentajes que empiezan a evidenciar que *El Comercio*, configurado como público oficial autorizado (Habermas 1994) y dominante (Fraser 1997) otorgó mayor atención e importancia desde su producción noticiosa y posicionado mediáticamente en la opinión pública, las cuantiosas pérdidas que originaron las manifestaciones sociales y la movilización nacional en el sector productivo y económico del país. Como ejemplo de este tratamiento se exponen las siguientes imágenes:

Figura 4.1. Titulares y temas principales de *El Comercio* sobre las millonarias pérdidas



Fuente: *El Comercio*, 09-10-2019



Fuente: *El Comercio*, 10-10-2019

Otro dato de interés es que *El Comercio* con el 10, 3 % habló sobre vandalismo, violencia, bloqueos, saqueos y caos; tema que además fue trasladado con gran visibilidad a sus portadas, particular tratamiento informativo de este medio tradicional, al saber del alto impacto que produce la portada como esa primera impresión en los lectores y sus audiencias, mientras que

Radio La Calle, apenas le otorgó el 0,6%. Hallazgos que exponen una marcada diferencia en el tipo de cobertura y, sobre todo, en la importancia y señalamiento que cada medio otorgó a las manifestaciones sociales, pues mientras el medio tradicional enfocó la criminalización de la protesta al resaltar el vandalismo de las manifestaciones de 2019 y marcó una influencia desde los temores colectivos en la ciudadanía con efectos negativos en la esfera pública al constreñirla y moldear la opinión pública (Oxhorn 2003), el medio nativo digital no destacó este tema y se enfocó en otro tipo de aristas como la solidaridad del pueblo quiteño en favor de los manifestantes y el movimiento indígena. Desde estos comportamientos se demuestra como el medio tradicional constriñe la esfera pública de las manifestaciones a sinónimos de violencia y vandalismo y el nativo digital, enfocó otras temáticas sociales de la protesta, ampliando la esfera pública, hacia algo más que vandalismo y caos.

Otro dato obtenido y en directa correlación con el resultado anterior constituye que mientras *El Comercio* con apenas el 0, 2% prácticamente no mencionó en sus publicaciones el tema: represión de las fuerzas del orden, Radio La Calle con el 16,5% comunicó este hecho como segundo tema de mayor importancia durante las manifestaciones sociales de 2019. De esta manera, el medio nativo digital al comunicar cómo el gobierno violentó los derechos civiles y ciudadanos de los manifestantes con el uso excesivo de la fuerza pública y amplificarlo desde su producción noticiosa se configuró también como un contra público mediático subalterno (Medeiros 2019) en oposición a la lógica mediática (Vallés 2013) del medio tradicional que invisibilizó estos hechos, provocando nuevamente un constreñimiento de la esfera pública.

Contemplados en la tabla 4.4, estos resultados reafirman el tratamiento periodístico que cada medio ofreció a las manifestaciones de 2019, pues mientras el medio tradicional prácticamente invisibilizó la represión de las fuerzas del orden contra los manifestantes, el medio nativo digital visibilizó esta temática, como una clara denuncia en defensa del derecho a la resistencia y a la protesta social.

Interpretación también sustentada en los siguientes resultados: mientras *El Comercio* con 2,5% comunicó sobre el tema: defensa de derechos, reivindicación y reconocimiento, Radio La Calle con un 7, 8% le otorgó mayor difusión a esta temática, demostrando una clara diferencia en enfocar este tema frente al medio tradicional. Así mismo sucedió en la temática Solidaridad; mientras *El Comercio* con un 1,6% le dio importancia y centralidad a este tema, Radio La Calle, con 4,8% le otorgó mayor relevancia a la serie de acciones solidarias que despertaron las manifestaciones sociales, triplicando el porcentaje del medio tradicional.

Otros resultados de esta tabla que despiertan interés, desde el tratamiento mediático-informativo, son los referidos a las temáticas: inacción de los medios privados tradicionales cuyo mayor porcentaje lo expuso Radio La Calle con un 2,6 % frente a un inexistente 0,0% de *El Comercio*, dato que refiere a que el propio medio tradicional no se cuestionaría a sí mismo. Lo que implica también un anuncio por parte del medio nativo digital en interpelar no solo a los actores políticos y sociales de la manifestación sino también a los propios medios tradicionales.

Nuevo resultado de interés para el propósito y las preguntas de la investigación es el concerniente al tema: Intento de golpe de Estado y desestabilización del orden democrático, pues mientras *El Comercio* con un 4,9% sí lo comunicó en sus contenidos noticiosos, Radio La Calle con el 0,6% no le otorgó centralidad ni importancia. Tratamiento que refleja el comportamiento del medio tradicional en su rol como medio privado, sujeto a intereses institucionales gubernamentales.

En lo que respecta al tema: Derogación del Decreto 883, *El Comercio* no le otorgó centralidad, contrario a Radio La Calle que a pesar de exponerlo con apenas el 1,4 % sí lo comunicó y lo ubicó entre los temas de centralidad, a diferencia del medio tradicional que invisibilizó este tema desde sus contenidos noticiosos.

Los hallazgos expuestos evidencian que mientras *El Comercio* enfatizó en temas como: Producción, economía paralizada y sectores empresariales con pérdidas millonarias; vandalismo, violencia, bloqueos y caos producidos en las manifestaciones, además y con énfasis en el intento de golpe de Estado y la desestabilización del orden democrático, Radio La Calle por el contrario enfatizó en temas de: derechos, represión de las fuerzas del orden, derogación del Decreto 883 y la inacción de los medios tradicionales.

Esto implica que el medio tradicional obedeciendo a su lógica mediática comercial y empresarial mostró mayor interés e importancia en informar a la ciudadanía sobre un país paralizado, con su producción afectada en cifras millonarias, además del incremento del vandalismo, la violencia y el caos que amenazaban la paz y la institucionalidad democrática del gobierno de Moreno e incluso la salud mental de la ciudadanía, mientras que el medio nativo digital informó desde un rol más ciudadano, sobre todo, en lo que refiere a la defensa de derechos humanos, destacando la capacidad organizativa de los manifestantes, su alcance de movilización y la solidaridad ciudadana.

Ejemplos de este tipo de tratamiento mediático-informativo por parte de los medios son los expuestos a continuación, a través de las siguientes figuras y referencias:

Figura 4. 2. Noticias de *El Comercio* de la ciudadanía afectada por las movilizaciones



Fuente: *El Comercio*, 10-10-2019



Fuente: *El Comercio*, 10-10-2019

“Nos llega un mensaje de nuestro amigo Andrés León, nos dice que se encuentra en la Universidad Central y que fue a dejar algunos víveres en este centro de paz y acogida, de acopio y de apoyo para el movimiento indígena” (Extracto de la transmisión de Radio La Calle del 9 de octubre de 2019, tomado de la unidad de análisis 1 135, entre los tiempos: 1:44.01 y 1:44.37)³⁶.

Ante la arremetida de la policía contra mujeres, niños y adultos mayores, me niego a creer que la gente haya perdido un poco de humanidad y ante eso me sorprende y alegra la solidaridad de la gente que vi que daba agua, limonada y panes a la gente que estaba replegada en el Coliseo Rumiñahui, si hay gente más humana. (Extracto de la transmisión de Radio La Calle del 9 de octubre de 2019, tomado de la unidad de análisis 1 142, entre los tiempos: 6.30 y 7.22)³⁷.

Estos hallazgos y referencias evidencian que *El Comercio* publicó sus contenidos noticiosos, resaltando la voz del gobierno nacional, las autoridades, los actores políticos y el sector empresarial, convirtiéndoles, desde la propuesta teórica del modelo liberal de la esfera pública en aquellos públicos racionales generadores de opinión pública (Habermas, 1994) de las manifestaciones de 2019 y cómo Radio La Calle difundió la voz de los actores sociales, visibilizando la represión que enfrentaron por parte de las fuerzas del orden, desde su legítimo

³⁶ <https://business.facebook.com/radiolacalle/videos/964885560528054/>

³⁷ <https://business.facebook.com/radiolacalle/videos/3168177699875854/>

derecho a la resistencia y a la protesta, siendo éstos, desde la propuesta de Fraser (1997) aquellos contra públicos en disputa de la esfera pública; que con su discurso y acción lograron interpelar a los públicos fuertes, ampliando así los espacios discursivos y de la opinión pública de las manifestaciones de octubre de 2019.

Tabla 4.4. Tema principal del medio de comunicación

		Nombre del medio de comunicación		Total
		<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	
Manifestaciones; protesta social; paro nacional	Recuento	192	330	522
	%	30,3%	37,8%	34,7%
	Residuos corregidos	-3,00	3,00	
Intento de golpe de Estado; desestabilización del orden democrático	Recuento	31	5	36
	%	4,9%	0,6%	2,4%
	Residuos corregidos	5,4	-5,4	
Producción: servicios, transporte, sector estratégico, conectividad, cierre de vías, agresión al bien público, turismo	Recuento	105	11	116
	%	16,6%	1,3%	7,7%
	Residuos corregidos	11,00	-11,00	
Defensa de derechos, reivindicación, reconocimiento	Recuento	16	68	84
	%	2,5%	7,8%	5,6%
	Residuos corregidos	-4,4	4,4	
Vandalismo, violencia, bloqueos, saqueos y caos	Recuento	65	5	70
	%	10,3%	0,6%	4,6%
	Residuos corregidos	8,8	-8,8	
Represión de las fuerzas del orden	Recuento	1	144	145
	%	0,2%	16,5%	9,6%
	Residuos corregidos	-10,6	10,6	
Solidaridad	Recuento	10	42	52
	%	1,6%	4,8%	3,5%
	Residuos corregidos	-3,4	3,4	
Inacción de los medios privados tradicionales	Recuento	0	23	23
	%	0%	2,6%	1,5%
	Residuos corregidos	-4,1	4,1	
Derogación del Decreto 883	Recuento	0	12	12

	%	0%	1,4%	0,8%
	Residuos corregidos	-3,0	3,0	
Total	Recuento	634	872	1506
	%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Nota: tabla completa en la sección anexos

4.3. Uso y evaluación de la imagen en el tratamiento mediático-informativo

Tanto *El Comercio* como Radio La Calle acompañaron su producción noticiosa y cobertura en vivo de imágenes. En total, el medio tradicional utilizó un 55,7% y el medio nativo digital un 91,4%. *El Comercio* con 60,3% utilizó principalmente la fotografía y con un 5,5% la infografía, mientras que Radio La Calle apenas utilizó el 1,1% de fotografías y el 95,1% de vídeo. Estos resultados confirman la naturaleza de los medios, es decir, al ser Radio La Calle un medio nativo digital fue prominente la utilización de la imagen y vídeo en su producción noticiosa. De igual manera, *El Comercio* utilizó un significativo porcentaje de imágenes para enfocar sus noticias e información.

Además de estos porcentajes de contexto en cuanto al uso de la imagen, resultados de mayor interés para la investigación son los concernientes a la variable: Evaluación o análisis de la imagen que acompaña a la noticia o unidad de análisis, referente al favorecimiento o desfavorecimiento, claramente diferenciadora del tratamiento informativo visual de cada medio de comunicación.

Así, como lo demuestra la tabla 4.5, *El Comercio* con un 29,8% enfocó desde sus imágenes la acción, efectos o violencia de los manifestantes y las manifestaciones, constriñendo una esfera pública de temor y exterminación simbólica (Oxhorn 2003) del derecho a la protesta por parte del movimiento indígena, mientras que Radio La Calle enfocó esta variable con un 5,4%. En el valor opuesto, el medio tradicional apenas con un 1,6% enfocó la acción, efectos o violencia de Moreno o de los representantes del gobierno y las fuerzas del orden, mientras que el medio nativo digital enfocó este mismo valor con el 20,9%, visibilizando exponencialmente entre sus audiencias y seguidores a un gobierno represor e indolente.

El Comercio apenas con 2,1% enfocó desde sus imágenes la acción, efectos o valentía de los manifestantes, mientras que Radio La Calle enfocó este mismo valor con un 19,5%. Otro dato de interés, referente al favorecimiento o desfavorecimiento que generaron las imágenes de los medios, es que el 9,5% de las imágenes de *El Comercio* justificaron o fueron favorables a

Moreno o a los representantes del gobierno, frente a un escaso 0,9% de las imágenes de Radio La Calle que favorecieron a estos mismos actores.

En el valor opuesto, el medio tradicional con un 0,2% desde sus imágenes justificó o favoreció a los representantes de las manifestaciones, mientras que el medio nativo digital con 2,9% justificó o favoreció a los representantes de las manifestaciones. Hallazgos que indican un claro tratamiento mediático- informativo desde la imagen por parte de los medios analizados, pues mientras el medio tradicional visibilizó en mayor cantidad la acción y gestión de Moreno y sus ministros, el medio nativo digital resaltó la valentía de los manifestantes frente a la represión de las fuerzas del orden.

Otro dato expone que *El Comercio* con un 23,2% acompañó sus contenidos noticiosos con imágenes que solo informan, contextualizan y no tienen inclinación, frente al 46% de imágenes de Radio La Calle que solo informan, contextualizan y no tienen inclinación. Este último resultado, a más de indicar que el medio nativo digital duplicó el porcentaje de no inclinación en comparación al medio tradicional, evidencia que *El Comercio* otorgó mayor presencia gráfica desde sus fotografías de portada para resaltar la violencia o efectos de los manifestantes y las manifestaciones.

De igual manera utilizó su imagen para justificar y favorecer al ex presidente Lenín Moreno y a los representantes del gobierno, contrario al tratamiento mediático-informativo visibilizador de Radio La Calle presentando la represión del gobierno nacional e informado el accionar de los manifestantes, así como su resistencia ante las fuerzas del orden. Como ejemplo del uso de la imagen de *El Comercio*, se exponen las siguientes figuras:

Figuras 4.3. Portadas de *El Comercio* con énfasis en el vandalismo y la violencia



Fuente: *El Comercio*, 09-10-2019



Fuente: *El Comercio*, 12-10-2019

Así, a partir del tratamiento mediático-informativo que otorgó *El Comercio* a las manifestaciones desde sus imágenes, se manifiesta el efecto de la mediatización: los medios seleccionan, enmarcan y otorgan atención a eventos y a actores confiriéndoles un estatus, incluso desde sus propias imágenes públicas y “asignan relevancia e importancia política a los problemas sociales al seleccionar y enfatizar ciertos temas y descuidar otros” (Mazzoleni y Schulz 1999, 251). En este caso, el medio tradicional enfatizó una vez más la violencia de los manifestantes y no advirtió su acción desde el derecho a la resistencia y a la protesta.

Por su parte, el tratamiento mediático-informativo de Radio La Calle, desde el uso de la imagen del vídeo de las manifestaciones sociales demuestra lo planteado por Scolari (2008) en cuanto a la exposición de la imagen, los espacios del mundo digitalizado e interconectado y de la ganancia de la comunicación cara a cara con el recurso de la transmisión en línea, que además amplía excepcionalmente los mensajes y sus audiencias. Ejemplos del tratamiento informativo y el uso de la imagen de Radio La Calle se refieren a continuación:

Acá la represión es brutal, ya no se ve la Casa de la Cultura por la cantidad de gases [...] Las explosiones son tremendas, vamos a subir una foto a las redes sociales [...] porque existe mucha represión en contra de la gente que está en El Arbolito. A pocos minutos de las mesas de diálogo, así prepara el gobierno el mantel para la mesa de diálogo. Con bombas y represión en contra de mujeres, jóvenes y adultos mayores. Existen imágenes que nos llegan de todo el país con la voz de protesta de la ciudadanía. (Extracto de la transmisión de Radio La Calle del domingo 13 de octubre de 2019, tomado de la unidad de análisis 1 415, entre los tiempos: 3:25.01 y 3:34.15)³⁸.

Figura 4.4. Imágenes de la cobertura de Radio La Calle



Fuente: Radio La Calle



Fuente: Radio La Calle

³⁸ <https://business.facebook.com/radiolacalle/videos/2533094380101584/>

Se señala también que las transmisiones de Radio La Calle, en particular de la cobertura en vivo, que mostraron la reacción de los manifestantes ante la arremetida policial, se difundieron sin cortes a diferencia de una fotografía que necesariamente pasa por un proceso de edición antes de su publicación en las páginas del medio tradicional.

Tabla 4.5. Evaluación de la imagen del medio de comunicación

		Nombre del medio de comunicación			
		<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	Total	
Evaluación o análisis de la imagen que acompaña a la noticia o unidad de análisis	Justifica o favorable a Moreno o a representantes del gobierno	Recuento	60	8	68
		%	9,5%	0,9%	4,5%
Residuos corregidos		7,9	-7,9		
Justifica o favorable a los representantes de las manifestaciones	Recuento	1	25	26	
	%	0,2%	2,9%	1,7%	
	Residuos corregidos	-4,00	4,00		
Enfoca la acción, efectos o violencia de Moreno o de los representantes de gobierno y de las fuerzas del orden	Recuento	10	182	192	
	%	1,6%	20,9%	12,7%	
	Residuos corregidos	-11,1	11,1		
Enfoca la acción, efectos o violencia de los manifestantes y las manifestaciones	Recuento	189	47	236	
	%	29,8%	5,4%	15,7%	
	Residuos corregidos	12,9	-12,9		
Enfoca la acción, efectos o valentía de Moreno o de los representantes del gobierno	Recuento	31	5	36	
	%	4,90%	0,6%	2,4%	
	Residuos corregidos	5,4	-5,4		
Enfoca la acción, efectos o valentía de los manifestantes y las manifestaciones	Recuento	13	170	183	
	%	2,10%	19,5%	12,2%	
	Residuos corregidos	-10,2	10,2		
Equilibrio: la imagen solo informa, contextualiza y no tiene inclinación	Recuento	147	401	548	
	%	23,1%	46 %	36,4%	
	Residuos corregidos	-9,1	9,1		

Total	Recuento	634	872	1506
	% dentro del nombre del medio de comunicación	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Los medios de comunicación analizados también otorgaron un espacio y tiempo a la difusión y publicación de los contenidos noticiosos de las manifestaciones de octubre de 2019 en Ecuador. De acuerdo a la tabla 4.6, se evidencia y destaca que *El Comercio* utilizó con 17,8% la media página; con 10,7% el cuarto de página; con 9,4% el tercio de página; con 6,8% menos de un tercio de página y más de un cuarto de página; con 6,2% tres cuartos de página y con 50,3% menos de un cuarto de página, mientras que Radio La Calle con un 56,1% difundió sus unidades noticiosas en un tiempo considerado entre 0 a 2 minutos; con 31,7% de 2.01 a 5 minutos; con 6,0% de 7.01 a 15 minutos; con 5,5% de 5.01 a 7 minutos y con 1,9% de 15.01 en adelante.

Estos porcentajes implican que el medio tradicional a pesar de que a más de la mitad de sus noticias les otorga el menor espacio de sus páginas, con cerca del 20 por ciento les ofrece un gran espacio e importancia, es decir, selecciona pocas noticias, pero les da mucha relevancia. Y el medio nativo digital le dedicó a un tercio y a más de la mitad de sus unidades de análisis un tiempo significativo de transmisión profundizando en las diversas temáticas de su producción noticiosa.

Esta interpretación sustenta el hecho de que ambos medios de comunicación otorgaron el mayor número de sus porcentajes de espacios de publicación y tiempos de difusión a las unidades de menor espacio y tiempo, pero en mayor cantidad de publicaciones y difusiones, reforzando así reiterativamente el mensaje y contenido de sus relatos y producción noticiosa.

Tabla 4.6. Espacio o tiempo de las unidades de análisis del medio de comunicación

		Nombre del medio de comunicación			
		<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	Total	
Espacio o tiempo que el medio le otorga a la noticia o a la unidad de análisis	Media página	Recuento	113	0	113
		%	17,8%	0%	7,5%
		Residuos corregidos	13,0	-13,0	
	3/4 de página	Recuento	39	1	40
		%	6,2%	0,1%	2,7%
		Residuos corregidos	7,2	-7,2	
	1/3 de página	Recuento	62	0	62
		%	9,8%	0%	4,1%

	Residuos corregidos	9,4	-9,4	
Menos de 1/3 de página y más de 1/4 de página	Recuento	33	0	33
	%	5,2%	0%	2,2%
	Residuos corregidos	6,8	-6,8	
1/4 de página	Recuento	68	0	68
	%	10,7%	0%	4,5%
	Residuos corregidos	9,9	-9,9	
Menos de 1/4 de página	Recuento	319	1	320
	%	60,3%	0,1%	21,2%
	Residuos corregidos	23,5	-23,5	
De 0 a 2 minutos	Recuento	0	489	489
	%	0%	56,1%	32,5%
	Residuos corregidos	-22,9	22,9	
De 2.01 a 5 minutos	Recuento	0	276	276
	%	0%	31,7%	18,3%
	Residuos corregidos	-15,70	15,7	
De 5.01 a 7 minutos	Recuento	0	48	48
	%	0%	5,5%	3,2%
	Residuos corregidos	6	-6	
De 7.01 a 15 minutos	Recuento	0	52	52
	%	0%	6%	3,5%
	Residuos corregidos	-6,3	6,3	
De 15.01 minutos en adelante	Recuento	0	5	5
	%	0%	0,6%	0,3%
	Residuos corregidos	-1,9	1,9	
Total	Recuento	634	872	1506
	%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

4.4. Actores-protagonistas en el tratamiento mediático-informativo

Esta variable de carácter deliberante expone a los actores con mayores porcentajes significativos que cada medio, desde su tratamiento mediático-informativo, determinó como los protagonistas de las manifestaciones sociales de octubre de 2019. Además, permite articular ciertas interpretaciones analíticas pertinentes con las variables expuestas y con las que se exponen más adelante.

Como se observa en la tabla 4.7, *El Comercio* con 10,9% y Radio La Calle con 21%, casi con el doble de porcentaje que el medio tradicional, determinaron como los protagonistas a los manifestantes, por supuesto, este primer porcentaje obedece al propio contexto de las manifestaciones sociales, caso similar al expuesto en el tema principal. Sin embargo, aspecto

de interés para esta investigación será exponer más adelante si ese protagonismo fue determinado como favorable o desfavorable y de qué manera, desde las variables como atributos, atribución-responsabilidad o apelación, estos protagonistas fueron definidos por los medios de comunicación.

En lo que refiere a los hallazgos que empiezan a concitar mayor interés, es que *El Comercio* con 13,2% ubicó como protagonistas de las manifestaciones a los ministros y autoridades de gobierno, mientras que Radio La Calle con apenas el 2,5% determinó a estos actores como los protagonistas de las manifestaciones. Primeros porcentajes que determinan la contraposición de los medios analizados y su interés por otorgar la centralidad, desde su tratamiento mediático, a los actores de las manifestaciones, posicionándolos en la esfera y opinión pública de las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

De igual manera el medio tradicional con 10,3% situó a Lenín Moreno como protagonista de las manifestaciones sociales, mientras que Radio La Calle le otorgó 7,8%. Porcentajes que exponen que el medio tradicional ubicó a este actor político entre los tres primeros lugares de protagonismo y Radio La Calle lo colocó en quinto lugar, otorgando por su parte mayor porcentaje de protagonismo, después de los manifestantes, a los indígenas con el 11,4% frente al 4,3% que el medio tradicional otorgó a estos actores sociales.

Resultados que conllevan a comprender que el medio tradicional, cumpliendo un rol en defensa de la institucionalidad, de los públicos oficiales y dominantes (Habermas 1994; Fraser 1997) a través de su producción noticiosa elevó al ex presidente Moreno y a las autoridades de gobierno a la categoría de protagonistas o actores estelares, portavoces de la voz oficial y legítima de las manifestaciones, y cómo el medio nativo digital, por el contrario, le quitó este protagonismo a los actores institucionales, ofreciendo esta centralidad a las personas que alzaban su voz en las calles y plazas del país, a aquellos públicos subalternos desde la perspectiva liberal de la esfera pública.

En lo que refiere a los alcaldes y autoridades locales, *El Comercio* con 6,2% les otorgó protagonismo, mientras que Radio La Calle les concedió 3% de protagonismo, prácticamente menos de la mitad del porcentaje del medio tradicional.

Esto se manifiesta en cómo el medio tradicional dio cobertura a las voces y opiniones normativas de estos actores políticos en defensa de Quito, Guayaquil, Cuenca y las principales ciudades del país, que afirmaban que sus urbes y ciudadanías estaban amenazadas por la presencia de los manifestantes y el movimiento indígena. Presencia que causaba temor

y cuantiosos daños en la integridad física y patrimonial de las urbes, así como el orden democrático del Ecuador.

Ejemplo de esto se evidenció cuando el exalcalde de Guayaquil y líder del Partido Social Cristiano, Jaime Nebot, después de la marcha por la paz desarrollada en Guayaquil, el 9 de octubre de 2019, recomendó públicamente, a través de un medio tradicional televisivo nacional, que los indígenas deberían quedarse en el páramo. Esta situación empieza a develar un doble rol del medio tradicional, ya que, al tiempo de darle protagonismo a las declaraciones de estos públicos dominantes en defensa de su ciudad y la democracia, por otra parte, invisibilizó estas posturas, al no publicar en su versión impresa ninguna noticia relacionada con estas declaraciones. Como ejemplo del protagonismo y tratamiento que *El Comercio* otorgó a las autoridades locales se exponen las siguientes imágenes:

Figura 4.5. Autoridades defienden la democracia y denuncian las pérdidas materiales



Fuente: *El Comercio*, 10-11- 2019



Fuente: *El Comercio*, 10-11- 2019

En cuanto a lo que respecta a los dirigentes y representantes del movimiento indígena, *El Comercio* con un porcentaje que no alcanzó el uno por ciento, con 0,6% prácticamente no le otorga protagonismo a Leónidas Iza, presidente del Movimiento Indígena Campesino de Cotopaxi, sino simplemente como un actor referencial, confirmando una función mediática de invisibilización y más bien de denuncia ante el caos, el vandalismo y la inseguridad de las manifestaciones, mientras que Radio La Calle con 2,3 % sí le confirió protagonismo a este actor, lo que implica que el medio nativo digital ubicó a los manifestantes e indígenas como los protagonistas de las manifestaciones pero desde un efecto positivo en la ampliación de los espacios de legítima disputa y discursos con la presencia de contra públicos (Fraser 1997) y

de contra esferas públicas de las manifestaciones (Samaniego de la Fuente 2022) e incluso a la propia ciudadanía que se expresó a través de su página web y redes sociales.

Interpretación que se puede respaldar en el 10,4% que este medio digital otorgó a la ciudadanía como protagonista frente a un 5% de protagonismo conferido por parte de *El Comercio*, evidenciando que el medio nativo digital amplificó y reprodujo más criterios ciudadanos y populares, en más del doble del porcentaje del medio tradicional, la voz y reacciones de la ciudadanía. De igual manera, sucede y se evidenció con el 5,7% que *El Comercio* otorgó a los dirigentes políticos y asambleístas frente al 1,7 % que Radio La Calle asignó a estos actores como protagonistas de las manifestaciones.

Nuevos hallazgos que visibilizan claramente a los actores-protagonistas de cada medio, constituyen que mientras *El Comercio* otorgó un considerable porcentaje de protagonismo con el 9,5 % a los representantes y autoridades del sector productivo e industrial, Radio La Calle apenas les entregó un casi inexistente 0,1%. Así mismo, mientras *El Comercio* con un 4,7% ofreció protagonismo a los empresarios, emprendedores y comerciantes, Radio La Calle desde su relato noticioso no les ofreció ningún protagonismo.

Resultados que refieren un insistente rol e inclinación por parte del medio tradicional privado en destacar a los actores empresariales que producen y generan capital económico, así como a las voces expertas en temas económicos, mientras el medio nativo digital destaca y prioriza a los manifestantes, a los actores sociales y al movimiento indígena que luchan por sus derechos y peticiones, como actores contestatarios de la realidad social.

Lo mismo sucede con los representantes de la función Judicial y Fiscalía, mientras el medio tradicional con 2,1% les confirió protagonismo, el medio nativo digital les brindó el casi inexistentes 0,3%.

Al respecto de otros actores políticos de las manifestaciones, mientras *El Comercio* con 0,5% le otorgó protagonismo a Rafael Correa o el correísmo, Radio La Calle no le otorgó protagonismo, lo que implica que el tratamiento mediático-informativo del medio nativo digital no estaba en acuerdo al discurso del gobierno sobre este actor político en particular.

Se apuntan dos datos más de interés: el primero cómo *El Comercio* no se otorgó ningún porcentaje (0,0%) de protagonismo ni se auto referenció, mientras que Radio La Calle con 5,4% sí se atribuyó un protagonismo, desde su accionar mediático y línea periodística, al auto denominarse en sus transmisiones y producción noticiosa como la voz mediática de los manifestantes. Dato que expone la función del medio nativo digital ya instaurado como un

contra público mediático del gobierno y del propio sistema mediático tradicional del país. El segundo: *El Comercio* con un escaso 0,5% otorgó protagonismo a los periodistas, es decir que prácticamente no los refirió, mientras que Radio La Calle con 2,4% sí les confirió protagonismo, sobre todo desde la interpelación que realizó desde la inacción de los periodistas de los medios privados en particular.

En lo que respecta a las fuerzas del orden, policía y militares, *El Comercio* con apenas el 1,7% otorgó protagonismo a estos actores, al no informar de su accionar, mientras que Radio La Calle con un claro margen de diferencia, con 11,2% sí confirió protagonismo a estos mismos actores, pero desde su acción represora hacia los manifestantes. Dato relevante que, tal como fue expuesto en la tabla 4.4: Tema principal, demostró una cierta dependencia entre estas variables y valores del análisis, sobre todo, desde la inacción del medio tradicional en no comunicar la represión de las fuerzas del orden.

Este conjunto de resultados demuestra un tratamiento mediático-informativo donde *El Comercio* concedió protagonismo y centralidad positiva a los públicos fuertes y dominantes; a aquellos públicos autorizados y generadores de opinión pública (Habermas 1990). Un medio de comunicación privado que a partir de su propia lógica mediática (Lasswell 1985) y desde un modelo liberal capturado (Guerrero y Márquez 2014) resaltó a través de sus páginas el accionar de las élites políticas, económicas y empresariales del país, durante las manifestaciones sociales de octubre de 2019, evidenciado una complicidad entre su lógica comercial (Vallés 2010) y el sistema político y económico del país.

Por el contrario, Radio La Calle otorgó protagonismo a aquellos actores considerados como públicos débiles o subalternos también generadores de opinión pública (Fraser 1997), es decir, a los manifestantes e indígenas, desde una lógica mediática contrapuesta a los intereses de las élites políticas, económicas y empresariales, visibilizando aspectos como la razón de la protesta y la manifestación social, la represión por parte de las fuerzas del orden, convirtiéndose en portavoz mediático de los manifestantes y la ciudadanía.

Tabla 4.7. Actores-protagonistas del medio de comunicación

		Nombre del medio de comunicación			
			<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	Total
¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	Lenín Moreno, presidente del Ecuador	Recuento	65	68	133
		%	10,3%	7,8%	8,8%
		Residuos corregidos	1,7	-1,7	
	Ministros y autoridades de gobierno	Recuento	84	22	106
		%	13,2%	2,5%	7,0%
		Residuos corregidos	0,8	-0,8	
	Alcaldes y autoridades locales	Recuento	39	26	65
		%	6,2%	3%	4,3%
		Residuos corregidos	3	-3	
	Leónidas Iza, presidente del Movimiento Indígena de Cotopaxi	Recuento	4	20	24
		%	0,6%	2,3%	1,6%
		Residuos corregidos	-2,5	2,5	
	Indígenas	Recuento	27	99	126
		%	4,3%	11,4%	8,4%
		Residuos corregidos	-4,9	4,9	
	Dirigentes políticos y asambleístas	Recuento	36	15	51
		%	5,7%	1,7%	3,4%
		Residuos corregidos	4,2	-4,2	
	Manifestantes	Recuento	69	183	252
		%	10,9%	21,0%	16,7%
		Residuos corregidos	-5,2	5,2	
	Representantes y autoridades del sector productivo e industrial	Recuento	60	1	61
		%	9,5%	0,1%	4,1%
		Residuos corregidos	9,1	-9,1	
Empresarios, emprendedores y comerciantes	Recuento	30	0	30	
	%	4,7%	0,0%	2,0%	
	Residuos corregidos	6,5	-6,5		
Expertos económicos	Recuento	5	0	5	
	%	0,8%	0%	0,3%	
	Residuos corregidos	2,6	-2,6		
Fuerzas del orden, policía y militares	Recuento	11	98	109	
	%	1,7%	11,2%	7,2%	
	Residuos corregidos	-7,0	7		
Representantes de la función Judicial y Fiscalía	Recuento	13	3	16	
	%	2,1%	0,3%	1,1%	
	Residuos corregidos	3,2	-3,2		

Rafael Correa o correísmo	Recuento	3	0	3
	%	0,5%	0%	0,2%
	Residuos corregidos	2,0	-2	
Ciudadanía: la gente o audiencia que no es parte de los manifestantes y se expresa	Recuento	32	91	123
	%	5%	10,4%	8,2%
	Residuos corregidos	-3,8	3,8	
Mismo medio de comunicación	Recuento	0	47	47
	%	0%	5,4%	3,1%
	Residuos corregidos	-5,9	5,9	
Periodistas	Recuento	3	21	24
	%	0,5%	2,4%	1,6%
	Residuos corregidos	-3,0	3	
Total	Recuento	634	872	1506
	%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla completa en la sección anexos

4.5. Atributos de los protagonistas

Los atributos son comprendidos como las cualidades y características que los medios otorgan a los protagonistas de sus relatos y contenidos, a través de las cuales les confieren una expresa relevancia y notoriedad en la opinión pública. Así la producción noticiosa queda “acompañada de una serie de atributos (attribute), que van desde el tono general que adquiere la noticia (positiva, negativa) o las características de los protagonistas de la información hasta el encuadre en que se publique la noticia” (Chavero 2015, 19).

De esta manera, una vez expuesto quiénes fueron los principales protagonistas de las manifestaciones para cada medio de comunicación, desde la función que desarrollaron, así como cuál fue el tema central que enfocaron, es pertinente exponer los porcentajes de atributos positivos y negativos que cada medio otorgó a sus actores protagonistas.

Como se observa en la tabla 4.8, que refiere a los atributos relacionados con los valores de los protagonistas, *El Comercio* con el 73,8% concede con un porcentaje significativo los atributos de: honesto, íntegro y leal a unos de sus principales protagonistas a Lenín Moreno y a los ministros y autoridades de gobierno, así como el 70% y 80% a los representantes del sector productivo e industrial y a los empresarios y comerciantes, respectivamente. Así también con el 72,7% a las fuerzas del orden, policía y militares.

Ejemplo de este otorgamiento por parte del medio tradicional se observa en el siguiente titular: “El Gobierno toma la iniciativa para un acercamiento con los indígenas” (Noticia publicada el 10 de octubre de 2109 en la sección Actualidad).

Mientras que califica de: deshonesto, inmoral y desleal, con el 85,5% a los manifestantes; con el 48,1% a los indígenas y con el 37,5% y 25% a Jaime Vargas, presidente de la CONAIE y a Leónidas Iza, presidente del Movimiento Indígena de Cotopaxi, respectivamente, ambos líderes y representantes del movimiento indígena. Ejemplo de este otorgamiento se referencia en el siguiente titular: “Manifestaciones continuaron con saqueos y cierres viales” y en el siguiente antetítulo “Indígenas y campesinos atacaron industrias del norte de Latacunga; hubo bloqueos en la Sierra Norte, Sierra Centro y en el Austro” (Noticia publicada el 8 de octubre de 2019 en la sección Actualidad).

Nueva referencia de este otorgamiento de atributos negativos hacia el movimiento indígena en particular se observa cuando en los últimos días de las manifestaciones, después de los intentos de diálogo entre las partes, *El Comercio* imprimió en la portada del viernes 11 de octubre de 2019: “Radicalismo traba el diálogo y la economía se deteriora” y en la primera noticia de esta edición, tituló: “La Conaie se radicaliza y el diálogo quedó en suspenso”.

Tabla 4.8. Atributos A de los protagonistas de *El Comercio*

¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?												
			Lenín Moreno	Min y autoridades de gob.	Jaime Vargas,	Leónidas Iza	Indígenas	Manifestantes	Repre. sector product	Empresarios, emprendedores y	Fuerzas del orden, policía y militares	Total
Atributos de los protagonistas A	Honesto, íntegro, leal	Rcto	48	62	0	2	2	0	42	24	8	327
		%	73,8%	73,8%	0%	50%	7,4%	0%	70%	80%	72,7%	51,6%
Atributos de los protagonistas A	Deshonesto, inmoral, desleal	Rcto	0	0	6	1	13	59	1	0	0	93
		%	0%	0%	37,5%	25%	48,1%	85,5%	1,7%	0%	0%	14,7%
Total		Rcto	65	84	16	4	27	69	60	30	11	634
		%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla completa en la sección anexos

Situación contraria, como se expone en la tabla 4.9, que refiere a los atributos relacionados con la competencia de los protagonistas, sucede con Radio La Calle que con el 48,5% concede los atributos de: deshonesto, inmoral y desleal a Lenín Moreno, con el 92,3% a la ex

ministra de Gobierno, María Paula Romo; el 40,9% a los ministros y autoridades de gobierno y con un significativo 51,0% a las fuerzas del orden, la policía y los militares. Mientras que otorga altos porcentajes en los atributos de: honesto, íntegro y leal, con el 93% y 100% a Jaime Vargas y Leónidas Iza, respectivamente. Así como con el 54,5%, el 94,1% y el 33,9% a los indígenas, a los representantes de frentes ciudadanos y colectivos sociales y a los manifestantes, respectivamente, y con el 68,1% a la ciudadanía, la gente o audiencia que no es parte de los manifestantes y se expresa. Ejemplo de este otorgamiento se expone en la siguiente referencia: “Se registran millonarias pérdidas, sí, en todo el país, pero sobre todo pérdidas de vidas, heridos y enfrentamiento del pueblo contra el pueblo y existe un solo responsable: Moreno” (Extracto de la transmisión de Radio La Calle del 11 de octubre de 2019, tomado de la unidad de análisis 1 307, entre los tiempos: 44. 27 y 46.09)³⁹.

Tabla 4.9. Atributos A de los protagonistas de Radio La Calle

¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?													
			Lenín Moreno	María Paula Romo	Min y autoridades de gob.	Jaime Vargas	Leónidas Iza	Indígenas	Repre. sect ciudadanos,	Manifestantes	Fuerzas del orden, policía y militares	Ciudadanía que se expresa	Total
Atributos de los protagonistas A	Honesto, íntegro, leal	Rcto	7	0	4	14	20	54	16	62	4	62	396
		%	10,3%	0%	18,2%	93,3%	100%	54,5%	94,1%	33,9%	4,1%	68,1%	45,4%
Atributos de los protagonistas A	Des honesto, inmoral, desleal	Rcto	33	12	9	0	0	1	0	8	50	0	137
		%	48,5%	92,3%	40,9%	0%	0%	1%	0%	4,4%	51%	0%	15,7%
Total		Rcto	68	13	22	15	20	99	17	183	98	91	872
		%	100%	100%	100,0%	100,0%	100%	100%	100%	100%	100%	100,0%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000
Tabla completa en la sección anexos

³⁹ <https://business.facebook.com/radiolacalle/videos/529175747626857/>

De igual manera, como se presenta en la tabla 4.10, *El Comercio* con el 95,4% concede con un alto porcentaje los atributos de: justo, democrático, responsable y competente a Lenín Moreno, y con mayor porcentaje aún, con el 98,8% a los ministros y autoridades de gobierno, así como con el 91,7% y 83,3% a los representantes del sector productivo e industrial y a los empresarios y comerciantes, respectivamente. Mientras que califica de: injusto, antidemocrático, irresponsable e incompetente con el 89,9 % a los manifestantes; con el 63,0% a los indígenas y con el 56,3% y 50,0% a Jaime Vargas y Leónidas Iza, respectivamente.

Ejemplo de estos otorgamientos por parte del medio tradicional se referencian desde la siguiente noticia que tituló: “Lenín Moreno denuncia intento de golpe de Estado” y en un extracto de esta: “El presidente reiteró que no dará marcha atrás en la eliminación del subsidio a los combustibles y llamó al diálogo a los sectores sociales. (Noticia publicada el 8 de octubre de 2109 en la sección Actualidad).

Tabla 4.10. Atributos B de los protagonistas de *El Comercio*

		¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?									
			Lenín Moreno	Min y autoridades de gob.	Jaime Vargas	Leónidas Iza	Indígenas	Manifestantes	Repre. sector product indus	Empresarios, emprendedores y comerciantes	Total
Atributos de los protagonistas B	Justo, democrático responsable competente	Rcto	62	83	2	2	5	1	55	25	441
		%	95,4%	98,8%	12,5%	50%	18,5%	1,4%	91,7%	83,3%	69,6%
	Injusto, antidemocrático irresponsable, incompetente	Rcto	1	0	9	2	17	62	0	0	108
		%	1,5%	0%	56,3%	50%	63%	89,9%	0%	0%	17%
Total		Rcto	65	84	16	4	27	69	60	30	634
		%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla completa en la sección anexos

Nuevamente en contraposición a estos valores y resultados, como se observa en la tabla 4.11, Radio La Calle con el 63,2% concede los atributos de: injusto, antidemocrático, irresponsable e incompetente a Lenín Moreno, con el 92,3% a María Paula Romo; con el 50% a los ministros y autoridades de gobierno y con un significativo 55,1% a las fuerzas del orden, la

policía y los militares. Ejemplo de este otorgamiento de atributos se expone en la siguiente referencia: “Existe represión con tanquetas, con armas de perdigones a quemarropa. Es inconmensurable la agresión de la policía contra los manifestantes y el movimiento indígena”. (Extracto de la transmisión de Radio La Calle del 9 de octubre de 2019, tomado de la unidad de análisis 1 130, entre los tiempos: 58.12 y 1:11.03)⁴⁰.

Mientras que concede una vez más altos porcentajes en los atributos de: justo, democrático, responsable y competente, con el 86,7% y 95% a Jaime Vargas y Leónidas Iza, respectivamente. Así como con el 36,4%, el 94,1% y el 18,0% a los indígenas, a los representantes de frentes ciudadanos y colectivos sociales y a los manifestantes, respectivamente. Ejemplo de este otorgamiento de atributos al sector indígena se expone en la siguiente referencia:

La asamblea indígena ha hecho un pronunciamiento firme, han dicho que no ha negociado con el gobierno y piden firmemente la derogatoria de las medidas económicas del gobierno y dice que no confía en este gobierno, y le exige al gobierno las garantías necesarias para que el movimiento indígena se exprese de forma pacífica en las calles de Quito (Extracto de la transmisión de Radio La Calle del 9 de octubre de 2019, tomado de la unidad de análisis 1 117, entre los tiempos: 1.90 y 2.49)⁴¹.

Cifra a resaltar constituye que Radio La Calle le otorga el 50,5% de estos atributos positivos también a la ciudadanía que no es parte de los manifestantes y se expresa, lo que implica que además de otorgar voz y micrófono a la gente que no formaba parte de las manifestaciones considera valioso y contribuyente la opinión y criterio de estos actores sociales, enfatizando en una función mediática y periodística ciudadana a diferencia del medio tradicional, y sobre todo, promoviendo micro esferas digitales (Vincour 2001), desde la esfera virtual y real, expandiendo así también las fronteras de la esfera pública.

⁴⁰ <https://business.facebook.com/radiolacalle/videos/964885560528054/>

⁴¹ <https://www.facebook.com/radiolacalle/videos/457948334837986/>

Tabla 4.11. Atributos B de los protagonistas de Radio La Calle

		¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?											
			Lenín Moreno	María P. Romo	Min y autoridades de	Jaime Vargas	Leónidas Iza	Indígenas	Repre. sect ciudadanos, colectivos	Manifestantes	Fuerzas del orden, policía	Ciudadanía que se expresa	Total
Atributos de los protagonistas B	Justo, democrático, responsable, competente	Rcto	8	0	5	13	19	36	16	33	2	46	323
		%	11,8%	0%	22,7%	86,7%	95%	36,4%	94,1%	18%	2%	50,5%	37%
Atributos de los protagonistas B	Injusto, antidemocrático, irresponsable, incompetente	Rcto	43	12	11	0	0	2	0	7	54	0	159
		%	63,2%	92,3%	50%	0%	0%	2%	0%	3,8%	55,1%	0%	18,2%
Total		Rcto	68	13	22	15	20	99	17	183	98	91	872
		%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla completa en la sección anexos

Resultados que definen con mayor claridad la función y tratamiento mediático-informativo de cada medio de comunicación a partir de los atributos concedidos a sus actores y protagonistas, es decir, mientras el medio tradicional ofreció atributos positivos al gobierno y a los actores de la institucionalidad y señaló con los atributos negativos a los manifestantes y al movimiento indígena, el medio nativo digital, claramente a la inversa, otorgó atributos negativos a Moreno, sus ministros y las fuerzas del orden, resaltando las cualidades de los manifestantes, el movimiento indígena y la solidaridad de la ciudadanía quiteña.

Hallazgos que también exponen los roles que estos medios de comunicación desarrollaron durante las manifestaciones sociales de octubre de 2019. *El Comercio* como un medio que otorgó protagonismo y atributos positivos al gobierno nacional, al ex presidente Moreno, a los ministros, autoridades y a los representantes de sector productivo e industrial, es decir y en una correlación directa a sus públicos dominantes (Fraser 1997), efectivizando una dinámica de la política desde la función tradicional de la publicidad y la prensa fortalecedora también de su propia base económica (Habermas 1990).

Radio La Calle, por su parte y desde su producción noticiosa no solo comunicó la acción de los públicos subordinados o contestatarios, es decir los manifestantes, indígenas, los colectivos sociales y la ciudadanía, también resaltó sus atributos y potencialidades, su

organización y resistencia. Contra públicos que cuestionaron las decisiones de los públicos fuertes, interpelando a la propia esfera pública (Fraser 1997) y mediática de la coyuntura de octubre de 2019.

4.6. Tonalidad de las noticias o unidades de análisis

En cuanto a la tonalidad de la noticia, es decir, el tono, carácter o tendencia positiva o negativa de la unidad de análisis, como lo demuestra la tabla 4.12, *El Comercio* con 27,1% demostró una tonalidad positiva y, cerca del doble de porcentaje, con 53,5% una tonalidad negativa, mientras que con el 19,4% demostró una tonalidad neutra.

Por su parte, Radio La Calle con 15,7% demostró una tonalidad positiva en sus contenidos noticiosos y con 63% una tonalidad negativa, mientras que con 21,3% demostró una tonalidad neutra.

Aspecto de interés es que ambos medios de comunicación otorgaron mayor número de porcentaje a la tonalidad negativa de sus noticias o unidades de análisis, señalando que, al enfrentar estos datos entre sí, mayor número de positividad la demostró el medio tradicional y mayor número de neutralidad la demostró el medio nativo digital.

Datos que correlacionados a los resultados de las variables tema principal y evaluación de imágenes que cada medio recalcó, indican que mientras para *El Comercio*, el vandalismo, el caos y los saqueos; así como la millonarias pérdidas en el sector empresarial, industrial y económico fueron temáticas centrales de connotación negativa, para Radio La Calle la vulneración de derechos humanos durante las manifestaciones sociales y la represión por parte de las fuerzas del orden hacia los manifestantes, el movimiento indígena, periodistas y la ciudadanía, constituyeron temas principales de tonalidad negativa, así como la inacción de los medios de comunicación tradicionales ante estos hechos.

Porcentajes e interpretación que pueden señalar una vez más el nivel de enfrentamiento entre los públicos y contra públicos de las manifestaciones sociales de octubre de 2019, así como la visibilización y réplica que recibieron desde los medios de comunicación analizados en relación de conflictividad en particular por parte del medio nativo digital desde su interpelación al medio tradicional por su inacción comunicacional. Medio que asumió además de un rol informativo como vocero mediático de los públicos subalternos (Fraser 1997).

Medios que al hablar a nombre de sus audiencias y desde sus adherencias discursivas, sobre todo los tradicionales, volvieron el tono de sus coberturas periodísticas cada vez más negativo (Hallin 1992).

Tabla 4.12. Tonalidad de las unidades de análisis del medio de comunicación

		Nombre del medio de comunicación			
		<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	Total	
¿Cuál es la tonalidad de la noticia o la unidad de análisis?	Positiva	Recuento	172	137	309
		%	27,1%	15,7%	20,5%
		Residuos corregidos	5,4	-5,4	
	Negativa	Recuento	339	549	888
		%	53,5%	63%	59%
		Residuos corregidos	-3,7	0,6	
	Neutro	Recuento	123	186	309
		%	19,4%	21,3%	20,5%
		Residuos corregidos	-0,9	0,9	
Total	Recuento	634	872	1506	
	%	100%	100%	100%	

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

4.7. Fuentes informativas del medio de comunicación

En lo que se refiere a las fuentes que ha utilizado el medio para el acceso u origen de la información que conforman sus contenidos noticiosos, la siguiente tabla de resultados presenta de dónde provinieron principalmente las noticias de los medios de comunicación analizados.

De acuerdo a los datos obtenidos y como lo demuestra la tabla 4,13, *El Comercio* con 51,6%, utilizó principalmente las fuentes oficiales institucionales para informar sobre las manifestaciones sociales de octubre de 2019, mientras que Radio La Calle utilizó esta misma fuente en apenas un 8,6%. Porcentajes que marcan una clara y extensa diferencia, prácticamente una diferencia de 6 a 1, entre las fuentes que cada medio eligió o tomó para la publicación o difusión de sus contenidos noticiosos. Lo que implica además que para el medio tradicional su mayor fuente, confiable y oficial, constituyó la postura y voz del gobierno nacional y de la institucionalidad representada a través del sector productivo y empresarial.

Por su parte, Radio La Calle con 52,6% utilizó como mayor fuente de información sus propias coberturas informativas (mismo medio de comunicación que emite), mientras que *El Comercio* con 18,3% fue su propia fuente de información. Dato que puede disponer el tratamiento mediático-informativo y sobre todo la dinámica periodística de cada medio de comunicación, ya que mientras el medio tradicional acudió a la voz de una fuente externa, a una voz oficial institucional, el medio nativo digital se estableció como su propia y principal

fueron desde la cobertura en vivo de los acontecimientos de las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

En cuanto a los expertos económicos, *El Comercio* con apenas 1,1% los utilizó como fuentes de información, mientras que Radio La Calle no los utilizó como fuente de información. De igual manera sucedió con los expertos académicos a los que *El Comercio* con 2,2% y Radio La Calle con 0,2% los utilizó como fuentes de información.

Otro hallazgo significativo, respecto a los actores políticos de gobierno, *El Comercio* con 5,5% los utilizó como fuentes de información, mientras que Radio La Calle los utilizó apenas con 1,4%, marcando nuevamente una diferencia porcentual entre los medios y a quiénes acudieron para obtener las fuentes de información de su producción y contenidos noticiosos. Así, mientras el medio tradicional acudió a la postura oficial institucional y a los actores políticos de gobierno, el medio digital informó desde lo presenciado y transmitido durante las manifestaciones sociales y seguido, desde los propios testigos del lugar.

Precisamente y respecto a esta fuente, mientras *El Comercio* con menos del 10 por ciento, con 6,9% utilizó a los testigos del lugar o ciudadanía en redes como fuentes de información, Radio La Calle con el 24% los utilizó como segunda principal fuente de información de su cobertura y producción noticiosa.

Resultados que permiten comprender al medio tradicional como un actor mediático que no tomó en cuenta a una fuente vital como los testigos del lugar, acoplado en su rol y funcionalidad como un medio reproductor del discurso oficial y reductor de la esfera pública, y al medio nativo digital como un medio que además de relatar los hechos en vivo y en directo, brindó su plataforma mediática a la ciudadanía como una de sus fuentes primordiales de información, superando los límites de una esfera pública propuesta por los medios tradicionales y la institucionalidad.

Estos hallazgos evidencian cómo el medio nativo digital, logrando agrandar la esfera mediática de las manifestaciones de octubre de 2019, al contrario de un efecto de contracción dialógica (White 2003-2004) efectuado por parte del medio tradicional, amplió el espacio noticioso de las manifestaciones, sobre todo, desde la interacción inmediata con la audiencia como testigos y fuentes directas de los hechos. Este medio aclaró en cada una de sus coberturas que después de corroborada la información proporcionada por los testigos del lugar y desde las redes sociales, las comunicaba y difundía.

Otro dato de interés refiere a que los empresarios y comerciantes con un 3,3% fueron fuentes de información para *El Comercio*, mientras que Radio La Calle no los utilizó como fuente de información de sus contenidos noticiosos. Resultado que contribuye a sustentar la funcionalidad y propósito de la producción noticiosa del medio tradicional frente a las manifestaciones sociales.

Los periodistas o medios locales también fueron fuentes de información, pero en este caso, en sentido y porcentaje contrario al dato anteriormente expuesto, es que mientras Radio La Calle con 5,8% sí los utilizó como fuentes de información, *El Comercio* no los utilizó como fuentes de su información de las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

Este último dato evidencia cómo el medio nativo digital se apoyó en periodistas y medios digitales locales y nacionales, así como también compartió con su señal y cobertura a otros medios de comunicación digitales alternativos y comunitarios del país, formando una red de comunicación digital para informar de los acontecimientos de las manifestaciones sociales, ampliando así el alcance y espacio mediático-informativo.

Esta serie de hallazgos muestran cómo el medio tradicional eligió sus fuentes alrededor de las voces oficiales e institucionales de los actores políticos de gobierno, evidenciando un modelo de propaganda desde la dependencia de fuentes de información (Chomsky y Herman 1998) y cómo el medio nativo digital desde fuentes ciudadanas en redes, testigos del lugar, así como desde su propia cobertura logró ensanchar la esfera pública y el espacio discursivo de los públicos subordinados o contra públicos subalternos de la protesta social (Fraser 1997).

Tratamiento mediático desde el cual estos mismos públicos, incluso el mismo medio nativo digital, disputaron el discurso de la esfera mediática de las manifestaciones de octubre de 2019.

Tabla 4.13. Fuentes informativas del medio de comunicación

		Nombre del medio de comunicación			
		<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	Total	
¿Qué tipo de fuentes ha utilizado principalmente la noticia o la unidad de análisis?	Fuentes oficiales institucionales	Recuento	327	75	402
		%	51,6%	8,6%	26,7%
		Residuos corregidos	18,6	-18,6	
	Actores políticos de gobierno	Recuento	35	12	47
		%	5,5%	1,4%	3,1%
		Residuos corregidos	4,6	-4,6	

Expertos económicos	Recuento	7	0	7
	%	1,1%	0%	0,5%
	Residuos corregidos	3,1	-3,1	
	Residuos corregidos	-0,4	0,4	
Testigos del lugar o ciudadanía en redes	Recuento	44	209	253
	%	6,9%	24%	16,8%
	Residuos corregidos	-8,7	8,7	
Periodistas o medios locales	Recuento	0	51	51
	%	0%	5,8%	3,4%
	Residuos corregidos	-6,2	6,2	
Empresarios, comerciantes	Recuento	21	0	21
	%	3,3%	0%	1,4%
	Residuos corregidos	5,4	-5,4	
Expertos académicos	Recuento	14	2	16
	%	2,2%	0,2%	1,1%
	Residuos corregidos	3,7	-3,7	
Mismo medio de comunicación que emite	Recuento	116	459	575
	%	18,3%	52,6%	38,2%
	Residuos corregidos	13,5	-13,5	
Total	Recuento	634	872	1506
		100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000
Tabla completa en la sección anexos

4.8. Posicionamiento del medio de comunicación

La noticia o unidad de análisis del medio de comunicación que apoya o desfavorece a algún actor es otra nueva variable deliberante por su nivel de criticidad, posición-contraposición y porque responde a otra de las preguntas de la investigación.

Así, como lo demuestra la tabla 4.14, el 38% de las unidades analizadas de *El Comercio*, su porcentaje más alto, fue desfavorable a los actores y protagonistas de las manifestaciones sociales, frente al 4,5% de Radio La Calle desfavorable a estos mismos actores. En contraposición a este valor, mientras el medio tradicional se posicionó favorable a los actores y protagonistas de las manifestaciones con apenas el 1,7%, el medio nativo digital con el 13,1% se posicionó favorablemente a estos actores sociales. Datos que reflejan una marcada y extensa diferencia en el posicionamiento de cada medio frente a estos actores y protagonistas, pero sobre todo y como se propuso teóricamente, demuestran que el medio tradicional desplegó su carga ideológica a gran escala, efectivizando su injerencia y construcción mediática en la esfera pública (Oxhorn 2003), posicionándose en contra de los actores sociales y cómo por su parte, el medio nativo digital efectiviza una connotada adherencia

ideológica, desde su diferente y contrapuesta manera de imaginar la sociabilidad (Warner 2012) hacia estos actores sociales de las manifestaciones.

Otro dato de interés, segundo en mayor porcentaje del medio tradicional, es que las noticias o unidades analizadas de *El Comercio* con 25,9% fueron favorables a Moreno mientras que los contenidos noticiosos de Radio La Calle con apenas el 1,8% favorecieron al presidente del gobierno nacional.

Estos primeros e importantes hallazgos, de amplia diferencia, empiezan a delinear la inclinación de los medios de comunicación hacia los actores políticos, institucionales y sociales de las manifestaciones de 2019. Así, el medio tradicional privado obedeciendo a su política, intereses y línea mediática presentó favoritismo ante Moreno y por ende ante el gobierno nacional, desaprobando a los manifestantes y actores sociales. Comportamiento similar, pero a la inversa demostró el medio nativo que se inclinó por los actores sociales y protagonistas de las manifestaciones y desaprobó frontalmente a Moreno.

Prueba de estos resultados es que Radio La Calle con el 47%, el porcentaje más alto de sus estadísticas y de toda la tabla de resultados, se posicionó desfavorablemente a Moreno, mientras que *El Comercio* apenas con el 4,4% se posicionó desfavorablemente a Moreno.

De esta manera se evidencia cómo el medio tradicional y el medio nativo digital, a más de informar y comunicar, también construyeron su producción noticiosa y moldearon la esfera y la opinión pública (González Pasos 2019) desde su posicionamiento, al resaltar las acciones y decisiones de los actores y protagonistas de las manifestaciones de 2019. Así, *El Comercio* exponiendo una adherencia a la élite política del país y Radio La Calle reflejando un apego a los actores sociales y a la ciudadanía.

Así mismo, Radio La Calle con 12% se posicionó desfavorablemente frente a María Paula Romo, ex ministra de Gobierno y *El Comercio* con apenas 0,5% se posicionó desfavorablemente ante Romo. Esto implica que el medio nativo digital, tal como se expuso en la tabla 4.4, a tiempo de resaltar la represión de las fuerzas del orden y de la policía nacional, también se posicionó desfavorablemente ante su máxima representante, María Paula Romo. Otra lectura que permite identificar las adherencias ideológicas (van Dijk 2003-2009) mediáticas y periodísticas de estos medios, el tradicional junto a un público fuerte y dominante y el medio nativo digital junto a los contra públicos contestatarios.

El Comercio con 2,1% se posicionó desfavorablemente ante Jaime Vargas, presidente de la CONAIE, que junto a otros dirigentes como Leónidas Iza, lideraron la protesta y movilización

indígena de octubre de 2019. Cabe señalar que el medio tradicional a través de sus editoriales además relacionaba las jornadas violentas fruto de la movilización indígena con la desestabilización institucional y democrática que, según su relato adjetivado y subjetivo, provenían de los coidearios del correísmo. Ejemplo de esta postura se referencia a continuación:

Es poderosamente curiosa, por no decir extraña, la convergencia de grupos perseguidos por el anterior Gobierno, con las consignas de los partidarios de la Revolución Ciudadana que rayan en desestabilización (Extracto del editorial de *El Comercio* titulado: “Ecuador en tensión por marcha indígena”, publicado el 8 de octubre de 2019).

Radio La Calle con un casi inexistente 0,2% se posicionó desfavorablemente ante este protagonista de las manifestaciones sociales. Datos que pueden ser interpretados y comprendidos también desde la tabla 4.7 que expuso que ninguno de los medios de comunicación le otorgaron protagonismo, razón por la que tampoco establecieron un significativo posicionamiento ante este actor.

En lo que respecta al posicionamiento que los medios le otorgaron al ex presidente Rafael Correa o al correísmo, como actores que estuvieron o no presentes en sus relatos y producción noticiosa, mientras *El Comercio* con 7,6% se posicionó desfavorablemente ante este actor, Radio La Calle con apenas el 0,5% se posicionó desfavorablemente ante este mismo actor.

Este hallazgo genera particular interés, puesto que el correísmo y su líder, como se expuso en la tabla 4.7 no se instauraron como protagonistas para el medio tradicional, pero sí se instauraron desde el discurso oficial del gobierno y la élite política y empresarial, como aquellos actores encargados de financiar las manifestaciones y aprovecharse de estas para desestabilizar, a través de la violencia y el caos, el orden democrático y la institucionalidad del país. Discurso gubernamental acusatorio que tuvo acogida y réplica en las noticias y sobre todo en los editoriales del medio tradicional, como género periodístico que expresa libre y frontalmente la postura del medio. Discurso oficial que, en el medio nativo digital, como lo demuestra el dato, no tuvo acogida ni amplificación mediática. Ejemplo de este posicionamiento desfavorable por parte del medio tradicional ante este actor se refiere a continuación:

Moreno se refirió a Rafael Correa, Virgilio Hernández, Ricardo Patiño y Paola Pabón, integrantes de la denominada Revolución Ciudadana, y los señaló de presuntamente organizar actos violentos con individuos infiltrados. “Son ellos quienes están detrás de este intento de golpe de Estado, y están usando e instrumentalizando a algunos sectores indígenas,

aprovechando su movilización para saquear y destruir” (Extracto de la noticia de *El Comercio* titulada: “Moreno denuncia intento de golpe de Estado”, publicada el 8 de octubre de 2019 en la Sección Actualidad).

Un nuevo resultado muestra que mientras *El Comercio* con 0,6% se posicionó desfavorablemente a los medios de comunicación, Radio La Calle con 4,4% se posicionó desfavorablemente a estos actores mediáticos. Este dato genera interés para la investigación, ya que evidenció la interpelación que Radio La Calle, desde su cobertura y producción noticiosa, realizó a *El Comercio* y a los medios tradicionales por su inacción periodística y por invisibilizar la represión de las fuerzas del orden en contra de los manifestantes entre estos: mujeres, niños y adultos mayores.

Es así que en varias ocasiones, durante la cobertura en vivo, el medio nativo digital corroboró que mientras la Policía Nacional y las Fuerzas Armadas replegaban a los manifestantes y al movimiento indígena con tanquetas, gases lacrimógenos y disparos a quemarropa, en medio de enfrentamientos en las inmediaciones del parque El Arbolito, la Asamblea Nacional y el centro histórico, los medios tradicionales, la televisión nacional e incluso la televisión pública transmitían novelas, dibujos animados, Reality shows y programas de farándula.

Este conjunto de datos evidencian que *El Comercio* desde sus roles, funciones y posicionamiento ideológico como medio de comunicación con extensión, penetración, impacto e influencia (van Dijk 2009) se encargó de comunicar una opinión pública dominante (Lasswell 1985) claramente apegado a la postura del gobierno nacional y al pensamiento de los actores políticos gobernantes, posicionado o invisibilizando mediáticamente a los actores políticos y sociales de la acción colectiva de las manifestaciones de octubre de 2019, demostrando desde sus noticias, entrevistas, opiniones y, sobre todo, desde sus editoriales una clara orientación o afinidad política, efectivizando un paralelismo político (Hallin y Mancini 2007), desarrollando una función mediática como guardián y partidario (Mazzoleni y Schulz 1999) del orden político e institucional instaurado.

Los resultados evidencian también el posicionamiento de Radio La Calle a favor de los actores y protagonistas de las manifestaciones y, con el mayor porcentaje del total de los resultados, desfavorable a Moreno, indicando que desde sus coberturas y producción noticiosa, desde las opiniones, reacciones recogidas y desde sus editoriales incluso manifestó una posición ideológica más fuerte que el medio tradicional, pero manifestando expresamente su interés en visibilizar lo no comunicado por los medios tradicionales del país, más allá de

posturas políticas y pautas publicitarias. Ejemplo de este posicionamiento es el referido a continuación:

Frente a su decisión de apoyar y preferir al FMI antes que a su gente el pueblo se levanta, lucha y solidariza (...) Es responsabilidad de este gobierno el hambre, el desabastecimiento y la carestía de la vida, no me cabe en la cabeza como el gobierno puede rebajar el sueldo de sus trabajadores y preferir a un grupo de banqueros que manejan el mundo, frente al bienestar de su pueblo. Los siento no podemos ser imparciales, libres e independientes como cierta prensa dice ser. Radio La Calle y Santiago Aguilar no somos libres e independientes, dependemos de ustedes, del pueblo y nuestras ataduras están con el pueblo y compartimos sus necesidades y su hambre, la misma sensación y dolor. No podemos ser imparciales, por lo tanto, nosotros también hacemos nuestra lucha y batalla comunicacional, la gente que está afuera, sabe que cuentan con nosotros (Extracto del editorial de Radio La Calle, transmitido el 11 de octubre de 2019, tomado de la unidad de análisis 1 285, entre los tiempos: 4:17.47 y 4:19.45)⁴².

Posicionamiento y rol del medio nativo digital que, a partir de la interactividad, hipermedialidad y la multimedialidad lograron una expansión dialógica (White 2004) que amplificó voces y relatos noticiosos desde una diversidad de temas y posturas, logrando entre sus audiencias la oportunidad de un empoderamiento de actitud e identidad (Rodríguez 2009), durante la coyuntura política y social de las manifestaciones de octubre de 2019.

Tabla 4.14. Posicionamiento del medio de comunicación

		Nombre del Medio de Comunicación			
		<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	Total	
¿La noticia o unidad de análisis apoya o desfavorece a algún actor?	Favorable a Moreno	Recuento	164	16	180
		%	25,9%	1,8%	12%
		Residuos corregidos	14,2	-14,2	
	Desfavorable a Moreno	Recuento	28	410	438
		%	4,4%	47,0%	29,1%
		Residuos corregidos	-18,0	18,0	
	Desfavorable a Correa-Correísmo	Recuento	48	4	52
		%	7,6%	0,5%	3,5%
		Residuos corregidos	7,5	-7,5	
	Desfavorable a Vargas	Recuento	13	2	15
		%	2,1%	0,2%	1%
		Residuos corregidos	3,5	-3,5	

⁴² <https://business.facebook.com/radiolacalle/videos/393832291560508/>

Desfavorable a Romo	Recuento	3	105	108
	%	0,5%	12%	7,2%
	Residuos corregidos	-8,6	8,6	
Favorable actores y protagonistas de las manifestaciones	Recuento	11	114	125
	%	1,7%	13,1%	8,3%
	Residuos corregidos	-7,9	7,9	
Desfavorable actores y protagonistas de las manifestaciones	Recuento	241	39	280
	%	38%	4,5%	18,6%
	Residuos corregidos	16,5	-16,5	
Desfavorable a medios de comunicación	Recuento	4	38	42
	%	0,6%	4,4%	2,8%
	Residuos corregidos	-4,3	4,3	
Total	Recuento	634	872	1506
	%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000.

Tabla completa en la sección anexos

4.9. Tonalidad y posicionamiento de los medios de comunicación

Una vez expuesto el posicionamiento de los medios con respecto a los actores-protagonistas de las manifestaciones de 2019, se plantea el primer enfrentamiento entre las variables: Tonalidad y posicionamiento. Así, como se evidencia en la tabla 4.15, el 35,9% de las unidades de análisis de tonalidad positiva fueron favorables a Moreno y el 4,4% con tonalidad negativa también fueron favorables a este actor político. En contraposición a estos valores, el 4,9% de las unidades de análisis con tonalidad positiva fueron desfavorables a Moreno, mientras que el 39,4%, el mayor porcentaje de la tabla de resultados, de tonalidad negativa también fueron desfavorables a Moreno.

Estos resultados evidencian que los mayores porcentajes de tonalidad y posicionamiento de las unidades de análisis fueron negativos y desfavorables a Moreno, pero al ser correlacionados e interpretados con la tabla 4.1 de esta exposición, siendo Radio La Calle con el 57,9% el medio que contó con el mayor porcentaje de las unidades analizadas, fue el que mayor porcentaje de negatividad aportó a estas variables de análisis, manifestando al mismo tiempo su posicionamiento y tonalidad contraria a este actor político, auto posicionándose como un contra público de la esfera mediática y digital del gobierno nacional y Moreno.

Desde esta misma correlación de tablas (4.1 y 4.15), pero desde el posicionamiento mediático ante los actores y protagonistas de las manifestaciones, el 26,2% de las unidades de análisis de tonalidad positiva fueron favorables a estos actores y apenas el 1,7% de tonalidad negativa también fueron favorables a estos actores sociales. En contraposición a estos valores, el

25,8% de las unidades de análisis con tonalidad negativa fueron desfavorables a los actores y protagonistas de las manifestaciones, mientras el 8,7% de tonalidad positiva también fueron desfavorables a estos actores sociales. Esta correlación de datos expone que el mayor porcentaje de los resultados se posicionó desde una tonalidad positiva favorable a los actores y protagonistas de las manifestaciones sociales, recordando que el medio nativo digital contó con el mayor número de unidades analizadas. Sin embargo, el segundo mayor porcentaje se posicionó desde una tonalidad negativa desfavorablemente a estos mismos actores, porcentaje que, desde la correlación de datos propuesto, es resultado de la producción noticiosa del medio tradicional, lo que implica proponer a estos dos medios en una denotada contraposición.

Resultado de interés es que el 10,5% de las unidades analizadas de tonalidad negativa tuvieron un posicionamiento desfavorable a María Paula Romo y el 1,9% de tonalidad positiva también fueron desfavorables a Romo. Lo que implica comprender que el medio nativo digital al contar con mayor número de unidades de análisis, es quien imprime esta estadística y quien propuesto teóricamente como un contra público subalterno (Fraser 1997) desaprueba y se posiciona frontalmente desde el plano mediático contestatario contra el accionar de Romo y de la Policía Nacional ante la fuerte represión desplegada contra los manifestantes.

Nuevo porcentaje de interés es que el 4,6% de las unidades analizadas de tonalidad negativa se posicionaron desfavorablemente a Rafael Correa o el correísmo y el 1% de tonalidad positiva también fueron desfavorables a Correa. Dato que también puede ser interpretado y complementando desde la tabla 4.14, en referencia a este actor político, ya que el mayor porcentaje de las noticias o unidades analizadas desfavorables a Correa las expuso el medio tradicional. De igual manera, pero en contraposición como se expuso en referencia a María Paula Romo, constituye el hecho de que el mayor porcentaje de posicionamiento desfavorable fue atribuido por el medio nativo digital.

Un porcentaje que no solo representa una estadística de contexto, sino que aporta a responder a otra de las preguntas de la investigación, es que el 3,6% de las unidades analizadas de tonalidad negativa fueron desfavorables a los medios de comunicación, para efecto del análisis global, entendidos como los medios tradicionales, y el 1,3% de unidades con tonalidad positiva también les fueron desfavorables. Datos que demuestran que el mayor porcentaje de la tonalidad negativa en referencia a los medios de comunicación fue desfavorable y como se señaló, siendo Radio La Calle el medio con mayor porcentaje de las

unidades analizadas, se podría evidenciar una fuerte demanda del medio nativo digital hacia *El Comercio*. Lo que representa una clara interpelación del contra público subalterno mediático y de las voces que comunica ante los públicos dominantes de la esfera pública y mediática (Medeiros 2019).

Esta serie de resultados, hallazgos y lecturas evidencian que los medios desde su producción noticiosa y su carácter cargado de positividad o negatividad, acompañado además de una tendencia en favor o en contra de los públicos fuertes y dominantes o de los públicos débiles o subalternos (Fraser 1997) de la esfera pública dentro del campo mediático, representados en el contexto de las manifestaciones sociales de octubre de 2019 por el gobierno, grupos empresariales y ciudadanía en contra de las protestas ante el movimiento indígena, los frentes ciudadanos y los manifestantes, van acumulando también un capital simbólico (Bourdieu 1990) que los colocó en relaciones de disputa, tensión y enfrentamiento.

Situación que los motivó a promover interpelaciones desde la postura que comunican defienden o representan. En el caso particular de los actores mediáticos-medios tradicionales frente a los medios nativos digitales, sin generalizar a los diversos actores de estos grupos o sectores en particular de los contrapúblicos, pues a pesar de ser considerados como tal tampoco pueden ser encasillados desde la generalidad y precisamente octubre de 2019 también fue la posición contestaría de subgrupos de contrapúblicos (Medeiros 2019), de colectivos y movimientos sociales, el movimiento feminista, estudiantes, obreros y subgrupos socialmente invisibilizados desde lo local y regional.

Tabla 4.15. Tono y posicionamiento de los medios de comunicación

		¿Cuál es la tonalidad de la noticia o la unidad de análisis?				
			Positiva	Negativa	Neutra	Total
¿La noticia o unidad de análisis apoya o desfavorece a algún actor?	Favorable a Moreno	Recuento	111	39	30	180
		%	35,9%	4,4%	9,7%	12%
		Residuos corregidos	14,6	-10,8	-1,4	
	Desfavorable a Moreno	Recuento	15	350	73	438
		%	4,9%	39,4%	23,6%	29,1%
		Residuos corregidos	-10,5	10,6	-2,4	
	Desfavorable a Correa-correísmo	Recuento	3	41	8	52
		%	1%	4,6%	2,6%	3,5%

	Residuos corregidos	-2,7	3,0	-0,9	
Desfavorable a Romo	Recuento	6	93	9	108
	%	1,9%	10,5%	2,9%	7,2%
	Residuos corregidos	-4,0	6,0	-3,3	
Favorable actores y protagonistas de las manifestaciones	Recuento	81	15	29	125
	%	26,2%	1,7%	9,4%	8,3%
	Residuos corregidos	12,8	-11,1	0,8	
Desfavorable actores y protagonistas de las manifestaciones	Recuento	27	229	24	280
	%	8,7%	25,8%	7,8%	18,6%
	Residuos corregidos	-5,0	8,6	-5,5	
Desfavorable a medios de comunicación	Recuento	4	32	6	42
	%	1,3%	3,6%	1,9%	2,8%
	Residuos corregidos	-1,8	2,3	-1,0	
Total	Recuento	309	888	309	1506
	%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000
Tabla completa en la sección anexos

4.10. Posicionamiento de la unidad analizada

Como se puede observar en la tabla 4.16, el 27% de las portadas de *El Comercio*, se posicionaron de manera favorable y visual (Scolari 2008) a Moreno, mientras que tan solo el 2,9% le fueron desfavorables.

Estos primeros resultados destacan que el medio tradicional desde su portada fue favorable a este actor político, a Moreno, desde uno de los componentes más importantes de su estructura, el más relevante y sobresaliente por ser la primera página e imagen, cuya intención desde sus imágenes y textos es precisamente atraer la atención del lector, exponiendo al mismo tiempo su postura, tono y tratamiento mediático-informativo de la coyuntura política y social de octubre de 2019.

De igual manera, pero en sentido contrario, el 43,1% de portadas de *El Comercio*, el mayor porcentaje de la tabla de resultados, se posicionaron desfavorablemente ante los actores y protagonistas de las manifestaciones sociales, mientras que apenas el 2,2% fueron favorables a estos actores. Dato de interés para esta investigación, ya que una vez más desde el posicionamiento y tratamiento mediático-informativo del medio tradicional se ratificó su desfavorecimiento ante los actores y protagonistas de las manifestaciones sociales, además de

evidenciar la relación de disputa entre Moreno, las autoridades de gobierno y los actores y representantes de las manifestaciones y la acción colectiva de octubre de 2019.

Otros resultados de interés refieren a que el 40,3% de los editoriales y el 31,3% de las noticias fueron desfavorables a Moreno, recordando que Radio La Calle fue el medio que mayor porcentaje de editoriales difundió, dato expuesto en la tabla 4.2.

Este conjunto de hallazgos evidencia que al igual que el medio tradicional con su denotado posicionamiento, el medio nativo digital mantuvo gran parte de su línea editorial y producción noticiosa en contra de Moreno. Medio nativo que, como se refirió, estadísticamente y teóricamente, puede poseer una carga ideológica más acentuada incluso que el medio tradicional, pero con la diferencia en cómo la expresó y comunicó, manifestando claramente sus intereses ideológicos, políticos y periodísticos.

Tabla 4.16. Posicionamiento del medio de comunicación desde el tipo de unidad analizada

		Tipo de unidad analizada				Total
		Portada	Noticia/Cobertura	Editorial		
¿La noticia o unidad de análisis apoya o desfavorece a algún actor?	Favorable a Moreno	Recuento	37	135	8	180
		%	27%	10,4%	11,9%	12%
		Residuos corregidos	14,6	-10,8	-1,4	
	Desfavorable a Moreno	Recuento	4	407	27	438
		%	2,9%	31,3%	40,3%	29,1%
		Residuos corregidos	-10,5	10,6	-2,4	
	Favorable actores y protagonistas de las manifestaciones	Recuento	3	116	6	125
		%	2,2%	8,9%	9%	8,3%
		Residuos corregidos	12,8	-11,1	0,8	
	Desfavorable actores y protagonistas de las manifestaciones	Recuento	59	214	7	280
		%	43,1%	16,4%	10,4%	18,6%
		Residuos corregidos	-5,0	8,6	-5,5	
Total		Recuento	137	1302	67	1506
		%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi Cuadrado: ,000

Tabla completa en la sección anexos

4.11. Tendencia del medio de comunicación desde la adjetivación

Similar al posicionamiento, pero en cuanto al uso de adjetivos en la noticia o la unidad de análisis que pueden demostrar tendencia, es decir, la inclinación del medio frente a las manifestaciones sociales, al analizar la variable adjetivación, como se observa en la tabla 4.17, *El Comercio* con 4,4% utilizó adjetivos en su producción noticiosa para dar una imagen positiva al presidente o al gobierno. Un ejemplo de esta narrativa adjetivada y con clara tendencia es la referida a continuación:

Algo parecido sucede desde otras fuerzas que, ante una medida valiente del gobierno, miran a otro lado desentendiéndose del problema económico que es un gran problema nacional, que todos debemos resolver y que causa serios estragos sociales (Extracto del editorial de *El Comercio* titulado: “Ecuador en tensión por marcha indígena”, publicado el 8 de octubre de 2019).

Por su parte, Radio La Calle utilizó apenas el 0,8% de adjetivos, es decir ni el uno por ciento, en el propósito de dar una imagen positiva al presidente o al gobierno.

Primeros hallazgos que siguen evidenciando la clara inclinación o postura que cada medio, desde este recurso del relato periodístico, destinó hacia este actor político y al gobierno, durante las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

En contraposición a este primer valor, *El Comercio* con apenas 0,9%, utilizó en sus contenidos noticiosos adjetivos que fueron usados para dar una imagen negativa del presidente o del gobierno, mientras que Radio La Calle utilizó el 37,2% de adjetivación para darle una imagen negativa del presidente o del gobierno.

Marcada diferencia porcentual que, a más de evidenciar la tendencia de cada medio, exponen aspectos interesantes desde el comportamiento de Radio La Calle, primero: que utilizó calificativos y cualidades que determinaron, limitaron o engrandecieron a los protagonistas y actores de su relato periodístico y noticioso, y segundo: que con mayor carga ideológica que *El Comercio*, al contar con grandes espacios de cobertura y transmisión de las manifestaciones sociales, gracias al internet y la comunicación digital en línea e instantánea, configuró nuevas formas y mecanismos de comunicar y visibilizar la realidad de los hechos, desde variadas y creativas maneras de transmitir la información a sus diferentes públicos y seguidores; alcances que siendo características propias de su naturaleza, contribuyeron en el ensanchamiento la esfera pública, repercutiendo en la opinión pública, al comunicar y

visibilizar el espacio discursivo de los públicos subordinados o contra públicos (Fraser, 1997) de la manifestaciones de octubre de 2019.

En lo que refiere al medio tradicional, mientras *El Comercio* utilizó apenas el 0,8% de adjetivos para darle una imagen positiva a los manifestantes (pacíficos y organizados en relación a los manifestantes indígenas), Radio La Calle utilizó el 10,9% para darles una imagen positiva (valientes, decididos, organizados y solidarios).

En sentido opuesto a este valor, *El Comercio* con 38% utilizó adjetivos para dar una imagen negativa de los manifestantes (vándalos, saqueadores, golpistas), mientras que Radio La Calle utilizó el 2,6% en esta misma dinámica noticiosa, expositora de tendencia y relato periodístico. De estos datos, resalta el del medio tradicional que evidencia una acentuada tendencia negativa a los manifestantes, logrando moldear la opinión pública devenida del temor (Oxhorn 2003) y al ser un medio tradicional de referencia en el país, un impacto mediático negativo, en cuanto al despliegue de la información que publicó y difundió (van Dijk 2009).

Un ejemplo de los pocos adjetivos que el medio tradicional privado utilizó para darle una imagen positiva e incluso no directamente a los manifestantes sino al movimiento indígena fue la portada del jueves 10 de octubre de 2019, que titulaba: “Marcha indígena pacífica y oferta agrícola del Gobierno”. Portada cargada de un doble mensaje: por un lado, presentarse como un medio que no solo publicaba portadas negativas, cargadas de espectacularidad y por otro, seguir adherido y favoreciendo a la gestión del gobierno nacional.

En lo que respecta al equilibrio, *El Comercio* utilizó 3,2% de adjetivos para ambas posturas, mientras que Radio La Calle utilizó adjetivos para ambas posturas en un 4,9%, superando en un 1,7% al porcentaje del medio tradicional, lo que evidenció que el medio nativo digital presentó mayor proporción en el uso de adjetivos para estos actores de las manifestaciones, resaltando su dinámica de ensanchamiento del relato noticioso. Sin embargo, desde el valor: No uso de adjetivos, el medio nativo digital con 32,8% evidenció su tendencia en mayor proporción en la utilización de adjetivos frente al medio tradicional que con 37,1% no utilizó adjetivos.

Estos hallazgos de la tendencia de cada medio concitan una interpretación más allá del propio dato, interpretación referida a que *El Comercio* a pesar de exponer una clara tendencia en favor de Moreno y en contra de los manifestantes, deseó mantener cierta rigurosidad en la estructuración de su relato noticioso, característica de los medios tradicionales, mientras que

el medio nativo digital, desde una clara tendencia informativa no solo adscrita sino incluso relatada y expresada mostró su respaldo a los manifestantes y al movimiento indígena.

Medio nativo digital que, como ya se propuesto, a tiempo de expandir la esfera mediática (White 2003-2004) con sus relatos y formas de comunicar los acontecimientos, acudieron a la calificación o determinación de los hechos de octubre de 2019 en mayor proporción que el medio tradicional, lo que no significa que no se rija bajo un código deontológico o los principios de la ética periodística, ya que fue el propio medio nativo digital quien transparentó frontalmente su tendencia y posicionamiento ante los actores y los eventos de las manifestaciones sociales, rompiendo una común dinámica de clientelismo y desarrollo de roles entre los medios y el poder político (Guerrero y Márquez 2014), autoproclamados en repetidas ocasiones como la voz del pueblo y de la calle.

Tabla 4.17. Adjetivación de la producción noticiosa del medio de comunicación

		Nombre del medio de comunicación			
			<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	Total
El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis que pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	Son usados para dar una imagen positiva al presidente o al gobierno	Recuento	28	7	35
		%	4,4%	0,8%	2,3%
		Residuos corregidos	4,6	-4,6	
	Son usados para darle una imagen negativa al presidente o al gobierno	Recuento	6	324	330
		%	0,9%	37,2%	21,9%
		Residuos corregidos	-16,8	16,8	
	Son usados para dar una imagen positiva a los manifestantes	Recuento	5	95	100
		%	0,8%	10,9%	6,6%
		Residuos corregidos	-7,8	7,8	
	Son usados para dar una imagen negativa a los manifestantes	Recuento	241	23	264
		%	38%	2,6%	17,5%
		Residuos corregidos	17,8	-17,8	
Total		Recuento	634	872	1506
		%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000
Tabla completa en la sección anexos

4.12. Tendencia de las unidades analizadas desde las fuentes

Al enfrentar las variables adjetivación con fuentes, como lo demuestra la tabla 4.18, el 40% de las noticias o unidades que utilizaron adjetivos para dar una imagen positiva del presidente

o al gobierno tomaron como fuentes informativas a los propios actores políticos de gobierno, mientras que apenas el 0,6% de las noticias o unidades que utilizaron adjetivos para dar una imagen negativa al presidente o al gobierno se originaron desde estos mismos actores políticos. Primeros resultados que evidencian una marcada dependencia entre estas variables (chi cuadrado: ,000), que, desde los porcentajes mayoritarios marcan una tendencia positiva al presidente y al gobierno, pero desde sus propias voces como fuentes informativas.

Conociendo previamente la distribución de unidades analizadas por cada medio, presentados en la tabla 4.1, estos resultados al ser interpretados junto a las tablas expuestas hasta este momento, demuestran y marcan el flujo de lectura de los datos desde el protagonismo, posicionamiento y tendencia que tanto *El Comercio* como Radio La Calle otorgaron a sus actores-protagonistas de las manifestaciones de octubre de 2019.

Otro dato de interés refiere a que el 48,5% de las unidades que utilizaron adjetivos para dar una imagen negativa a los manifestantes publicaron sus noticias desde las fuentes oficiales institucionales, porcentaje que en su mayor componente procedió de la producción noticiosa del medio tradicional, mientras que el medio nativo digital utilizó en un mínimo porcentaje estas fuentes, tal cual lo validan los datos expuestos en la tabla 4.13: Fuentes de información.

Por tanto, desde la lectura conjunta del enfrentamiento de estas variables y desde la correlación de tablas propuesta se evidencia la tendencia de cada medio también desde sus fuentes. Es decir, los medios señalaron claramente su inclinación desde su producción noticiosa hacia los actores políticos y sociales de las manifestaciones de octubre de 2019, siendo estos también sus principales fuentes informativas: así, los actores políticos para el medio tradicional y los actores sociales y ciudadanos para el medio nativo digital; lo que conlleva a entender que además los medios de comunicación se convirtieron también en portavoces mediáticos de sus propios protagonistas.

Otra importante lectura de este resultado, que de igual manera puede ser complementada en su interpretación desde la tabla 4.13, refiere a que el porcentaje de las unidades de análisis del medio tradicional que adjetivando sus contenidos noticiosos de manera negativa no utilizaron a los actores políticos de gobierno como fuente principal sino a las fuentes institucionales para de esa manera no personalizar en gran medida sus fuentes o en su efecto para no exponer de sobremanera una latente disputa y conflictividad entre los actores políticos y sociales de las manifestaciones desde sus contenidos noticiosos. Dinámica que indica que los públicos

dominantes o públicos fuertes no necesitan entrar en una connotada disputa frente a los públicos débiles o subalternos, pues conocen su ubicación en la esfera pública (Fraser 1997).

Así también, el 50,6% de las unidades que utilizaron adjetivos para dar una imagen negativa al presidente y al gobierno publicaron sus noticias siendo la fuente de información el mismo medio que emite, mientras que el 8,6% de las unidades que utilizaron adjetivos para dar una imagen positiva al presidente y al gobierno publicaron sus noticias siendo la fuente de información el mismo medio que emite. Estos hallazgos que, bajo la misma lógica de correlación de tablas y resultados propuesta, se podría afirmar los proporcionó Radio La Calle debido a su posición y tendencia ante el expresidente Moreno y el gobierno, siendo el mismo medio nativo digital su propia fuente de información.

Desde esta misma lectura e interpretación correlativa, el 50% de las unidades que utilizaron adjetivos para dar una imagen positiva a los manifestantes, siendo la fuente de información el mismo medio, la otorgó Radio La Calle.

Estos resultados de estimable interés para la investigación evidencian la acción directa de los medios de comunicación para configurarse como generadores de noticias, desde sus propias voces mediáticas. En el caso de *El Comercio* como portavoz y productor de discursos de la ideología de las élites (van Dijk 2009) y desde sus propios intereses políticos, económicos y empresariales siendo parte de un proceso de mediatización de la política (Mazzoleni y Schulz 1999) y ejerciendo un doble rol, pues al posicionar con una favorable tendencia la postura oficial institucional y la voz de los actores políticos de gobierno, también se convirtió en un actor político de las manifestaciones de octubre de 2019. Configuración que también se evidenció por parte de Radio La Calle en favor de los actores sociales de las manifestaciones.

Otros resultados que concitan interés por los actores que enfrentan se refieren a que el 27% de las unidades que utilizaron adjetivos para dar una tendencia de imagen positiva a los manifestantes utilizaron a los testigos de lugar o a la ciudadanía en redes como fuentes de información, mientras que apenas el 8,7% de las unidades que utilizaron adjetivos para dar una tendencia de imagen negativa a los manifestantes utilizaron a los testigos de lugar o a la ciudadanía en redes como fuentes de información.

Datos que pueden ser atribuidos al medio nativo digital, desde su rol y tratamiento mediático-informativo en defensa de estos actores sociales y de la relevancia que le otorgó las redes sociales y a la credibilidad corroborada que les entregó a los testigos del lugar y a la voz de ciudadanía.

Así mismo el 21,5% de las unidades que utilizaron adjetivos para dar una tendencia de imagen negativa al presidente o al gobierno utilizaron a los testigos de lugar o a la ciudadanía en redes como fuentes de información, mientras que apenas el 2,9% de las unidades que utilizaron adjetivos para dar una tendencia de imagen positiva al presidente o al gobierno utilizaron a los testigos de lugar o a la ciudadanía en redes como fuentes de información.

Este último conjunto de resultados evidencia que mientras *El Comercio* informó en mayor porcentaje desde la institucionalidad y las voces oficiales de los actores políticos de gobierno, entregándoles al mismo tiempo una tendencia de imagen positiva, Radio La Calle informó primordialmente desde su propia cobertura pero también y en significativo porcentaje desde los propios testigos y desde la ciudadanía en redes (característica propia de su naturaleza como medio nativo digital), a los cuales otorgó una imagen positiva; logrando, desde su rol y tratamiento mediático-informativo, expandir las diversas voces y fuentes de su producción noticiosa, así como la esfera mediática de las manifestaciones de octubre de 2019. Como ejemplos de estas tendencias de los medios desde sus fuentes, se presentan las siguientes referencias:

El plan era algo que se lo venía trabajando desde hace mucho tiempo, pero que ahora se lo realizará de forma más eficiente. Los puntos principales del plan son: riego, tierras, producción, educación, vialidad y desarrollo comunitario. Se lo trabajó entre seis carteras de Estado y atenderá, en primera instancia, al sector indígena y campesino (Extracto de la entrevista realizada por *El Comercio* al ex ministro de Agricultura, Xavier Lazo, publicada el 11 de octubre de 2019).

Muchas gracias a ustedes que hacen todo lo posible para poder estar informados con lo más cercano a la verdad que se pueda. Un abrazo solidario al pueblo indígena que están recibiendo los cadáveres de sus compañeros, resultado de la terrible represión del Estado ecuatoriano. La salida más oportuna es la constitucional, primero que se derogue el decreto y que inmediatamente se llamé a muerte cruzada para salir de manera democrática de este problema (Extracto de la entrevista de Radio La Calle realizada al señor Juan Gordón, el 10 de octubre de 2019, tomado de la unidad de análisis 1 215, entre los tiempos: 3:00.23 y 3:02.58)⁴³.

⁴³ <https://business.facebook.com/radiolacalle/videos/2171036159666856/>

Tabla 4.18. Adjetivación de los medios desde las fuentes

El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales							
			Son usados para dar una imagen positiva al presidente o gobierno	Son usados para dar una imagen negativa al presidente o al gobierno	Son usados para dar una imagen positiva a los manifestantes	Son usados para dar una imagen negativa a los manifestantes	Total
¿Qué tipo de fuentes ha utilizado principalmente la noticia o unidad de análisis?	Fuentes oficiales institucionales	Rcto	13	29	5	128	402
		%	37,1%	8,8%	5,0%	48,5%	26,7%
		Resid corre	1,4	-8,3	-5,1	8,8	
	Actores políticos gobierno	Rcto	14	2	0	8	47
		%	40%	0,6%	0%	3%	3,1%
		Resid corre	12,7	-3,1	-1,7	-0,1	
	Testigos del lugar o ciudadana en redes	Rcto	1	71	27	23	253
		%	2,9%	21,5%	27%	8,7%	16,8%
	Mismo medio de comunicación que emite	Rcto	3	167	50	49	575
		%	8,6%	50,6%	50%	18,6%	38,2%
		Resid corre	-3,6	5,3	2,5	-7,2	
	Total		Rcto	35	330	100	264
		%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla completa en la sección anexos

4.13. Tendencia de las unidades de análisis desde su tono

Al enfrentar las variables adjetivación con tono, como lo demuestra la tabla 4.19, el 65,7% de las unidades que utilizaron adjetivos para darle una imagen positiva al presidente o a gobierno durante las manifestaciones de octubre de 2019, fueron también de tonalidad positiva, mientras que el 20% fueron de tonalidad negativa.

Datos que demostraron que el mayor porcentaje de unidades con imagen positiva para el presidente o el gobierno también fueron de tono positivo, evidenciando una relación de dependencia entre estas dos variables y valores de análisis.

Otro dato, en contraposición a la imagen positiva de este actor político, refiere que el 84,8% de las unidades que utilizaron adjetivos para darle una imagen negativa al presidente o al gobierno fueron también de tonalidad negativa, mientras que apenas el 3,9% fueron de tonalidad positiva. Datos que también demostraron una dependencia entre estas variables y valores, pero sobre todo que evidenciaron desde el mayor porcentaje de resultados de la tabla, una vez más la tendencia y tonalidad negativa de las unidades analizadas hacia el presidente y al gobierno durante las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

En cuanto a la tendencia y tonalidad de las unidades analizadas frente a los manifestantes, el 61%, fueron de tonalidad positiva, mientras que el 14,8% fueron negativas, mientras el 77,7% de tendencia negativa también fueron de tonalidad negativa.

Con la clara lectura de dependencia expuesta (chi cuadrado: ,000), finalmente desde este enfrentamiento de variables y resultados se ratifica lo expuesto en la tabla 4.12 y 4.14, es decir, que la tonalidad negativa de las unidades analizadas fueron las de mayor porcentaje de preponderancia, conociendo de antemano a qué actores fueron favorables o desfavorables cada medio de comunicación. Ejemplos de esta imagen, tonalidad y posicionamiento negativo se exponen en las siguientes referencias:

Ante la confirmación del fallecimiento del muchacho que cayó del puente de San Roque, (Marco Oto) ¿cuántos muertos más hacen falta para que se pare de una vez más con esto. La disyuntiva es clara, o te escoges como gobernante por que el Ecuador o por el Fondo Monetario Internacional. Este gobierno ha decidido apegarse por los designios del FMI, y hay evidencias claras de los desastres que ha causado alrededor del mundo entero los designios fondo monetaristas (Extracto del editorial de Radio La Calle, transmitido el 10 de octubre de 2019, tomado de la unidad de análisis 1 259, entre los tiempos: 1:59.14 y 2:01.18)⁴⁴.

La mayoría quiere recuperar el tiempo perdido pero una minoría violenta paraliza no solo la producción sino los servicios básicos, a nombre del país. [...]En el ágora de la Casa de la Cultura un grupo de indígenas escuchaba arengas mientras se conoció de la retención de un grupo de policías y periodistas. Los discursos encendidos y la palabra dura fueron la tónica. [...] Los ecuatorianos agobiados por las pérdidas buscan recobrar la normalidad. Un periodista fue brutalmente agredido ayer. [...]La infiltración de agentes de violencia motivados por un titiritero perverso muestra que la teoría del golpe de Estado tiene asidero (Extractos del editorial de *El Comercio* titulado: “El país requiere de diálogo y mediación”, publicado el 11 de octubre de 2019).

⁴⁴ <https://business.facebook.com/radiolacalle/videos/427934474521>

Tabla 4.19. Adjetivación de las unidades de análisis desde su tonalidad

El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales							
			Son usados para dar una imagen positiva al presidente o gobierno	Son usados para dar una imagen negativa al presidente o al gobierno	Son usados para dar una imagen positiva a los manifestantes	Son usados para dar una imagen negativa a los manifestantes	Total
¿Cuál es la tonalidad de la noticia o unidad de análisis?	Positiva	Recuento	23	13	61	39	309
		%	65,7%	3,9%	61%	14,8%	20,5%
		Residuos corregidos	6,7	-8,4	10,4	-2,5	
	Negativa	Recuento	7	280	14	205	888
		%	20%	84,8%	14%	77,7%	59%
		Residuos corregidos	-4,7	10,8	-9,5	6,8	
Total		Recuento	35	330	100	264	1 506
		%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla completa en la sección anexos

4.14. Subjetividad de la producción noticiosa desde su tendencia

Al correlacionar las variables subjetividad con adjetivación, como se observa en la tabla 4.20, el 60% de las unidades que utilizaron adjetivos para dar una imagen positiva del presidente o del gobierno frente a datos relevantes y contrastados contaron con contenidos subjetivos, mientras que el 40% no contó con contenidos devenidos de juicios subjetivos frente a datos relevantes.

Estos resultados evidencian la existencia de un mayor porcentaje de tendencia en imagen positiva a Moreno, pero desde la subjetividad noticiosa, señalando que tal como lo expuso la tabla 4.14: Posicionamiento de los medios, *El Comercio* fue el medio que se posicionó de manera favorable a Moreno, construyendo una producción noticiosa como portavoces de discursos de la ideología de las élites (van Dijk 2009) y sus intereses políticos y económicos, desarrollando una función persuasiva en doble vía: como reproductores de posiciones y como actores políticos acumuladores de poder simbólico (Thompson 2007).

En lo que respecta a los manifestantes, el 60,6%, de las unidades que utilizaron adjetivos para darles una imagen negativa sí contaron con contenidos devenidos de juicios subjetivos frente a datos relevantes, mientras que el 39,4% no contó con contenidos devenidos de juicios subjetivos frente a datos relevantes.

Estadísticas que, de igual manera, demuestran un mayor porcentaje de tendencia en imagen negativa a los manifestantes, pero desde la subjetividad noticiosa, y señalando nuevamente que tal como lo expuso la tabla 4.14, *El Comercio* fue el medio que se posicionó en el mayor porcentaje de manera desfavorable ante estos actores sociales de las manifestaciones y la acción colectiva de octubre de 2019. Hallazgos que a partir de esta tendencia subjetiva favorable a los actores políticos de gobierno evidencian la manera en que el medio tradicional forma parte de la lógica mediática comercial y dominante caracterizada por la abundancia de contenidos subjetivos con material que pretende ser noticiable (Vallés 2010).

Tabla 4.20. Adjetivación de la producción noticiosa con niveles de subjetividad

El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales							
			Son usados para dar una imagen positiva al presidente o gobierno	Son usados para dar una imagen negativa al presidente o al gobierno	Son usados para dar una imagen positiva a los manifestantes	Son usados para dar una imagen negativa a los manifestantes	Total
¿La noticia o la unidad de análisis refiere o cuenta con contenidos devenidos de juicios subjetivos frente a datos relevantes y contrastados?	Si	Recuento	21	118	32	160	566
		%	60%	35,8%	32%	60,6%	37,6%
		Residuos corregidos	2,8	-0,8	-1,2	8,5	
	No	Recuento	14	212	68	104	940
		%	40%	64,2%	68%	39,4%	62,4%
		Residuos corregidos	-2,8	0,8	1,2	-8,5	
Total		Recuento	35	330	100	264	1506
		%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla completa en la sección anexos

4.15. Subjetividad de la producción noticiosa desde su tonalidad

En referencia a la exposición de los resultados que manifiestan la subjetividad mediática desde la tonalidad de las noticias o unidades de análisis, al enfrentar las variables subjetivación con tono, como lo demuestra la tabla 4.21, el 66,3% de las unidades de análisis que sí contaron con contenidos devenidos de juicios subjetivos fueron de tonalidad negativa, mientras que el 54,6% de las unidades de análisis que no contaron con contenidos devenidos de juicios subjetivos fueron también de tonalidad negativa.

Estos datos indican que el porcentaje de negatividad de las unidades de análisis fue predominante, datos que además evidencian otra de las características de la lógica mediática dominante (Vallés, 2010) a partir de la cual se configuraron tanto *El Comercio* y Radio La Calle, como se ha señalado, desde el posicionamiento y protagonismo que cada medio entregó a los actores de las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

Tabla 4.21. Subjetividad de la producción noticiosa desde su tonalidad

¿La noticia o la unidad de análisis refiere o cuenta con contenidos devenidos de juicios subjetivos frente a datos relevantes y contrastados?					
			Si	No	Total
¿Cuál es la tonalidad de la noticia o la unidad de análisis?	Positiva	Recuento	105	204	309
		%	18,6%	21,7%	20,5%
		Residuos corregidos	-1,5	1,5	
	Negativa	Recuento	375	513	888
		%	66,3%	54,6%	59%
		Residuos corregidos	4,5	-4,5	
	Neutro	Recuento	86	223	309
		%	15,2%	23,7%	20,5%
		Residuos corregidos	-4,0	4,0	
Total		Recuento	566	940	1 506
		%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

4.16. Atribución de responsabilidad señalada por el medio

La atribución o responsabilidad señalada por el medio de comunicación, en cuanto a quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales de octubre de 2019, también constituye una variable deliberante para la investigación porque desde la interpretación de las relaciones de conflictividad, disputa e interpelación de

los actores políticos, sociales y mediáticos se siguen configurando pertinentes respuestas a las preguntas de la investigación.

Como se observa en la tabla 4.22, apenas el 2,8% de las noticias o unidades de análisis de *El Comercio* responsabilizaron por las movilizaciones y las manifestaciones sociales al gobierno nacional, al presidente y a los ministros, mientras que el 47,4% de las noticias o unidades de análisis de Radio La Calle responsabilizaron por las movilizaciones y las manifestaciones sociales al gobierno nacional, al presidente y a los ministros.

Hallazgos de marcada diferencia porcentual que evidencian de inicio a quién responsabilizó tanto el medio tradicional como el nativo digital por las manifestaciones sociales, fortaleciendo la serie de lecturas e interpretaciones expuestas hasta este punto, y además acentuando de manera clara y directa el señalamiento de estos medios de comunicación hacia los actores políticos y sociales de las manifestaciones de octubre de 2019. Se recalca además que este valor de análisis incluyó a los ministros de gobierno.

Esta interpretación se evidencia en el 44,6% de las noticias o unidades de análisis de *El Comercio* que responsabilizaron por las movilizaciones y las manifestaciones sociales a los manifestantes, frentes y organizaciones sociales. Resultado que muestra la marcada atribución y señalamiento que el medio tradicional, en función de su rol, función y posicionamiento, realizó desde su producción noticiosa a estos actores sociales. Estadística que, tal como se propuso teóricamente, desde la lectura de Oxhorn (2003) sustenta que los medios masivos tradicionales desde una posición única y oficial permean la opinión pública y señala como responsables de hechos que generan temor a grupos marginados y minoritarios.

Por el contrario, desde un rol, función e inclinación expresada públicamente en favor de las manifestaciones y los actores sociales de las manifestaciones, con apenas el 4,9% de las noticias o unidades de análisis de Radio La Calle responsabilizaron por las movilizaciones y las manifestaciones a estos mismos actores sociales. Igualmente se señala que en este valor se integran dos nuevos actores a los manifestantes, los frentes y organizaciones sociales, actores que amplían el espacio de responsabilidad y conflictividad, desde donde tanto el medio tradicional como el nativo digital pudieron expandir su dictamen y señalamiento mediático.

Nuevo resultado de interés, representa el 11,8% de las noticias o unidades de análisis de *El Comercio* que responsabilizaron por las movilizaciones y las manifestaciones sociales al movimiento indígena, mientras que apenas el 4% de las noticias o unidades de análisis de Radio La Calle responsabilizaron por las movilizaciones y las manifestaciones a estos mismos

actores sociales. Hallazgo de interés para la investigación, pues al correlacionarlo con los resultados de la tabla 4.7: Actores protagonistas, se evidencia que mientras *El Comercio* prácticamente invisibilizó a los representantes del movimiento indígena y por tanto al propio movimiento como protagonistas, ahora y desde esta tabla de atribución en cambio les otorgó un considerable porcentaje, pero como responsables por las movilizaciones y manifestaciones sociales, demostrando una clara funcionalidad mediática-informativa e ideológica ante este actor social.

Datos que también concita interés es que el 9,6% de las noticias o unidades de análisis de *El Comercio* responsabilizaron por las movilizaciones y las manifestaciones sociales a Correa, el correísmo o a actores infiltrados, mientras que apenas el 0,8% de las noticias o unidades de análisis de Radio La Calle responsabilizaron por las movilizaciones y las manifestaciones a estos mismos actores. Resultados que, interpretados junto a los resultados de la tabla 4.13: Fuentes informativas, evidencian cómo el medio tradicional desde las voces a través de las cuales informó se constituyó como plataforma mediática del discurso oficial y gubernamental; que atribuía la responsabilidad de las movilizaciones al correísmo y a sus actores infiltrados, actores que, según el gobierno nacional y el propio medio, mantenían claras intenciones desestabilizadoras del orden democrático. Desde esta función el medio tradicional también desvirtuó el alcance y la legítima respuesta de los actores y protagonistas de las manifestaciones de octubre de 2019, sobre todo, de la acción colectiva reivindicadora del movimiento indígena.

Radio La Calle por su parte no responsabilizó a los manifestantes, frentes y organizaciones sociales como tampoco al movimiento indígena, pero a diferencia del medio tradicional, el medio nativo digital sí otorgó un protagonismo a los actores sociales en una evidente contraposición al discurso oficial y mediático dominante al cual, como también ya se señaló, lo cuestionó y hasta denunció desde el énfasis por la defensa de los derechos sociales y el derecho a la resistencia del movimiento indígena y los manifestantes, cuyo principal objetivo fue la derogación de Decreto 883.

Así, estos hallazgos revelan que *El Comercio* desde sus diferentes roles, posicionamientos e ideología, desde esa función clásica de la prensa como institución-empresa portadora de la opinión pública de las élites políticas (Habermas 1990), representando mediáticamente a los públicos fuertes (Fraser 1997) y desde una potencial doble función como actor mediático y político (Mazzoleni y Schulz 1999) se configuró al mismo tiempo como un actor mediático portavoz del gobierno y también como público defensor del orden institucional, que resaltó

la conflictividad, la violencia y el vandalismo de las manifestaciones provocados por los manifestantes y el movimiento indígena, a quienes atribuyó como responsables de las mismas, sin profundizar en las legítimas razones y motivos de su protesta y su presencia en la calle (Fillieule y Tartakowsky 2015).

Mientras que Radio La Calle, por su parte, desde sus funciones, tratamiento mediático informativo y posicionamiento siendo portavoz de los manifestantes y los públicos subordinados se configuró como un contra público o público subalterno (Fraser 1997) que desde su cobertura y producción de contenidos logró interpelar al gobierno nacional y a sus representantes, así como al medio tradicional y a sus pares, estableciendo una clara disputa no tanto por el espacio sino por el relato y el discurso periodístico de la realidad de los acontecimientos de octubre de 2019, comunicando e informando el mundo desde una incesante e interminable producción de la experiencia y relato noticioso (Bertocchi 2013).

Tabla 4.22. Atribución de responsabilidad otorgada por el medio de comunicación

		Nombre del medio de comunicación			
		<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	Total	
¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?	Gobierno nacional, presidente y ministros	Recuento	18	413	431
		%	2,8%	47,4%	28,6%
		Residuos corregidos	-18,9	18,9	
	Movimiento indígena	Recuento	75	35	110
		%	11,8%	4,0%	7,3%
		Residuos corregidos	5,7	-5,7	
	Manifestantes, frentes y organizaciones sociales	Recuento	283	43	326
		%	44,6%	4,9%	21,6%
		Residuos corregidos	18,5	-18,5	
	Correa-correísmo o actores infiltrados	Recuento	61	7	68
		%	9,6%	0,8%	4,5%
		Residuos corregidos	8,7	-8,7	
Total	Recuento	634	872	1506	
	%	100%	100%	100%	

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000
Tabla completa en la sección anexos

4.17. Tonalidad de la atribución de las unidades de análisis

Expuestos los resultados sobre a quién responsabilizaron los medios de comunicación por las movilizaciones y manifestaciones sociales, en este punto se expone la atribución, pero desde la tonalidad que presentaron las unidades analizadas. De esta manera, se correlaciona y enfrentan las variables atribución con tonalidad, recordando nuevamente que el mayor porcentaje de unidades de análisis las proporciona el medio nativo digital.

De esta manera, como se observa en la tabla 4.23, apenas el 5,8% de las unidades analizadas que responsabilizaron por las movilizaciones y las manifestaciones sociales al gobierno, al presidente y ministros, fueron de tonalidad positiva, mientras que el 80,5% por ciento fueron de tonalidad negativa. Lo que conlleva a comprender en primer lugar que fue el medio nativo digital quien otorgó este significativo porcentaje de responsabilidad y tonalidad negativa hacia estos actores políticos, para a continuación profundizar en el enfoque de la producción noticiosa de este medio de comunicación. Es decir, todo lo negativo de las manifestaciones, tales como: la represión desmedida de las fuerzas del orden, la violación de derechos humanos, la falta de un liderazgo político y económico que provocaron el rechazo y el reclamo de los manifestantes y el movimiento indígena en las calles fue responsabilidad exclusiva del gobierno nacional y sus autoridades.

De igual manera, pero en sentido contrario a lo anteriormente interpretado se expone desde las unidades analizadas que responsabilizaron por las movilizaciones y las manifestaciones sociales con el 50,9% al movimiento indígena y con el 66,0% a los manifestantes, frentes y organizaciones sociales, unidades de tonalidad negativa.

Sentido contrario porque estos porcentajes, desde el comportamiento de los medios ya en este punto claramente identificado, fueron otorgados por el medio tradicional, lo que de igual manera conlleva a entender que para este actor mediático lo negativo constituyó el vandalismo, la violencia, la amenaza a la paz ciudadana, la agresión a los bienes públicos y privados y al orden democrático cuyos responsables desde su atribución noticiosa fueron los manifestantes y el movimiento indígena.

Nuevo hallazgo que sigue concitando interés es que el mayor porcentaje de esta correlación de responsabilidad y tonalidad negativa lo obtuvo Correa, el correísmo y los actores infiltrados, con el 79,4% a quienes el gobierno nacional y Moreno los acusó de golpistas, conspiradores y desestabilizadores del régimen y orden democrático, discurso que fue

amplificado desde el posicionamiento editorial y la producción noticiosa del medio tradicional en favor del relato oficial del gobierno.

Estos hallazgos evidencian, en particular, el señalamiento junto a la negatividad y la valoración que efectivizó el medio tradicional desde un lógica mediática y comercial que actúa sobre la esfera pública, mediática y política democrática deliberativa (Vallés 2010), así como la construcción de los actores-protagonistas de estas esferas desde el posicionamiento y comportamiento del medio de comunicación, pero desde su rol como actor político, conformando un proceso de mediatización de la política (Mazzoleni y Schulz 1999).

Tabla 4.23. Tono de las unidades de análisis desde su atribución de responsabilidad

¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?							
			Gobierno nacional, presidente y ministros	Movimiento indígena	Manifestantes, frentes y organizaciones sociales	Correa correísmo o actores infiltrados	Total
¿Cuál es la tonalidad de la noticia o unidad de análisis?	Positiva	Recuento	25	29	71	9	309
		%	5,8%	26,4%	21,8%	13,2%	20,5%
		Residuos corregidos	-9,0	1,6	0,6	-1,5	
	Negativa	Recuento	347	56	215	54	887
		%	80,5%	50,9%	66%	79,4%	58,9%
		Residuos corregidos	10,8	-1,8	2,9	3,5	
Total		Recuento	431	110	326	68	1506
		%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla completa en la sección anexos

4.18. Atribución de responsabilidad desde el uso de adjetivos

Como se expone en la tabla 4.24, desde los datos de mayor interés para la investigación, pues presentan el comportamiento y, desde este acápite en particular, la conflictividad expresada por los medios desde la atribución de responsabilidad, el 61,8% de las unidades que responsabilizaron a Correa, el correísmo y los actores infiltrados por las movilizaciones y las manifestaciones también utilizaron adjetivos que otorgaron una imagen negativa a los manifestantes.

Lo que implica, desde los propios hallazgos y con el previo conocimiento de a qué actores políticos y sociales cada medio de comunicación responsabilizó por las manifestaciones,

comprender el nivel de disputa e interpelación que el medio tradicional planteó al correísmo, así como la correlación y nivel de responsabilidad y negatividad que estableció entre el correísmo, los actores infiltrados y los manifestantes frente a las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

Otro resultado interesante porque en esta ocasión señala a Moreno, refiere a que el 53,6% de las unidades que responsabilizaron al gobierno, el presidente y ministros por las movilizaciones y las manifestaciones sociales utilizaron adjetivos que otorgaron una imagen negativa del presidente o al gobierno.

Datos que, bajo la misma dinámica de interpretación planteada, evidencian una nueva relación de dependencia responsabilidad-tendencia, pero esta vez propuesta desde el medio nativo digital. Es decir, el señalamiento, acompañado con una clara calificación en sentido de rechazo y protesta que realizó Radio La Calle a Moreno y al gobierno nacional por generar las manifestaciones y, sobre todo, por la falta de un liderazgo político para saberlas afrontar. Ejemplo de esta atribución de responsabilidad al gobierno desde la adjetivación utilizada por el medio nativo digital es el siguiente:

El gobierno no da respuestas concretas y no da certezas a la gente, no entrega respuestas viables, y es el responsable del descontento popular. Es algo increíble, la torpeza y la incertidumbre reinan. Gobiernan para las empresas, los bancos y para el FMI. Es un gobierno de improvisación. (Extracto de la transmisión del 10 de octubre de 2019, tomado de la unidad de análisis 1 207, entre los tiempos: 1:50.05 y 1:55.59).⁴⁵

Un nuevo porcentaje que refiere a los actores sociales, indica que el 50,6% de las unidades que responsabilizaron a los manifestantes, frentes y organizaciones sociales por las movilizaciones y manifestaciones sociales, de igual manera, utilizaron adjetivos para dar una imagen negativa a los manifestantes. Porcentaje atribuido por el medio tradicional y que evidencian otra nueva correlación en sentido de responsabilizar a los actores sociales de las manifestaciones, en esta ocasión desde la adjetivación que se encargó de construir una imagen negativa a los actores sociales de las manifestaciones.

Similar hecho sucede a partir del 38,2% de las unidades que responsabilizaron al movimiento indígena por las movilizaciones y manifestaciones que utilizaron adjetivos para dar una imagen negativa a los manifestantes.

⁴⁵ <https://business.facebook.com/radiolacalle/videos/2171036159666856/>

Esta serie de resultados que, como se ha señalado, ha establecido una clara relación de dependencia (chi:,000) entre las variables y valores expuestos, y los actores de las manifestaciones sociales de octubre, evidencian que mientras el medio tradicional desde su atribución de responsabilidad e imagen negativa hacia los manifestantes posicionó el relato unificador del gobierno acerca de unas medidas económicas necesarias, el medio nativo digital desde su interpelación noticiosa e informativa al mismo medio tradicional, al gobierno y sus actores, se constituyó como un contra público mediático que refutó el discurso oficial que pretendía imponer un “falso nosotros” a los públicos subordinados (Fraser 1997, 115), evidenciando relaciones de conflictividad y disputa entre los participantes del discurso y los diferentes grupos sociales, sean estos dominantes o dominados (van Dijk 2009).

Tabla 4.24. Atribución de responsabilidad de los medios desde el uso de adjetivos

¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?							
			Gobierno nacional, presidente y ministros	Movimiento indígena	Manifestantes, frentes y organizaciones sociales	Correa correísmo o actores infiltrados	Total
El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis que pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones	Son usados para dar una imagen negativa al presidente o al gobierno	Recuento	231	8	10	2	329
		%	53,6%	7,3%	3,1%	2,9%	21,8%
		Residuos corregidos	18,9	-3,8	-9,3	-3,9	
	Son usados para dar una imagen negativa a los manifestantes	Recuento	3	42	165	42	264
		%	0,7%	38,2%	50,6%	61,8%	17,5%
		Residuos corregidos	-10,9	5,9	17,7	9,8	
Total		Recuento	431	110	326	68	1506
		%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla completa en la sección anexos

4.19. Apelación de la producción noticiosa de los medios

La apelación, es decir, si la noticia o la unidad de análisis apela (en el sentido cuestionamiento) o hace referencia (en el sentido relato) a los actores de las manifestaciones sociales, constituye una variable relevante para la investigación porque a partir de su análisis e interpretación se siguen configurando respuestas a las preguntas de la investigación, con base a las relaciones de conflictividad y disputa que proponen los actores mediáticos entre sí y entre los actores políticos y sociales de las manifestaciones de octubre de 2019.

De esta manera, como se muestra en la tabla 4.25, apenas el 3,3% de las unidades de análisis de *El Comercio* apelaron a los actores políticos de gobierno, mientras que el 26% de las unidades de Radio La Calle, un significativo porcentaje sí apelaron a estos mismos actores, constituyéndose, desde el planteamiento de Pietro (2006) contra públicos mediáticos provocaron esferas comunicacionales conformados por heterogéneas y diversas posturas de los contrapúblicos contestatarios que desde el espacio público materializaron la protesta y la lucha social de las manifestaciones de octubre de 2019.

Estos primeros resultados demuestran que el medio tradicional en función y adherido al discurso gubernamental y obedeciendo a su lógica de público dominante como medio privado no cuestionó a estos actores, convirtiéndose en un actor mediático en defensa de la institucionalidad e incluso de las medidas económicas, evidenciando también posibles relaciones de un paralelismo político que plantea la complicidad entre las clases mediáticas y las políticas (Guerrero y Márquez 2014).

Por su parte el medio nativo digital sí apeló en sentido de cuestionamiento a los actores políticos del gobierno, defendiendo el legítimo derecho a la resistencia y a la protesta por parte de los manifestantes y los actores sociales, actuando según lo planteado teóricamente como un contra público mediático.

En una dinámica similar de posicionamiento y atribución por parte de los medios, el 18% de las unidades de análisis de *El Comercio* apelaron a los actores políticos de las manifestaciones y apenas el 4,7% de las unidades de Radio La Calle apelaron a estos mismos actores. Esto conlleva a entender que en este porcentaje y grupo de actores políticos cuestionados por el medio tradicional se encuentra el correísmo y sus allegados, varios de ellos autoridades locales y nacionales como la prefecta de Pichincha, Paola Pabón y el asambleísta de Loja, Yofre Poma junto a otros coidearios correístas a los que el medio tradicional cuestionó desde sus noticias y editoriales. Por el contrario, el medio nativo digital no los apeló, pues no fue su

objetivo cuestionar y menos aún adherirse al discurso oficial incriminatorio hacia estos actores, sino más bien cuestionar la improvisación y falta de liderazgo del gobierno nacional y de sus autoridades, a quienes sí dirigió su mayor porcentaje de apelación.

Otro resultado de la tabla 4.25 señala que el 49,4% de las unidades de análisis de *El Comercio* apelaron a los actores sociales de las manifestaciones, mientras que el 33,7% de Radio La Calle referenciaron a estos mismos actores, pero como protagonistas de las manifestaciones y como se ha señalado anteriormente, a partir de su legítimo derecho a la protesta y a la resistencia, desde la acción colectiva estratégica que genera procesos de movilización (Tilly 1978), procesos que fueron el eje de las manifestaciones de octubre, escenario físico y simbólico de la tensión y disputa entre los públicos subalternos y débiles frente a los públicos fuertes o dominantes (Fraser 1997).

Nuevo resultado que genera interés, expone que *El Comercio* no apeló ni hizo referencia desde ninguna de sus noticias o unidades de análisis a las fuerzas del orden, mientras que Radio La Calle con el 10,6% sí lo realizó. Este importante hallazgo para la investigación evidencia que el medio nativo digital sí apeló y además visibilizó la acción represora de las fuerzas del orden hacia los manifestantes, el movimiento indígena y la ciudadanía, mientras que el medio tradicional no cuestionó ni publicó el accionar de las fuerzas del orden, situación que fue interpelada y denunciada públicamente en repetidas ocasiones por parte del medio nativo digital, que incluso realizó repetidos monitoreos en vivo de la programación y contenidos de los medios tradicionales, corroborando y señalando la inacción de estos ante los acontecimientos de las manifestaciones, en particular de extralimitada represión de las fuerzas del orden.

Es así que, las portadas y las imágenes del medio tradicional no comunicaron este nivel de represión institucional, pero sí publicaron desde sus titulares el vandalismo, el caos y la violencia que generaban las manifestaciones sociales, así como la radicalización de los manifestantes y el movimiento indígena, evidenciando el ocultamiento o marginación de procesos o actuaciones profundas (Vallés 2010).

Como ejemplos de las portadas y noticias desde donde el medio tradicional apela y enfatiza en la radicalización, vandalismo y violencia de los manifestantes y el movimiento indígena, se refieren las siguientes imágenes:

Figura 4.6. Portadas y noticias de *El Comercio* que enfatizan la violencia



Fuente: *El Comercio*, 8-10-2019



Fuente: *El Comercio*, 9-10-2019.

Otro resultado relevante de la tabla 4.25 refiere a que apenas con el 0,6%, *El Comercio* apeló o hizo referencia a los actores mediáticos de las manifestaciones, mientras que Radio La Calle con 10,1% sí apeló a estos actores mediáticos, sobre todo, a los medios tradicionales.

Este resultado permite entender que *El Comercio* comprendido en lógica y parte de los públicos mediáticos fuertes no tienen necesidad de referenciar o de apelar relevantemente a otro medio, menos aun cuando no constituye su par, pues conoce de su posición dominante en la esfera pública y mediática.

De igual manera, el resultado facilita comprender a Radio La Calle, en lógica de público débil y contestatario como un medio nativo digital que sí cuestionó a los grandes medios tradicionales privados del país, por su inacción. Medio nativo digital que además y a partir de su cobertura periodística, desde su simple y creativo relato noticioso respondió a las demandas de su audiencia (Salaviera; Martínez Costa 2021) en informar lo que acontecía en las calles del país durante las manifestaciones, gracias a las redes colaborativas (Shappiro 2012) que formó con otros medios digitales y la interacción informativa con la propia ciudadanía, los hechos que también y según su audiencia los medios tradicionales no transmitían.

Tabla 4.25. Apelación de los medios de comunicación

		Nombre del medio de comunicación			
		<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	Total	
La noticia o la unidad de análisis apela (cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	Apela a los actores políticos del gobierno	Recuento	21	227	248
		%	3,3%	26%	16,5%
		Residuos corregidos	-11,7	11,7	
	Apela a los actores políticos de las manifestaciones	Recuento	114	41	155
		%	18%	4,7%	10,3%
		Residuos corregidos	8,4	-8,4	
	Apela a los actores sociales de las manifestaciones	Recuento	313	294	607
		%	49,4%	33,7%	40,3%
		Residuos corregidos	6,1	-6,1	
	Apela a los actores mediáticos de las manifestaciones	Recuento	4	88	92
		%	0,6%	10,1%	6,1%
		Residuos corregidos	-7,6	7,6	
	Varias de las anteriores	Recuento	14	40	54
		%	2,2%	4,6%	3,6%
		Residuos corregidos	-2,5	2,5	
	Fuerzas del orden	Recuento	0	92	92
		%	0%	10,6%	6,1%
		Residuos corregidos	-8,4	8,4	
No aplica	Recuento	168	77	245	
	%	26,5%	8,8%	16,3%	
	Residuos corregidos	9,2	-9,2		
Otros	Recuento	0	13	13	
	%	0%	1,5%	0,9%	
	Residuos corregidos	-3,1	3,1		
Total	Recuento	634	872	1506	
	%	100%	100%	100%	

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

4.20. Apelación de los medios desde sus temáticas principales

Al enfrentar la variable apelación, a partir de su cuestionamiento o referencia desde el relato noticioso de los medios en referencia a los actores de las manifestaciones con la variable tema principal se busca identificar resultados que señalen la disputa, conflictividad o interpelación

de los medios entre sí o frente a los actores políticos o sociales de las manifestaciones desde las principales temáticas que la conformaron.

Así, como se observa en la tabla 4.26, el 28,2% de las unidades analizadas que apelaron a los actores políticos de gobierno situaron a las medidas económicas y reformas como su tema principal y de igual manera, pero con un porcentaje inferior, el 5,8% de las unidades analizadas que apelaron a los actores sociales de las manifestaciones también ubicaron a las medidas económicas y reformas como tema principal.

Estos primeros hallazgos más allá de exponer la directa referencia-relato noticioso hacia los actores políticos de gobierno, presidente y autoridades como propulsores y decisores de las medidas económicas y reformas, evidencian el bajo porcentaje con el que las unidades referenciaron a los actores sociales de las manifestaciones ante la centralidad de este tema económico y político, que con la eliminación de los subsidios de los combustibles, constituyó el principal motivo de la manifestaciones sociales de octubre de 2019.

Otro resultado indica que el 27% de las unidades analizadas que apelaron a los actores políticos de gobierno ubicaron como tema principal a las manifestaciones, la protesta social y el paro nacional, mientras el 49,3% de las unidades analizadas que apelaron a los actores sociales de las manifestaciones también determinaron como tema principal a las manifestaciones, las protesta y el paro nacional.

Estos hallazgos muestran una clara referenciación y relación entre estos actores sociales y las manifestaciones, por el propio contexto, pero en este punto de exposición, evidencian el nivel de protagonismo, centralidad y referencia que tanto el medio tradicional como el nativo digital otorgaron a cada uno de los actores y acontecimientos de las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

Nuevo porcentaje, pero de mayor interés indica que el 17,4% de las unidades analizadas que apelaron actores políticos de las manifestaciones situaron como tema principal al intento de golpe de Estado y la desestabilización del orden democrático, mientras que apenas con el 0,8% las unidades que apelando a los actores políticos de gobiernos ubicaron esta misma temática como tema principal. Esto implica que el discurso de golpismo instaurado por el gobierno nacional, desde su acusación a Correa, a sus coidearios y a los actores políticos extranjeros y personas infiltradas, obtuvieron atención y replicación mediática desde el medio tradicional, ya que como se expuso en la tabla 4.13, sus fuentes de información fueron precisamente las voces oficiales institucionales y los actores políticos de gobierno.

Esta interpretación muestra también un claro conflicto y disputa entre los actores políticos de gobierno y los actores políticos correístas, acusados públicamente de golpismo, conspiración y de patrocinar las manifestaciones sociales con intereses desestabilizadores; conflicto que además provocó que el medio nativo digital como contra público subalterno propusiera nuevas y diferentes matrices discursivas (Medeiros 2019) a las del gobierno y a la de las élites políticas y empresariales del Ecuador, aquellas que hablaron de derechos humanos, del legítimo derecho a la resistencia y a la protesta, y sobre todo aquellas que trataron de posicionar la solidaridad del pueblo quiteño y la academia en apoyo directo al movimiento indígena y sus familias y a los manifestantes que se encontraban en los centros de refugio y acogida. Medio nativo digital que además y desde su producción noticiosa, desde la reproducción de miles de voces de los contrapúblicos digitales clave teórica propuesta por el autor en las anteriores líneas citado, interpeló la posición del gobierno nacional y la función de los medios tradicionales del país.

Así también otro dato de interés de la tabla 4.26 señala que el 14,8% de las unidades analizadas que apelaron a los actores sociales de las manifestaciones situaron como tema principal la producción, servicios, transporte, sector estratégico, conectividad, cierre de vías, agresión al bien público y turismo. Dato congruente con los resultados expuestos en la tabla 4.4: Tema principal, que evidenció que el medio tradicional ubicó la temática de la producción, es decir, las millonarias pérdidas en el sector productivo, estratégico y empresarial, entre sus temas centrales, y desde su apelación señaló a los manifestantes o actores sociales de las manifestaciones como los responsables de estas afectaciones y pérdidas.

Como ejemplos de los contenidos noticiosos del medio tradicional desde donde enfatiza en las millonarias pérdidas apelando a los manifestantes como los directamente responsables, se refieren las siguientes imágenes:

Figura 4.7. Noticias de *El Comercio* que resaltan las millonarias pérdidas



Fuente: *El Comercio*, 5-10-2019



Fuente: *El Comercio*, 9-10-2019.

Bajo esta misma lógica de interpretación y en correlación con la temática central, el 12,9% de las unidades analizadas que apelaron a los actores políticos de gobierno situaron como tema principal la defensa de derechos, reivindicación y reconocimiento. Previo conocimiento que esa temática fue uno de los temas centrales del medio nativo digital, en clara protección de estos, se establece que la apelación en sentido cuestionamiento de la vulneración de los Derechos humanos y sociales de los manifestantes y su legítimo derecho a la protesta y a la resistencia en el mayor porcentaje la realizó el medio nativo digital, hacia los actores políticos de gobierno.

Finalmente, otro dato de interés de la tabla 4.26 para la investigación expone que el 19,6% de las unidades analizadas que apelaron a los actores mediáticos de las manifestaciones también ubicaron como tema principal la inacción de los medios privados tradicionales.

Este dato, nuevamente desde la lectura y lógica interpretativa desarrollada, expone la directa interpelación que el medio nativo digital realizó a los medios tradicionales por su silencio mediático ante las acciones que el gobierno, sobre todo, y a través de las fuerzas del orden policial y militar desplegó para reprimir a los manifestantes y al movimiento indígena. Interpelación que, como se ha indicado, fue corroborada en el instante mismo de los acontecimientos, generando la desaprobación de su audiencia y seguidores.

Esta serie de resultados de la variable apelación y de su enfrentamiento con las variables expuestas ratifican las relaciones de conflictividad entre los diferentes actores de las

manifestaciones, pero sobre todo la interpelación efectuada por el medio digital hacia el medio tradicional y los públicos políticos dominantes de las manifestaciones. Interpelación que cuestionando las voces políticas y mediáticas absolutas convocaron, difundieron y reconocieron a otras voces y posturas (Moragas 2004), motivando desde las necesidades expresadas la pluralidad de opiniones (Quintero Velázquez 2019), ampliando de esta manera el espacio de disputa y relato informativo de las manifestaciones sociales de octubre de 2019. Una clara referencia de la apelación e interpelación de los medios nativos digitales hacia el gobierno y hacia los medios tradicionales, durante las manifestaciones de octubre de 2019, se puede ubicar en la entrevista que el comunicador social, periodista y director de Radio La Calle, Santiago Aguilar, realizó a la Dra. Isabel Ramos, el día jueves 10 de octubre de 2019, de la cual se refiere con nota al pie de página, una de las respuestas que la docente expresó acerca de esta temática.

Santiago Aguilar: ¿Cómo analizas el rol de estos medios digitales en el sentido de que si habrán sido capaces de interpelar a los grandes medios de comunicación y hacerlos mover de su propia agenda o hacer mover sus propias cámaras y la lógica de transmisión? Un poco vista la presión y la gran acogida que han tenido los medios digitales, los medios populares y los medios comunitarios en esta cobertura ¿Será qué un poco el espacio de disputa que intentaron los medios digitales está ahí?

Isabel Ramos: Definitivamente, digamos, la disputa que se ha planteado desde la comunicación digital y sobre todo desde los medios comunitarios, populares y alternativos ha removido en este momento los cimientos del sistema de medios. Es decir, va a haber un antes y un después de este papel que han jugado los medios digitales. Precisamente porque los medios digitales no están regidos por la Ley Orgánica de Comunicación, entonces no pueden ser silenciados con las imputaciones que han hecho. Han llamado a silencio a otros medios que también estaban satisfaciendo estas señales, estas demandas de información que los medios hegemónicos no lo hacen. Entonces realmente me parece que esto ha torcido un poco la lógica. Hemos visto también *El Universo* haciendo cobertura. Esto me sorprendió también, pero también hay que comprender que lo que, en este momento, en este momento en la historia del país puede dar un giro. A partir de esto, precisamente a partir de que la ciudadanía, utilizando la información que han provisto estos medios populares, alternativos y comunitarios, sobre todo en las plataformas digitales, ha podido interpelar al poder político. No hubiera sido posible sin la cobertura de estos medios, por ejemplo, que se conozca y que se sepa la brutal represión que hubo incluso en los centros de acogida, como las universidades

que abrieron sus puertas para dar atención humanitaria. No hubiéramos podido conocer los ciudadanos la atención de las brigadas de médicos y de estudiantes de medicina que fueron atacados por la fuerza pública sin piedad. No hubiéramos podido conocer la muerte de los militantes populares por la represión. Es decir, en los medios populares, alternativos y comunitarios, han sido una herramienta muy importante para denunciar una cosa que ya se puede configurar como como terrorismo de Estado.

Esta acción de las fuerzas de seguridad en contra de civiles desarmados y de civiles militantes, es decir, ningún acto de vandalismo entre comillas, ningún acto delincencial, puede justificar la acción terrorista del Estado. Esto es una simple constatación hecha en el marco de lo que es lo que está plasmado en el Estatuto de Roma, de la Corte Penal Internacional. Los medios, los medios de comunicación nos han dado y nos han dado la pauta de esto. Y ha sido posible incluso que la ministra de Gobierno de una tibia disculpa, disculpa frente a violaciones de los derechos humanos, dicho sea de paso, no cabe. Pero de todas maneras ha sido posible acomodar la agenda también de la prensa, de la prensa hegemónica. Esto va a ser muy lento, pero te decía hace un ratito, la historia del país puede dar un giro muy fuerte en este momento. Y también las empresas privadas de comunicación, que no pueden perder un recurso como el aparato oficial, que no pueden renunciar a ciertas fuentes de información de las que se alimentan y que tienen que ver con el espacio de oficiales del Estado. Y también puede dar un giro precisamente convergente con ese giro que puede dar la historia en este momento (Entrevista definida como la unidad de análisis 1 205, entre los tiempos: 58.20 y 1:10.35).⁴⁶

Como se puede entender, el análisis de la docente y experta abonar las lecturas e interpretaciones realizadas a partir de estas variables, es decir, la interpelación realizada por los medios nativos digitales no solo a la élite política gubernamental y empresarial del país, sino también a los medios tradicionales, incluso señalando este cuestionamiento con un carácter histórico y valiente, que bien puede convertirse en un hito, al señalar un antes y un después de las manifestaciones de octubre de 2019, desde la esfera mediática.

De esa manera se puede comprender el rol de mayor importancia de los medios nativos digitales, al remover la estructura tradicional mediática y su manera de informar las manifestaciones sociales y la acción colectiva de otros años.

⁴⁶ <https://business.facebook.com/radiolacalle/videos/2171036159666856/>

La docente, a más de repuntar en este simbólico alcance, enfatiza en el trascendental rol y papel de los medios nativos digitales, no solo en la disputa de la esfera y el discurso mediático, sino también en la función de informar los sucesos y hechos del mundo social, de las manifestaciones tal y como acontecían, satisfaciendo las reales necesidades de la ciudadanía. Información crucial para conocer el alcance por ejemplo de la represión policial y el silencio de los medios tradicionales ante estos acontecimientos. Alcance interpelador que incluso colocó a la más fuerte protagonista del gobierno nacional, jefa de la Policía Nacional, a pedir disculpas a la ciudadanía.

Tabla 4.26. Apelación de los medios de comunicación desde el tema principal

La noticia o la unidad de análisis apela (cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales							
			Apela a los actores políticos del gobierno	Apela a los actores políticos de las manifestaciones	Apela a los actores sociales de las manifestaciones	Apela a los actores mediáticos de las manifestaciones	Total
Cuál es el tema principal de la noticia	Medidas económicas y reformas	Recuento	70	23	35	5	230
		%	28,2%	14,8%	5,8%	5,4%	15,3%
		Residuos corregidos	6,2	-0,2	-8,4	-2,7	
	Manifestaciones, protesta, paro nacional	Recuento	67	50	299	30	522
		%	27%	32,3%	49,3%	32,6%	34,7%
		Residuos corregidos	-2,8	-0,7	9,8	-0,4	
	Intento golpe Estado; dest del orden democrático	Recuento	2	27	3	0	36
		%	0,8%	17,4%	0,5%	0%	2,4%
		Residuos corregidos	-1,8	12,9	-4,0	-1,5	
	Producción: servicios transporte, sector estratégico	Recuento	4	1	90	1	116
		%	1,6%	0,6%	14,8%	1,1%	7,7%
		Residuos corregidos	-3,9	-3,5	8,5	-2,5	
Defensa de derechos,	Recuento	32	8	19	10	84	
	%	12,9%	5,2%	3,1%	10,9%	5,6%	

reivindicación, reconocimiento	Residuos corregidos	5,5	-0,2	-3,4	-2,3	
	Recuento	1	0	3	18	23
	%	0,4%	0%	0,5%	19,6%	1,5%
Inacción de los medios privados tradicionales	Residuos corregidos	-1,6	-1,6	-2,7	14,6	
	Recuento	248	155	607	92	1506
Total	%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla completa en la sección anexos

4.21. Apelación de las unidades analizadas desde su atribución

En esta exposición final de la variable apelación, desde su cuestionamiento o el relato de las unidades de análisis, al enfrentarla con la variable atribución se exponen los mayores porcentajes que puedan referenciar la disputa, conflictividad o interpelación originada entre los actores políticos, sociales y mediáticos de las manifestaciones de octubre de 2019.

Como se observa en la tabla 4.27, el 84,3% de las unidades analizadas que apelaron a los actores políticos de gobierno responsabilizaron por las movilizaciones y manifestaciones sociales al gobierno nacional, el presidente y ministros.

Esto implica y como se apuntó anteriormente, al identificar qué medio de comunicación otorgó sus mayores porcentajes de responsabilidad a los actores y protagonistas por las manifestaciones de octubre de 2019, resultados expuestos en la tabla 4.24: Atribución, se señala dos primordiales aspectos: el primero, que existe una relación de dependencia entre estos dos valores (chi:,000) y segundo, que este resultado proviene del medio nativo digital, lo que evidencia su clara acción interpeladora ante estos actores, responsabilizándolos directamente por las manifestaciones sociales de octubre de 2019. Nuevamente una relación de disputa y cuestionamiento desde el contra público mediático hacia al público político dominante.

Cuestionamiento y atribución de responsabilidad expuesta en el 44,6% de las unidades analizadas que, apelando a los actores mediáticos de las manifestaciones, también responsabilizaron por las movilizaciones y manifestaciones sociales al gobierno nacional, el presidente y a los ministros. Hallazgo que, como se señaló en el párrafo anterior, expone una clara conflictividad entre estos actores de las manifestaciones, pero implica además la disputa

que plantearon los medios de comunicación que sí se atrevieron a responsabilizar a Moreno por las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

Así mismo, otro resultado indica que el 46,6% de las unidades analizadas que apelaron a los actores sociales de las manifestaciones en una similar relación de dependencia de los primeros valores expuestos, responsabilizaron por las movilizaciones y manifestaciones sociales a los propios manifestantes, a los frentes y organizaciones sociales.

Esto refiere, y bajo la misma lógica de interpretación propuesta, que esta apelación directa a estos actores a través del relato noticioso con señalamiento de responsabilidad, provino en mayor porcentaje del medio de comunicación tradicional, que, como un potencial actor político (Mazzoleni y Schulz 1999), siendo fuente primaria de información (Strömbäck 2008), desde su ideología y tratamiento informativo juzgó mediáticamente a estos actores sociales, transmitiendo información, pero también construyendo y mediatizando la opinión pública (Hjarvard 2004).

Un último dato de interés refiere a que el 37,4% de las unidades analizadas que apelaron a los actores políticos de las manifestaciones, también responsabilizaron por las movilizaciones y manifestaciones sociales a Correa, el correísmo o actores infiltrados. Dato que en su mayor porcentaje provino del medio tradicional, evidenciando una vez más una clara conflictividad entre este actor comunicacional y el correísmo, a quien, en una repetida acción de juez mediático, desde su producción noticiosa, determinó como un agitador político de las manifestaciones sociales.

Estos hallazgos presentan una relación directa de dependencia entre las variables enfrentadas ($\chi^2:0,000$), pero sobre todo evidencian que tanto el medio tradicional como el medio nativo digital desde sus diferentes roles, funciones y adherencias, con base a la lógica de públicos (Habermas 1990) y la de contra públicos (Fraser 1997), mantuvieron relaciones en conflicto y tensión ideológica (van Dijk 2003), así como rupturas desde sus tendencias y temáticas discursivas, desde donde también comunicaron sus posiciones e intereses en juego o disputa (Gutiérrez 2009).

Tabla 4.27. Apelación y atribución de los medios de comunicación

La noticia o la unidad de análisis apela o hace referencia a los actores de las manifestaciones								
			Apela a los actores políticos del gobierno	Apela a los actores políticos de las manifestaciones	Apela a los actores sociales de las manifestaciones	Apela a los actores mediáticos de las manifestaciones	Total	
¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?	Gobierno nacional, presidente y ministros	Recuento	209	15	83	41	431	
		%	84,3%	9,7%	13,7%	44,6%	28,6%	
		Residuos corregidos	21,2	-5,5	-10,5	3,5		
	Manifestantes, frentes y organizaciones sociales	Recuento	4	21	283	6	326	
		%	1,6%	13,5%	46,6%	6,5%	21,6%	
		Residuos corregidos	-8,4	-2,6	19,4	-3,6		
	Correa correísmo o actores infiltrados	Recuento	1	58	6	0	68	
		%	0,4%	37,4%	1,0%	0,0%	4,5%	
		Residuos corregidos	-3,4	20,8	-5,4	-2,2		
	Total		Recuento	248	155	607	92	1506
				100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000
 Tabla completa en la sección anexos

4.22. Nivel de conflicto del medio de comunicación

La variable que indica la presencia de conflicto, es decir, la falta de entendimiento entre los actores del mundo social, como se observa en la tabla 4.28, refiere a que el 69,9% de las unidades de análisis de *El Comercio* sí destacaron el nivel de conflicto de las manifestaciones sociales, mientras que el 77,4% de las unidades de análisis de Radio La Calle también destacaron este nivel de conflicto.

En el sentido contrario, apenas el 0,9% de las unidades de análisis del medio tradicional no destacaron este nivel de conflicto como tampoco el 11,1% de las unidades de análisis del medio nativo digital.

Estos primeros hallazgos evidencian que ambos medios otorgaron significantes porcentajes a la conflictividad de las manifestaciones, siendo Radio La Calle el que mayor porcentaje de

conflicto otorgó, pero, más allá de este resultado descriptivo y de contexto, se logra entender que desde las temáticas centrales, los actores protagonistas y el posicionamiento, desde el propio tratamiento mediático-informativo, el medio nativo digital colocó sobre la esfera pública varias disyuntivas sociales y situaciones conflictivas alrededor de las manifestaciones de octubre de 2019, ampliando el espacio público del debate, incluso informando desde la heterogeneidad de voces (Pietro 2006; Medeiros 2019) en sentido de protesta y lucha, como la del movimiento feminista, ampliando su propia contra esfera mediática ocupada por los indígenas y manifestantes, dando mayor espacio en relato y construcción periodística a otros sub contrapúblicos y contra esferas discursivas (Samaniego de la Fuente 2022) que desde su acción colectiva (Fillieule y Tartakowsky 2015) también ocuparon las calles para manifestar su reclamo y protesta.

Un resultado y valor demostrativo de esta dinámica, expuesto en la tabla 4.4: Tema principal indicó, por ejemplo, que mientras el medio tradicional prácticamente invisibilizó la represión de las fuerzas del orden, el medio nativo digital con un tono negativo y apelación directa hacia estas, la comunicó como segundo tema de mayor importancia durante las manifestaciones sociales. Esta correlación de resultados y tablas permite entender por qué el mayor porcentaje de conflicto devino del medio nativo digital, y refiere a que este actor mediático, como se señaló anteriormente, sí expuso en mayor número varias temáticas generadoras de conflicto en las manifestaciones sociales, tales como: la carestía de la vida, el alto nivel de desempleo, la situación de los manifestantes y el movimiento indígena durante los días de protesta, los heridos y fallecidos que dejó las manifestaciones en situaciones confusas, el abuso de las fuerzas del orden frente a ciudadanos y periodistas, la violación de derechos humanos, el bajo nivel de popularidad de Moreno, la inoperancia y falta de estrategia y liderazgo político del gobierno, entre otras. Ejemplos de estas temáticas conflictivas señaladas por el medio nativo digital son los siguientes:

Hasta el momento se contabiliza 5 personas fallecidas y 554 personas heridas, a las que se suman 776 personas detenidas, según la Defensoría del Pueblo, saldo de una intransigencia por parte del gobierno y sus Ministros de Defensa y Gobierno, quienes manejan este momento de convulsión política y social como un conflicto bélico. Nosotros no somos sus enemigos, los periodistas, los compañeros del movimiento indígena y de los gremios estudiantiles y sociales no somos sus enemigos. Esto es no saber manejar una crisis política por parte del gobierno y su presidente que abandona Quito y desde Guayaquil junto al vicepresidente acusa a la gente de vándalos y señala a unos cuantos revoltosos pagados por un actor político, es no saber manejar una crisis política. Ha sido errática la toma de decisiones, la política y la

comunicación del gobierno. No conforme con el paquetazo, alzar el precio de los combustibles, con botar gente a la calle y dejarla sin empleo y posibilidades de trabajo, le sube el precio de los pasajes, eso es apagar el fuego con gasolina ¡Aplausos! (Extracto del editorial de Radio La Calle, transmitido el 10 de octubre de 2019, tomado de la unidad de análisis 1 233, entre los tiempos: 32, 55 y 40, 44)⁴⁷.

Estas referencias confirman que Radio La Calle destacó el nivel de conflicto desde una múltiple postura interpeladora hacia el presidente, los ministros y autoridades de gobierno, así como a los propios medios tradicionales, mientras que *El Comercio* enfocó su producción noticiosa desde el nivel de conflicto generado por los manifestantes, el movimiento indígena y los actores políticos infiltrados con intereses desestabilizadores. Referencias e interpretaciones que además reafirman la contraposición de los medios analizados.

Tabla 4.28. Nivel de conflicto expresado por el medio de comunicación

		Nombre el medio de comunicación			
		<i>El Comercio</i>	Radio la Calle	Total	
La noticia o la unidad de análisis destaca el nivel de conflicto de las manifestaciones sociales	Si	Recuento	443	675	1118
		%	69,9%	77,4%	74,2%
		Residuos corregidos	-3,3	3,3	
	No	Recuento	6	97	103
		%	0,9%	11,1%	6,8%
		Residuos corregidos	-7,7	7,7	
	No aplica	Recuento	185	100	285
		%	29,2%	11,5%	18,9%
		Residuos corregidos	8,7	-8,7	
Total		Recuento	634	872	1506
		%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi Cuadrado: ,000

4.23. Conflicto de los medios desde la espectacularización

Una vez expuestos los resultados de la variable conflicto, al enfrentarla con la variable espectacularización, entendida como los tonos o aspectos emocionales de las unidades analizadas que destacaron un carácter espectacular de las manifestaciones sociales, como se observa en la tabla 4.29, el 90,7% de las unidades analizadas que sí destacaron el nivel de conflicto de las manifestaciones también destacaron el carácter espectacular de las

⁴⁷ <https://business.facebook.com/radiolacalle/videos/1598329973638171/>

manifestaciones sociales y apenas el 7,3% que sí destacaron el nivel de conflicto de las manifestaciones no destacaron el carácter espectacular de las manifestaciones sociales.

En el sentido contrario a la presencia de conflictividad, el 66% de las unidades analizadas que no destacaron el nivel de conflicto de las manifestaciones sí destacaron el carácter espectacular de las manifestaciones sociales, mientras que el 29,1% de las unidades analizadas que se mantuvieron sin destacar el nivel de conflicto de las manifestaciones tampoco destacaron el carácter espectacular de las manifestaciones sociales.

La marcada amplitud de los datos con los mayores porcentajes atribuidos a la presencia de conflictividad y espectacularización evidencian una clara dependencia entre estas variables y valores, pero avanzando de esta primera interpretación, una más interpretación más profunda, motiva la pregunta hacia qué actores y hechos enfocó este nivel de conflicto y espectacularidad de la producción noticiosa de los medios.

Así, mientras el medio tradicional destacó el nivel de conflicto y espectacularidad desde la violencia el vandalismo y las millonarias pérdidas económicas y materiales que causaron las manifestaciones, el medio nativo digital visibilizó el derecho a la resistencia, la represión de las fuerzas del orden y la formación de las identidades y solidaridades colectivas (Fillieule y Tartakowsky 2015), entre y a favor de los manifestantes, presentes en las manifestaciones sociales.

Hechos que, siendo propios e inherentes de un proceso de protesta y enfrentamiento entre los actores sociales y políticos de las manifestaciones, concitaron niveles de conflictividad, emocionalidad y espectacularidad desde el tratamiento mediático y la producción noticiosa de los medios, que desde sus particulares posiciones y adherencias discursivas, resaltaron la escenificación y el espectáculo (Fair 2011).

De tal manera se comprendería que a pesar de que el medio nativo digital presentó estas características en su producción noticiosa e informativa, no se podría atribuir que se manejó bajo una lógica mediática comercial (Vallés 2010) o como prensa publicitaria (Habermas 1990) por ejemplo, primero porque los propios resultados de las tablas expuestas hasta este punto lo demuestran y segundo porque la lógica comercial no forma parte de sus componentes esenciales como medio nativo digital, caso contrario del medio tradicional que, además del contexto mismo de los enfrentamientos y disputas de las manifestaciones, si se atribuyó esta espectacularidad y conflictividad desde una lógica mediática comercial porque hace parte de sus rasgos particulares y originales.

Por tanto, desde estos resultados queda manifiesta no solo la importancia de las funciones que cada medio despliega en la acción de comunicar y transmitir los hechos del mundo social basados en sus propias perspectivas, modelos y formas de entendimiento de sistema social y mediático, sino también la determinante relevancia de los roles que desempeñaron en la transmisión, generación y formación de opinión pública (Sandoval Obando 2015) dentro de la esfera pública y mediática de la coyuntura de octubre de 2019.

Tabla 4.29. Conflicto de las unidades de análisis desde su nivel de espectacularización

		La noticia o la unidad de análisis destaca el				Total
		nivel de conflicto de las manifestaciones sociales			No aplica	
			Si	No		No aplica
¿La noticia o unidad de análisis incorpora tonos o aspectos emocionales que destacan un carácter espectacular de las manifestaciones sociales?	Si	Recuento	1014	68	140	1222
		%	90,7%	66%	49,1%	81,1%
		Residuos corregidos	16,1	-4,1	-15,3	
	No	Recuento	82	30	33	145
		%	7,3%	29,1%	11,6%	9,6%
		Residuos corregidos	-5,1	7,0	1,2	
	No aplica	Recuento	22	5	112	139
		%	2%	4,9%	39,3%	9,2%
		Residuos corregidos	-16,5	-1,6	19,5	
Total		Recuento	1118	103	285	1506
		%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi Cuadrado: ,000

4.24. Teatralización de la producción noticiosa del medio de comunicación

La noticia o unidad de análisis que teatraliza personajes-ícono-relato para ensalzarlos o para denigrarlos (Vallés 2010) configura la variable teatralización, que como se expone en la tabla 4.30, indica que el 88,2% de las unidades analizadas de *El Comercio* sí teatralizó, ensalzando o denigrando a los personajes de su relato y producción noticiosa, mientras que el 66,7% de las unidades de Radio La Calle, también teatralizó a los personajes de su relato noticioso.

En sentido contrario, el 11,5% de las de las unidades analizadas de *El Comercio* no teatralizaron a los personajes de su relato, mientras que, de igual manera, pero un mayor porcentaje, casi tres veces mayor, con el 33,2 % las unidades analizadas de Radio La Calle tampoco teatralizaron a los personajes de su relato y producción noticiosa.

Esos hallazgos conllevan a entender que *El Comercio* ensalzó las decisiones de Moreno, de las autoridades de gobierno y las reacciones de los representantes del sector productivo e industrial del país, descalificando al mismo tiempo las acciones de los manifestantes y los representantes del movimiento indígena, asociándolos con el extremo caos, vandalismo y desestabilización democrática. Ejemplos de este tratamiento mediático-informativo son los referidos a continuación:

La eliminación del subsidio generalizado a los combustibles decidida por el Gobierno era indispensable. Varias marchas indígenas que se han mostrado en distintas provincias de la Sierra del país con bloqueo de carreteras, tensiones y hasta absurdas retenciones de uniformados, evidencian un rasgo inusual e inaceptable (Extractos del editorial de *El Comercio*, titulado: “Del paro a la discrepancia civilizada”, publicada el 7 de octubre de 2019).

A las 15h30 mientras la protesta había alcanzado niveles violentos el presidente de la república, Lenín Moreno, exhortó a los dirigentes a entrar en diálogo directo con él. El mandatario pidió poner fin a las manifestaciones y señaló que el país debe recuperar la calma (Extracto de la noticia de *El Comercio*, titulada: “Moreno pide diálogo directo en medio de jornada violenta”, publicada el 12 de octubre de 2019 en la sección Actualidad).

Por su parte, el medio nativo digital también teatralizó su producción noticiosa y desde su relato periodístico, tal como se ha expuesto, denunció la represión de las fuerzas del orden contra los manifestantes y los indígenas, la falta de liderazgo político e institucional del gobierno y sus representantes e interpeló a los medios tradicionales por su inacción durante las manifestaciones sociales. Ejemplo de este tratamiento mediático-informativo es el referido a continuación:

Es importante la intención del gobierno por dialogar, pero cómo le puede pedir con tanta facilidad al movimiento indígena que dialoguen después de cinco indígenas fallecidos, ya confirmados. ¿Cómo puede ser tan cínico presidente? Lastimosamente para este gobierno no somos Teleamazonas ni Ecuavisa, somos una voz crítica que denuncia la falta de planificación y liderazgo político (Extracto del editorial de Radio La Calle, por: Santiago Aguilar, como respuesta a la petición de Moreno en pedir un diálogo directo, transmitido el 11 de octubre de 2019, tomado de la unidad de análisis 1 301, entre los tiempos: 14.03 y 21.16)⁴⁸

De igual manera, Radio La Calle ensalzó la resistencia, la organización y la acción colectiva de los manifestantes y del movimiento indígena en especial, reconociendo la acción solidaria

⁴⁸ <https://business.facebook.com/radiolacalle/videos/529175747626857/>

de las universidades que abrieron sus puertas como centros de refugio, protección y cuidado, de los médicos, socorristas, voluntarios, así como de la propia ciudadanía que acogió y apoyó al pueblo indígena. Ejemplos de este tratamiento mediático-informativo son los referidos a continuación:

Es increíble la solidaridad de la gente de la ciudad que se acerca con donaciones al parque de El Arbolito, con alimentos y medicinas para los compañeros indígenas, en medio de música y nostalgia por los fallecidos (Extracto de la llamada de Carlos González, oyente de Radio La Calle, el día 11 de octubre de 2019, tomado de la unidad de análisis 1 267, entre los tiempos: 29.04 y 32.09)⁴⁹. Solidaridad expresada también a través de los mensajes y las redes sociales. La gente y los indígenas en la mañana practicaban y entrenaban para enfrentar y resistir la represión que saben que se les viene y de la que han sido víctimas en estos días, en medio de juegos y oraciones, ahora ya están listos con sus banderas y consignas (Exacto de la transmisión de Radio La Calle del 11 de octubre de 2019, tomado de la unidad de análisis 1 268, entre los tiempos: 33.18 y 34.14)⁵⁰.

Interpretaciones que refieren la relación de tensión, disputa y conflicto entre los públicos eruditos (Habermas 1990) de la élite política del país y los contra públicos subalternos contestatarios y reivindicadores de esas posiciones de dominación que, además desde diferentes voces y acciones ampliaron la arena inter discursiva (Fraser 1990) de la esfera pública y mediática de octubre de 2019.

Tabla 4.30. Teatralización de la producción noticiosa del medio de comunicación

		Nombre el medio de comunicación			Total
		<i>El Comercio</i>	Radio la Calle		
La teoría dice que la noticia o unidad de análisis teatraliza personajes-icóno-relato para ensalzarlos o para denigrarlos con atención preferente a sus expresiones más extremistas	Si	Recuento	559	581	1140
		%	88,2%	66,7%	75,7%
		Residuos corregidos	9,6	-9,6	
	No	Recuento	73	289	362
		%	11,5%	33,2%	24%
		Residuos corregidos	-9,7	9,7	
	Neutral	Recuento	2	1	3
		%	0,3%	0,1%	0,2%
		Residuos corregidos	0,9	-0,9	
Total		Recuento	634	871	1506

⁴⁹ <https://business.facebook.com/radiolacalle/videos/393832291560508/>

⁵⁰ <https://business.facebook.com/radiolacalle/videos/393832291560508/>

	%	100%	100%	100%
--	---	------	------	------

Elaborado por el autor. Chi Cuadrado: ,000

4.25. Autor de la noticia o unidad de análisis

En cuanto al responsable de la redacción o realización de la noticia o unidad de análisis, entendido también como el autor, autora o quién reporta para el medio de comunicación, como se observa en la tabla 4.31, el 14,4% de las noticias o unidades analizadas de *El Comercio* contaron con el nombre y apellido de la persona responsable, frente al 73,1% de las unidades analizadas de Radio La Calle que de igual manera contaron con el nombre y apellido de la persona responsable de la cobertura o la unidad de análisis.

Hallazgo que permite comprender y destacar que, a pesar de la existencia de más del diez por ciento del nombre del responsable en el medio tradicional, que generalmente no suele atribuir el crédito o la firma de sus colaboradores, sobre todo de su producción noticiosa, este porcentaje se queda limitado frente al del medio nativo digital que sí otorgó un nombre y rostro, como firma de responsabilidad, otorgando un rostro más humano por decirlo así a sus relatos y producción noticiosa.

El 82,2% de las unidades analizadas de *El Comercio* tuvieron como responsable al apartado Sección, es decir un mayoritario porcentaje que no contó con el nombre del o de la periodista, situación que puede deslindar de responsables a la noticia, mientras el 24% de las unidades de Radio La Calle contaron que este mismo apartado de responsabilidad. Hallazgo que evidencia lo anteriormente señalado, que el medio nativo digital en un mayor porcentaje significativo atribuyó un nombre y rostro detrás de su producción noticiosa, dejando tan solo el 2,8% de las unidades analizadas con responsabilidad a manera general del propio medio de comunicación.

En este punto se debe destacar que tanto los resultados del apartado Sección del medio tradicional y de nombre y apellido del medio nativo digital fueron los de mayor porcentaje de la tabla de resultados.

Estos hallazgos evidencian que mientras *EL Comercio* despersonalizó gran parte de su producción noticiosa al no colocar el nombre y apellido del responsable, situación que puede obedecer a una lógica mediática propia (Hjarvard 2008) y regular de los medios tradicionales impresos, el medio nativo digital sí registró el nombre y apellido de la persona responsable por la cobertura y por la información difundida, aspecto que si bien no es una característica propia del medio nativo digital, logró en primer lugar alcanzar un mayor porcentaje de

responsabilidad y segundo, personalizar como se apuntó anteriormente desde un aspecto más humano los hechos noticiosos de las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

Es decir, el medio nativo digital desde sus cualidades y características inherentes contó e informó los hechos y sucesos de las manifestaciones desde la producción de su propia experiencia narrativa (Bertocchi 2013), desde su relato personalizado, creativo e innovador, estrechando de esta manera la relación medio y audiencia.

Tabla 4.31. Autor de la producción noticiosa del medio de comunicación

		Nombre del medio de comunicación			
		<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	Total	
Firma o autor de la noticia	Nombre y apellido	Recuento	91	637	728
		%	14,4%	73,1%	48,3%
		Residuos corregidos	-22,5	22,5	
	Sección	Recuento	521	209	730
		%	82,2%	24%	48,5%
		Residuos corregidos	22,3	-22,3	
	Agencia	Recuento	1	0	1
		%	0,2%	0%	0,1%
		Residuos corregidos	1,2	-1,2	
	El propio medio	Recuento	0	24	24
		%	0%	2,8%	1,6%
		Residuos corregidos	-4,2	4,2	
	Link	Recuento	0	1	1
		%	0%	0,1%	0,1%
		Residuos corregidos	-0,9	0,9	
	Ninguno	Recuento	4	0	4
		%	0,6%	0%	0,3%
		Residuos corregidos	2,3	-2,3	
	Otros	Recuento	17	1	18
		%	2,7%	0,1%	1,2%
		Residuos corregidos	4,5	-4,5	
Total		Recuento	634	872	1506
		%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi Cuadrado: ,000

Hasta este punto se presentan los resultados de la lectura, interpretación y confrontación de las variables y de las estadísticas obtenidas en la búsqueda de las respuestas a las preguntas, objetivos e hipótesis planteadas por la investigación.

Capítulo 5. Conclusiones

Esta investigación que comparó dos medios de comunicación fue desarrollada con el propósito de analizar las funciones y roles periodísticos, las posiciones ideológicas y las disputas que desempeñaron y asumieron a partir de su tratamiento mediático-informativo el medio tradicional *El Comercio* y el medio nativo digital Radio La Calle, durante las manifestaciones sociales de octubre de 2019 en Ecuador.

En este propósito la investigación se basó como categorías centrales en los lineamientos y discusión teórica de la esfera pública: entendida como lo abierto a todos y el espacio libre que convoca y configura a diferentes públicos junto al gran interlocutor de la prensa (Habermas 1991); de los públicos y los nuevos públicos: comprendidos desde su capacidad racionante, conciencia política estratégica y comunicativa en permanente contradicción (Habermas 1990-1994) y los contra públicos subalternos y contestatarios cuya acción y disputa amplían discursivamente la propia esfera pública que también integran (Fraser 1997). Así como en la manifestación social, definida como una acción política legítima y reconocida por los actores políticos, los líderes y la opinión pública (Fillieule y Tartakowsky 2015).

Planteado de esta manera el accionar de *El Comercio* y el medio nativo digital Radio La Calle, desde los entendimientos de públicos y contra públicos, se trataron otras categorías teóricas para concebir sus funciones esenciales y sus diferentes roles desde las propuestas teóricas de la lógica comercial mediática (Vallés 2010), la mediatización (Mazzoleni y Schulz 1999; Strömbäck 2008) y el paralelismo político (Hallin y Mancini 2007).

Para comprender la ideología y las adherencias discursivas de estos medios como portavoces y reproductores de posiciones ideológicas, así como las relaciones de disputa y conflictividad en procesos de manifestación social y acción colectiva, desde donde informaron y formaron opinión pública, la investigación tomó planteamientos de autores como: Thompson (2007), Fair (2011), Sandoval Obando (2015), White (2003-2004) y Moragas (2004), entre otros.

Además, estas propuestas teóricas clásicas y modernas se fortalecieron a través de planteamientos académicos y lecturas contemporáneas del contexto local latinoamericano, con autores como: Venegas-Vergara (2015), Martínez-Palacios (2017) Medeiros (2019) y Samaniego de la Fuente (2022).

Con el propósito de responder a su pregunta central y preguntas específicas, esta investigación utilizó una metodología de corte cuantitativo por medio del análisis de contenido de 1 506 unidades noticiosas que, además de analizar los resultados obtenidos y presentar una data

significativa, permitió analizar, comparar, interpretar y profundizar sobre el tratamiento mediático-informativo, comportamiento y la tendencia de cada medio de comunicación, evidenciando cómo estos actores comunicacionales asumieron un determinado rol protagónico desde diferentes aristas y concepciones que superan las premisas propiamente informativas, cuya acción también causó un efecto reductor o ampliatorio de la esfera pública y mediática de las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

5.1. Tratamiento mediático-informativo, públicos frente a contra públicos

La pregunta central de la investigación refirió sobre ¿cuáles fueron los roles periodísticos que desempeñó el medio tradicional *El Comercio* y el medio nativo digital Radio La Calle, desde las lógicas de públicos y contra públicos, durante las manifestaciones de octubre de 2019 en Ecuador? Interrogante que generó la primera pregunta específica de esta investigación acerca de ¿cuál fue el tratamiento mediático-informativo que le otorgó *El Comercio* y Radio La Calle a los acontecimientos de las manifestaciones de octubre de 2019 en Ecuador.

A partir de esta pregunta central y la inicial pregunta específica, la primera hipótesis de la investigación planteó que el medio tradicional *El Comercio* como público fue replicador mediático e informativo de la postura del gobierno nacional y el sector empresarial, mientras que el medio nativo digital Radio La Calle como contra público mediático fue portavoz amplificador del pensamiento de los participantes y representantes de las manifestaciones de octubre de 2019.

Una vez finalizado el análisis de contenido, se considera que los resultados obtenidos permitieron responder a la primera pregunta de la investigación y demostraron en efecto que el tratamiento mediático-informativo de los medios los situaron y comprendieron en una lógica de públicos y contra públicos, situación que se evidenció desde los roles y funciones que cumplieron como actores de las manifestaciones sociales.

Desde esta comprensión y a través de un recuento de los principales hallazgos se confirmó que el medio tradicional *El Comercio*, con los mayores porcentajes desde los temas principales de su producción noticiosa que publicó durante los días de movilización replicó la posición y voz del gobierno nacional, temáticas que se centraron en las millonarias pérdidas (16,6%) que provocaron las manifestaciones sociales, sobre todo en el sector productivo del país; así como el vandalismo, violencia y caos generado (10,3%) y en la desestabilización de la democracia y el orden instaurado por medio de un intento de golpe de Estado (4,9%), generando en la opinión pública un mayor ambiente de temor y miedo (Oxhorn 2003) que

redujo la esfera pública a un escenario social de pugna entre “buenos y malos” sin que aparezcan mayormente en sus páginas y portadas, otras voces y posturas a las de la voces oficiales y públicas bañadas de racionalidad (Habermas 1994).

Al respecto del medio nativo digital y de la temática principal, los mayores porcentajes y resultados obtenidos confirmaron que Radio La Calle amplificó la voz de los actores sociales de las manifestaciones, visibilizando temáticas de defensa de derechos humanos y el legítimo derecho a la resistencia y a la protesta social (7,8%), la solidaridad (4,8%) y exponiendo en un considerable porcentaje la represión desplegada por parte de las fuerzas del orden contra los manifestantes y el movimiento indígena (16,5%).

Porcentajes que permiten validar además la propuesta aquí planteada de cómo y de qué manera este medio nativo digital que, desde su rol, tratamiento y comportamiento mediático configurado como un contra público subalterno a los medios tradicionales, logró ampliar la esfera pública, discursiva y mediática de las manifestaciones no solo al otorgar un micrófono y un espacio informativo a los manifestantes, sino también al promover desde sus transmisiones en vivo y sus redes sociales varias micro y contra esferas digitales y discursivas (Samaniego de la Fuente 2022), así como un debate social y político de derechos humanos, planteando válidos cuestionamientos al gobierno nacional sobre sus decisiones políticas y económicas y sobre todo al enfocar y magnificar la solidaridad de la gente por la gente. Así también, desde su accionar periodístico e interacción con otros medios digitales y comunitarios del país que se unieron a sus coberturas informativas formando una gran red subalterna de información, promoviendo micro esferas digitales (Vincour 2001) que expusieron y ensancharon una esfera pública virtual y real cargada de una heterogénea audiencia y difusión de voces (Pietro 2006; Medeiros 2019), pensamientos y posturas de la ciudadanía que se expresó en su micrófonos desde la calle y desde su hogares.

Con respecto a temas de violencia y represión, en lo que refiere al tratamiento mediático-informativo desde el uso y evaluación de las imágenes, el medio tradicional procuró enfocar desde sus portadas, fotografías y recuadros los efectos y violencia de los manifestantes y el medio nativo digital por el contrario enfocó la represión desmedida de las fuerzas del orden. Es decir, cómo se enfatizó, *El Comercio* exponiendo el temor y miedo generado de las manifestaciones y por razones propias de estos efectos negativos desvirtuando las razones de la protesta y Radio La Calle sí comunicando éstas razones, pero además la excesiva represión hacia los manifestantes.

De igual manera, los datos obtenidos de la variable actores-protagonistas permitió a la investigación corroborar que el medio tradicional desde su representación y significación al ser uno de los referentes de la prensa tradicional ecuatoriana, otorgó mayor protagonismo al ex presidente Moreno, a los ministros y autoridades de gobierno, así como a los representantes del sector empresarial y productivo convirtiéndose en su voz mediática e informativa.

Este compendio de resultados también reflejó que Radio La Calle, a diferencia del medio tradicional, alejándose totalmente de una lógica comercial mediática (Vallés 2010), pues no funcionó bajo esta dinámica, otorgó el protagonismo y voz a los actores sociales de las manifestaciones, es decir, a los manifestantes, al movimiento indígena y a la propia ciudadanía que se expresó en vivo a través de llamadas y entrevistas, así como por medio de sus redes sociales y su página web.

Además de que, siendo un medio nativo digital relativamente nuevo en la esfera mediática nacional, desde su función y cobertura periodística al visibilizar y ser un portavoz mediático de sus protagonistas sociales, de esas otras voces y opiniones, de los manifestantes y la ciudadanía, como se señaló en el capítulo dos, también logró un crecimiento significativo en el número de seguidores y de su audiencia.

Protagonistas a los cuales los medios también les otorgaron ciertos atributos y cualidades, a partir de sus valores y competencias, para conferirles una denotada relevancia, calificándolos desde su tratamiento mediático con porcentajes que evidenciaron su clara inclinación hacia estos actores, así se recuerda que *El Comercio* con el 95,4% y con el 98,8% confirió a sus protagonistas, a Lenín Moreno y a los ministros y autoridades de gobierno las cualidades de: justo, democrático, responsable y competente, mientras que Radio La Calle con un porcentaje totalmente contrapuesto, con el 11,8% y 22,7%, les otorgó estos mismos atributos.

Concediendo por el contrario del medio tradicional altos porcentajes a sus protagonistas, con el 86,7%, a Jaime Vargas, 95% a Leónidas Iza, 36,4% a los indígenas y 18% a los manifestantes, calificándolos como: justo, democrático, responsable y competente.

Cabe señalar que sin ser una tesis que se centró y profundizó en la investigación de la opinión pública, la configuración de la esfera pública digital, del espacio virtual, del paralelismo político o de la mediatización, los resultados obtenidos evidenciaron que tanto el medio tradicional como el nativo digital construyeron un proceso mediatizador a partir de su propia voz, su tratamiento mediático-informativo y de la relevancia, invisibilización o señalamiento

hacia sus públicos o contra públicos. Proceso desde donde asumieron un rol político por medio de la interacción e interrelación que desplegaron ante los actores y protagonistas de las manifestaciones sociales, a través de sus relatos y producción noticiosa, como guardianes y partidarios (Mazzoleni y Schulz 1999) en defensa o rechazo de una decisión política, económica y social. Al contribuir en la construcción de la esfera pública y mediática de octubre de 2019, desde sus propias representaciones y posicionamientos.

En cuanto al origen de la información para su tratamiento mediático, los resultados obtenidos evidenciaron precisamente que la réplica informativa de los actores y protagonistas que realizó cada medio de comunicación obedecieron y provinieron de sus fuentes. Así, los datos demostraron que *El Comercio* utilizó en sus mayores porcentajes, el 51,6% de fuentes oficiales institucionales para publicar y difundir sus contenidos noticiosos y Radio La Calle, con el 52,6%, se constituyó en su propia fuente de información a partir de sus coberturas en vivo y desde la calle como escenario político y social (Fillieule y Tartakowsky 2015) de las manifestaciones con la diferencia que el 24%, su segunda mayor fuente de información, procedió de los testigos del lugar o la ciudadanía en redes, fuentes de las que el medio tradicional apenas se retroalimentó con el 6,9%.

Estos hallazgos, sus lecturas e interpretaciones, referentes al tratamiento mediático-informativo y los roles de los medios, expuestas de manera concisa en este capítulo, más las contempladas en el capítulo cuatro, evidencian que *El Comercio* asumiendo una lógica de público mediático difundió con centralidad, tendencia positiva y protagonismo la postura de los públicos competentes de juicios racionales, autorizados y generadores de opinión pública (Habermas 1990), resaltando desde su producción noticiosa el accionar y decisiones de las élites políticas, económicas y empresariales del país, durante las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

Radio La Calle, desde estas mismas consideraciones teóricas y analíticas, pero desde una lógica de contra público, en sentido opuesto al medio tradicional, desde la centralidad de sus temas otorgó protagonismo y voz mediática a los manifestantes y al movimiento indígena, aquí considerados como contra públicos, públicos subalternos o públicos contestatarios (Fraser, 1997), que sobrepasando ciertas premisas teóricas que lo caracterizan, las propuestas por la misma Nancy Fraser (1997) en esta manifestación social y acción colectiva desde la calle (Fillieule y Tartakowsky 2015) a más de generar opinión pública alcanzaron también poder de decisión al lograr que Moreno acepte su principal petición y derogue el Decreto 883. Medio nativo digital que desde una lógica mediática (Vallés 2010) contrapuesta a los

intereses de las élites políticas, económicas y empresariales, visibilizó y comunicó en particular las razones y motivos de las manifestaciones y sus actores sociales, la falta de liderazgo político del gobierno nacional y la desmedida represión por parte de las fuerzas del orden.

Sin embargo, de las disyuntivas y contra posturas identificadas y confirmadas a través de las estadísticas expuestas, la investigación no pretende reducir la función de estos actores mediáticos a un determinado rol en favor o en contra de un gobierno, de la clase política, empresarial o de los actores sociales sus públicos y contra públicos o situarlos en la acérrima defensa de un presidente o de la lucha social.

Estos contrastes, roles, adherencias y conflictos identificados desde el tratamiento mediático-informativo de los medios estudiados pretendieron ahondar y proponer mayores cuestionamientos, por ejemplo, en cómo estas determinadas funciones de los medios de comunicación pueden constreñir o expandir la esfera pública, exponiendo los efectos que estas dinámicas provocan en la opinión pública desde fenómenos sociales y acciones colectivas como las de octubre de 2019, y sí estos efectos pueden acercar o alejar todavía más a la ciudadanía y las clases populares de sus gobernantes y las decisiones políticas.

Efectos que también pueden influir en la escasa credibilidad y consumo de los medios tradicionales de comunicación, apuntado cada vez más como alternativa de información a los medios nativos digitales que, de igual manera, no siempre pueden configurarse como contra públicos y no necesariamente pueden actuar de manera diferente a las lógicas mediáticas y comerciales de sus antecesores.

Por tanto y con base a estos resultados, criterios analíticos y referencias teóricas, la investigación confirma que su primera hipótesis se cumplió, que *El Comercio* como público fue replicador informativo de la postura del gobierno nacional y el sector empresarial, mientras que el medio nativo digital Radio La Calle como contra público fue portavoz mediático amplificador de los participantes y representantes de las manifestaciones de octubre de 2019.

5.2. Posicionamiento de los medios

La segunda pregunta de la investigación planteó revelar ¿cuáles fueron las posiciones ideológicas que asumió *El Comercio* y Radio La Calle como público y contra público, durante la manifestación social y la acción colectiva de octubre de 2019 en Ecuador?

Interrogante de la cual se originó la segunda hipótesis de la investigación que refirió a que *El Comercio*, como público, se adhirió al discurso oficial del gobierno nacional y su política neoliberal, mientras que el medio nativo digital Radio La Calle, como contra público, asumió una posición en defensa de los derechos sociales y de resistencia de los manifestantes de octubre de 2019, por la derogación del Decreto 883.

De igual manera, pero previamente establecida una función y lógica en sentido público y contra público desarrollada por los medios, los datos que entregó el análisis de contenido de su producción noticiosa, en especial de su posicionamiento y tendencia permitieron responder a esta segunda pregunta, datos que evidenciaron la clara posición no solo mediática informativa, sino discursiva e ideológica de los medios.

Así, el medio tradicional desde su relato noticioso y desde su propia opinión, es decir, desde su ideología, se presentó desfavorable a los actores y protagonistas sociales de las manifestaciones y favorable a la voz de Moreno, por ende adherido a favor del discurso del gobierno nacional y de su política neoliberal, a través de una clara postura y defensa editorial, mientras que el medio nativo digital exponiendo frontalmente su posición ideológica, en contraposición a Moreno, desplegó su cobertura periodística y su producción noticiosa destacando la legítima acción de los manifestantes y su derecho a la resistencia y reclamo por la derogación de un decreto contemplado dentro de un paquete de medidas económica que obedecían probable y claramente a las cláusulas contractuales de los prestadores internacionales del gobierno nacional. La presentación sucinta de los principales datos y porcentajes expuestos en el capítulo anterior respalda estas primeras y concisas afirmaciones.

De esta manera, el porcentaje más alto de *El Comercio*, el 38% marcó su posición desfavorable hacia los actores y protagonistas de las manifestaciones sociales de octubre de 2019 y por el contrario con el 25,9% expresó su favorecimiento a Moreno. Resultados que al ser profundizados dejaron manifiesta la dinámica informativa del medio tradicional de apoyo hacia este actor político, que a pesar de alcanzar un porcentaje significativo de adherencia desde su producción noticiosa se resistía a develar su inclinación, misma que sí se hizo explícita y expresa desde su independencia editorial, pues todos sus editoriales expresaron su acuerdo y favorecimiento hacia las decisiones y acciones tomadas por Moreno y las autoridades de gobierno, convirtiéndose en un público dominante y autorizado (Fraser 1997) de la esfera mediática tradicional del Ecuador, también defensor de la institucional, la democracia y la paz ciudadana.

Por su parte el medio nativo digital con el 47%, se posicionó desfavorablemente ante Moreno, y con el 13,1% fue favorable a los actores y protagonistas de las manifestaciones, pero además resultados y porcentajes como el 12% en desfavor de María Paula Romo demostraron el claro posicionamiento de Radio La Calle en contra del presidente Moreno y de la ministra Romo, autoridad que dirigió las acciones de la Policía Nacional ante los manifestantes y el movimiento indígena.

Este resultado de posicionamiento del medio nativo digital se correlacionó precisamente con una de sus temáticas centrales, la represión de las fuerzas del orden en especial de la policía y debido a esta situación, a través de su cobertura y relato noticioso, el medio difundió públicamente la defensa de los derechos humanos de los manifestantes, de los propios periodistas y el movimiento indígena ante este enfrentamiento con las fuerzas del orden en desiguales condiciones, así como su legítimo derecho a la resistencia social y a la protesta movilizadora por la eliminación del Decreto 883.

Relato y cobertura noticiosa que procuró resaltar, más que la violencia, el caos y la propia conflictividad de las manifestaciones, la vulneración de derechos humanos, pues como se contextualizó en el capítulo dos, periodistas de medios privados y medios digitales fueron violentados; policías heridos, manifestantes y miembros del movimiento indígena fallecidos. Hechos que fueron confirmados por el informe especial sobre octubre de 2019 elaborado por la Defensoría del Pueblo.⁵¹

El posicionamiento favorable del medio tradicional hacia Moreno y al gobierno nacional, desde las variables analizadas, en ocasiones expreso y en otras no explícito también se puso de manifiesto a través del efecto inverso, es decir, desde el énfasis de su posicionamiento desfavorable hacia los protagonistas sociales de las manifestaciones, como los resultados refieren; afirmación que se respalda y complementa con el 43,1% de sus portadas desfavorables a estos actores sociales, y con un porcentaje significativo de portadas, el 27% que se posicionaron a favor de Moreno.

Al respecto, cabe hacer énfasis en que las portadas del medio tradicional, desfavorables a los manifestantes y al movimiento indígena y favorables a Moreno, constituyeron, como se señaló en el capítulo de resultados, uno de sus elementos más importantes y sobresalientes al

⁵¹ Séptimo Informe de la Defensoría del Pueblo con resultados de la vulneración de Derechos durante el Estado de Excepción durante las manifestaciones de octubre de 2019. En: [La Defensoría del Pueblo presenta séptimo informe con resultados de la vulneración de derechos durante el Estado de Excepción - Defensoría del Pueblo \(dpe.gob.ec\)](http://dpe.gob.ec)

conformar la página inicial en imagen y texto, por constituir esa primera impresión que observan y reciben sus lectores e incluso sus audiencias indirectas.

En lo que respecta a la tendencia (uso de adjetivos) del medio frente a estos actores políticos y sociales de las manifestaciones, los datos demostraron una vez más que *El Comercio* otorgó una imagen positiva al presidente y al gobierno, y que Radio La Calle con un alto porcentaje, con el 37,2% demostró su tendencia negativa hacia estos actores políticos, y con el 10,9% otorgó una imagen positiva a los manifestantes.

De igual manera, el medio tradicional también demostró una tendencia negativa hacia los manifestantes, con el 38% mayor porcentaje negativo que utilizó el medio nativo digital frente a Moreno y al gobierno.

Tal como se señaló en el capítulo de resultados, llamó la atención el bajo porcentaje de adjetivos que el relato noticioso del medio tradicional utilizó para dar una imagen positiva a Moreno y al gobierno, pero como se interpretó, el resultado respondió al cuidado que este medio mantuvo en la construcción de su narrativa periodística, sobre todo, desde sus noticias para no revelar explícitamente su adherencia ideológica hacia estos actores. Sin embargo, como también se manifestó en párrafos anteriores, esta adherencia sí quedó demostrada desde sus editoriales, género que expone claramente el posicionamiento de los medios, y su rigurosidad periodística fue puesta a prueba al momento de señalar y construir una imagen negativa de los manifestantes. Una lógica inversa como se la ha llamado que no se manifestó desde el medio nativo digital.

Así mismo, las fuentes de información de los medios, en este caso de *El Comercio* relacionada con la tendencia o adjetivación manifestó, entre sus resultados de mayor relevancia, su carácter deliberante, ya que el 40% de la producción noticiosa del medio tradicional que otorgó una imagen positiva a Moreno o al gobierno se originaron desde los propios actores políticos de gobierno con un casi inexistente porcentaje de imagen negativa desde estas mismas fuentes. Resultado relevante, pues determinó un marcado apego entre el actor político como fuente y el medio tradicional como portavoz mediático. Adherencia que, desde el relato noticioso, las voces amplificadas que protagonizó el medio tradicional, y desde su propia voz, comunicó el discurso, opinión e imagen pública de Moreno y del gobierno nacional, otorgándoles el carácter de públicos autorizados, acreditados y dueños del raciocinio (Habermas 1994) sensato en favor del orden instaurado y la democracia.

Por su parte, Radio La Calle establecido como un contra público de Moreno y del gobierno, con el 50% de su producción noticiosa generó una imagen positiva de los manifestantes, siendo su principal fuente informativa, su propia cobertura, voz y relato noticioso. De igual manera, con el 27% formó una imagen positiva de los manifestantes desde los testigos del lugar o la ciudadanía en redes como sus fuentes de información, estableciendo una correlación positiva entre estos actores y estas fuentes.

Estos resultados constituyen uno de los más claros indicadores del rol de este medio en favor de la labor y despliegue de los manifestantes y el movimiento indígena en el territorio nacional, de su capacidad organizativa y de su acción colectiva, como enfatizó textualmente el relato noticioso de este medio. Función periodística enfocada, como propuso la conjetura investigativa, en una posición en defensa de los derechos sociales y de resistencia de los manifestantes de octubre de 2019. Ejemplo de este posicionamiento resaltando la capacidad movilizadora de los manifestantes y el movimiento indígena fue el transmitido el 11 de octubre, donde los periodistas Santiago Aguilar y Édison Pérez describieron literalmente:

¿Quieren ver hasta dónde llega esta movilización? Es una marea humana que se tomó las avenidas Patria, 12 de Octubre y 6 de Diciembre colmada con ríos de gente que se manifestaba contra un gobierno incompetente y represor, que hace minutos atrás reprimió cobardemente con gases lacrimógenos y fuerza desmedida a grupos de mujeres, ancianos, sobre todo mujeres lideresas de comunidades indígenas que encabezaron esta movilización (Tomado de las unidades de análisis 1 311, entre los tiempos: 1:32.31 y 1:34.50)⁵².

Este recuento de los resultados más relevantes corroboran, y parafraseando ciertas referencias teóricas ya expuestas, que *El Comercio* desde su posicionamiento ideológico comunicó una opinión pública dominante (Lasswell 1985), claramente apegado a la postura del gobierno nacional, a la del presidente y al de las autoridades oficiales, demostrando desde su producción noticiosa y, sobre todo, desde sus editoriales una clara inclinación periodística y afinidad política hacia estos actores gubernamentales, efectivizando un paralelismo político desde un denotado nivel de correspondencia (Hallin y Mancini 2007) en defensa del orden político e institucional actuante.

Los hallazgos también evidenciaron el posicionamiento ideológico de Radio La Calle a favor de los actores y protagonistas de las manifestaciones y del movimiento indígena, en defensa de su legítimo derecho a la resistencia social, cuyo principal objetivo fue la derogación del

⁵² <https://business.facebook.com/radiolacalle/videos/529175747626857/>

Decreto 883. Así lo evidenció de inicio su tratamiento mediático-informativo cuando este medio otorgó porcentajes de centralidad a la defensa de derechos, reivindicación y reconocimiento.

Posicionamiento que a diferencia del medio tradicional fue comunicado pública y frontalmente, rompiendo una común dinámica de clientelismo y desarrollo de roles entre los medios y el poder (Guerrero y Márquez 2014), auto proclamándose en repetidas ocasiones como la voz del pueblo y de la calle.

Posturas y roles del nativo digital que, en contraposición al discurso oficial y mediático dominante, además y a partir de la interacción y la conversación directa con sus escuchas y seguidores, lograron una expansión dialógica (White 2004) de la esfera pública y mediática, que amplificó voces y relatos noticiosos desde una diversidad de temas y opiniones, logrando entre sus audiencias y la ciudadanía un empoderamiento de actitud e identidad (Rodríguez, 2009), frente a la protesta social.

Recuento de estadísticas y lecturas que complementan el debate y la relación teórica-analítica planteadas y que sugieren al medio tradicional como un actor mediático con un nivel de injerencia a gran escala en la esfera pública (Oxhorn 2003) a favor de la línea gubernamental y en desfavor de los manifestantes y el movimiento indígena que en varias ocasiones desde su narrativa periodística y editorialista desvirtuó y deslegitimó el alcance de su acción colectiva, al señalarlos como un grupo de manifestantes que se dejaron manipular y utilizar por fuerzas políticas externas y desestabilizadoras del orden democrático instituido.

Medio tradicional que promovió también desde sus textos y relatos noticiosos, con base a una “acción ideológica muy específica” (Santander 2011, 211), lograr el ocultamiento de latentes contradicciones sociales, provocado así un efecto reduccionista; un estrechamiento en el espacio y la esfera pública de las manifestaciones de octubre de 2019.

Radio La Calle, a pesar de su expresa y pública adherencia ideológica y posicionamiento a favor de los actores sociales no solo se quedó en esta tendencia y manera de informar, sino que por el contrario del medio tradicional planteó una diferente y diversa manera de escuchar, percibir e imaginar la sociabilidad (Warner 2012) de la protesta de octubre y sobre todo de los manifestantes, de sus razones y presencia en las calles de Quito y del país, promoviendo nuevas esferas digitales discursivas y una expansión dialógica (White 2004) y dinámica de la movilización nacional, motivando también entre sus audiencias y la ciudadanía un

empoderamiento de actitud e identidad (Rodríguez 2009), durante la coyuntura política y social de las manifestaciones de octubre de 2019.

De tal manera, desde esta serie de reflexiones críticas, datos y bajo la correlación de los resultados y las líneas teóricas propuestas, la investigación confirma que su segunda hipótesis también se cumplió.

5.3 Conflictividad e interpelación de los medios

La tercera pregunta que planteó la investigación se refirió sobre ¿en qué medida los medios que funcionaron como públicos y los que se desempeñaron como contra públicos establecieron relaciones de disputa y conflictividad interpelantes, durante las manifestaciones sociales de octubre de 2019 en Ecuador?

Cuestionamiento que originó la tercera hipótesis de la investigación sobre si el medio tradicional *El Comercio* y el medio nativo digital Radio La Calle establecieron relaciones de disputa y conflictividad interpelantes entre sí, a los manifestantes y al gobierno nacional, durante las manifestaciones sociales de octubre de 2019 en Ecuador.

En este último acápite, los resultados obtenidos de la atribución de responsabilidad, la apelación en sentido de cuestionamiento o referencia y de la conflictividad propia de las manifestaciones presentes en la producción noticiosa de los medios permitieron responder a la tercera pregunta de la investigación.

Respuesta configurada y evidenciada desde la variada data obtenida del análisis, así como del enfrentamiento de variables, que demostró una serie de relaciones de disputa y conflictividad originada desde los medios que con un nivel de apelación, señalamiento e interpelación se dirigieron entre sí y hacia los actores políticos y sociales de las manifestaciones de octubre de 2019. El recuento de los principales porcentajes y resultados ya presentados en el capítulo cuatro, en este punto fortalecen estas aseveraciones.

La atribución en sentido de responsabilidad por las manifestaciones de octubre de 2019 que los medios realizaron a través de su señalamiento noticioso hacia los actores sociales y políticos determinó que *El Comercio* con el 44,6% responsabilizó por las movilizaciones y manifestaciones sociales a los manifestantes, frentes y organizaciones sociales y Radio La Calle con un mayor porcentaje, con el 47,4% atribuyó como responsable al gobierno nacional, al presidente y desde esta variable además señaló también a los ministros.

Los medios eximieron con un bajo porcentaje del nivel de responsabilidad a sus públicos protagonistas, en el caso del medio tradicional al gobierno, al presidente y los ministros, y en el caso del medio nativo digital a sus contra públicos, es decir, a los manifestantes, frentes y organizaciones sociales, actores donde se incluyen el movimiento indígena ecuatoriano.

Señalamientos mediáticos que a más del propio contexto y del claro posicionamiento en disputa de los actores enfrentados en favor y en contra de las medidas y el régimen y la propia protesta, profundizó la conflictividad social entre los protagonistas de las manifestaciones y la ciudadanía que asumió una posición determinada.

Resultó crucial para la investigación revelar cómo el medio tradicional desde su producción noticiosa también responsabilizó por las movilizaciones y las manifestaciones al movimiento indígena, a quien señaló previamente en sus portadas, evidenciando desde la correlación de variables, uno de los resultados de mayor interés para el estudio, el referido anteriormente, es decir, la estratégica función del medio en invisibilizar al movimiento indígena desde la centralidad de sus temas pero sí desde su atribución en textos e imágenes exponerlo como uno de los responsables directos por las manifestaciones de octubre de 2019.

El ex presidente Correa no estuvo por fuera del señalamiento noticioso y sobre todo editorial del medio tradicional que lo dictaminó como el responsable de manipular las manifestaciones para orquestar junto a actores infiltrados incluso del exterior un golpe de Estado y la desestabilización del orden instaurado y la democracia, desvirtuando la capacidad movilizadora, la acción colectiva y el resultado reivindicador que empezaron a obtener los manifestantes y en especial del movimiento indígena.

Estas aseveraciones sustentadas en los datos expuestos en el capítulo anterior indican un claro tratamiento mediático-informativo y una tendencia, pero también como se manifestó, produjeron relaciones de conflicto y de disputa entre estos actores políticos y entre el actor mediático tradicional.

En este sentido, Radio La Calle no responsabilizó a este actor político, pero como quedó demostrado tampoco le otorgó una relevante centralidad temática ni protagonismo mediático, siendo coherente en su relato y posicionamiento. Protagonismo que sí fue atribuido a los actores sociales desde una clara contraposición al discurso oficial del gobierno e informativo replicador de *El Comercio*, actores a los que el medio nativo digital interpeló desde su producción noticiosa y discurso mediático.

Pertinente entonces enfatizar algunas referencias teóricas ya planteadas del medio tradicional como una institución-empresa portadora de la opinión pública de las élites (Habermas 1990), que desde su doble rol como actor mediático y político (Mazzoleni y Schulz 1999) resaltó la conflictividad, la violencia y el vandalismo de las manifestaciones, de los manifestantes y del movimiento indígena, a quienes responsabilizó por las mismas, sin profundizar en los motivos y las razones de su protesta y su presencia en la calle (Fillieule y Tartakowsky 2015), estableciendo al mismo tiempo relaciones de conflictividad y disputa entre los actores sociales y políticos de octubre de 2019.

Mientras que el medio nativo digital siendo portavoz de los manifestantes y los públicos subordinados configurado como un contra público o público subalterno (Fraser 1997) desde su producción noticiosa y propia voz interpeló al gobierno nacional y a sus representantes, así como al medio tradicional y a sus pares, estableciendo una clara disputa no tanto por el espacio sino por la narrativa periodística de octubre de 2019, comunicando e informando el mundo desde una incesante e interminable producción de la experiencia y relato noticioso (Bertocchi 2013).

Interpelación evidenciada en el 26% de las unidades analizadas de Radio La Calle con las que apeló en sentido de cuestionamiento hacia los actores políticos del gobierno nacional frente al 49,4% con las que *El Comercio* lo hizo, pero frente a los actores sociales de las manifestaciones.

Estos datos, junto a los expuestos en el capítulo IV, permitieron a la investigación evidenciar la medida en que la disputa y conflicto, de relevantes porcentajes más del 70 por ciento en los dos medios, sobre todo desde el medio nativo digital, que expuso mayor número de temáticas generadoras de conflictividad, se desarrolló entre los actores políticos y sociales de las manifestaciones sociales, además de resaltar una nueva dinámica de conflictividad y en particular de interpelación entre sus actores mediáticos. Dinámica de disputa que a tiempo constituyó también un relevante propósito investigativo para el estudio.

Desde esta disputa se pudo entender cómo *El Comercio* con apenas el 0,6% apeló o hizo referencia a los actores mediáticos de las manifestaciones, dato que permitió a más de entender el comportamiento de los públicos mediáticos fuertes en medio de conflictos sociales, confirmar que conociendo su carácter y estatus dominante en la esfera mediática no tuvieron necesidad de apelar relevante o porcentualmente a otro medio, menos aun cuando no

lo identifica como su par. Así como cuando invisibilizó otros hechos u otros actores y protagonistas, logrando una contracción dialógica (White 2003-2004) de la esfera pública.

Mientras que Radio La Calle con 10,1% sí interpeló a estos actores, sobre todo, a los medios tradicionales, entre ellos al medio tradicional analizado, por su inacción y silencio comunicacional ante ciertos hechos de las manifestaciones y por su potente voz mediática frente a otros.

Interpelación que el medio nativo digital realizó desde su relato noticioso respondiendo también a las demandas de su audiencia (Salavierra; Martínez Costa 2021) por cada vez comunicar, desde redes colaborativas (Shapiro 2012) con otros medios digitales y la propia ciudadanía, los hechos invisibilizados por los medios tradicionales. Acciones que difundieron y reconocieron a otras voces y posturas (Moragas 2004), ampliando el espacio de disputa y relato informativo, ensanchando la esfera y la opinión pública de las manifestaciones sociales de octubre de 2019.

Porcentajes que teórica, académica y analíticamente permiten confirmar que el medio tradicional replicando una posición única y oficial de un gobierno acusador permeó la opinión pública y señaló como responsables de las manifestaciones sociales con sus graves consecuencias en el sector productivo y empresarial del país, y hasta en la salud mental de la ciudadanía en contra de las protestas, a los manifestantes y al movimiento indígena sin clarificar en el mismo espacio, portadas y número de páginas sí se trató realmente de un tema de delincuentes infiltrados y de fuerzas desestabilizadoras del orden democrático.

Además, *El Comercio*, desde su nivel de conflictividad confirma la teoría del miedo y los temores colectivos (Oxhorn 2003) y del nivel de violencia en las calles (Fillieule y Tartakowsky 2015) infundado desde grupos violentos y minoritarios que fueron exponencialmente difundidos desde sus noticias como aquellos sujetos infiltrados, manejados y patrocinados desde el exterior, desde el ex presidente Rafael Correa y sus coidearios para desestabilizar el orden instaurado y al gobierno nacional.

Bajo esta presencia de actores ajenos a la movilización, el medio tradicional logró también juzgar mediáticamente y por igual a los manifestantes sociales y al movimiento indígena, y además y después de los días de manifestación desde sus relatos noticiosos lo situó en su lugar original, trabajando en los campos.

Con el nivel de conflicto y de señalamiento en sentido de responsabilidad, el medio tradicional reafirmó también la dinámica mediática dominante de conflictuar todavía más las

coyunturas políticas de movilización y protesta desde sus portadas, titulares y editoriales carentes de la postura social y de las voces disidentes y populares, aquellas interlocutoras y generadoras de contra esferas públicas (Samaniego de la Fuente 2022), ausentes en su producción noticiosa y fundamentales para el entendimiento integral de una convulsión política y social enfrentada por el Ecuador.

Desde estas reflexiones y correlaciones analíticas no se pretende deslindar al medio nativo digital como un actor mediático que no señaló y problematizó la coyuntura política social de octubre, pues las estadísticas lo demuestran, pero precisamente este señalamiento y conflictividad en mayor porcentaje incluso y a diferencia del medio tradicional no solo enfocó al presidente del gobierno nacional, ya que también interpeló a los actores financieros internacionales, así como a las autoridades de gobierno, a las fuerzas públicas del orden y a los propios medios de comunicación tradicional del país.

Sin embargo, de estos hallazgos y lecturas, de igual manera, la investigación no pretende encasillar al medio tradicional como un enemigo público y mediático de los manifestantes, pues su lógica mediática-comercial (Vallés 2010) y hasta su nivel de paralelismo político (Hallin y Mancini 2007) lo hizo responder a sus mejores y adecuados intereses. Ni tampoco se pretende embanderar a Radio La Calle como el nuevo y único medio nativo digital, paladín de la protesta social y las manifestaciones de octubre de 2019, pero como se enfatizó en el párrafo anterior, los porcentajes y su análisis conlleva a situarlo como un claro referente de los nuevos medios nativos digitales del Ecuador que se configuraron como contra públicos subalternos de la esfera y el espacio público de la protesta nacional de octubre de 2019.

Por lo tanto, con base en este recuento de los principales resultados y hallazgos, que ratifican las relaciones de disputa, conflictividad e interpelación entre los diferentes actores mediáticos políticos y sociales de las manifestaciones de octubre de 2019, que logró una acción colectiva desde las calles (Fillieule y Tartakowsky 2015) y provocó que la voz y postura de los manifestantes y el movimiento indígena se reconocida (Moragas, 2004) oficialmente, tras alcanzar una reivindicación simbólica con la derogación del Decreto 883, la investigación confirma que su tercera hipótesis se cumplió.

Finalmente, la investigación considera que, cumpliendo con el propósito ulterior de sus objetivos, al entregar una data significativa de los roles, funciones, dinámicas y posturas ideológicas de los medios analizados durante las manifestaciones de octubre de 2019 en Ecuador, con la que espera aportar al debate y al campo investigativo comunicacional

nacional y regional, desea proponer otras preguntas que orienten hacia investigaciones modernas de los nuevos actores sociales y mediáticos del mundo real o virtual, aquellos públicos, contrapúblicos e incluso subcontrapúblicos en permanente disputa y afectación de la esfera y la opinión pública, desde sus efectos reductores o ampliatorios; desde su reconocimiento, participación social, democrática y deliberativa; desde su auténtica inclusión en los modos de desarrollo de la sociedad.

Aperturas o cuestionamientos acerca de si precisamente estos efectos perjudican todavía más a la credibilidad y consumo de los medios tradicionales, apuntado como alternativa hacia los medios nativos digitales de comunicación, que no necesariamente pueden actuar de manera diferente a las lógicas mediáticas y comerciales de sus antecesores y ¿cómo desde su ideología y su accionar mediático reconfiguran permanentemente una esfera pública, digital o virtual, cada vez más compleja y complejizadora de los actores del mundo social?

Finalmente, la investigación también desea que sus hallazgos y resultados contribuyan al estudio del comportamiento, la sujeción o evolución de otros actores mediáticos, en referencia particular, los medios comunitarios y populares ante nuevos procesos de manifestación frente a conflictos sociales, políticos y económicos en épocas de constante transformación de la esfera pública y mediática, por ejemplo, frente a manifestaciones sociales como las acontecidas en junio de 2022 en el Ecuador.

Referencias bibliográficas

- Acosta, Miguel y Luz Parra. 1995. *Los procesos electorales en los medios de comunicación. Guía para el análisis de contenido electoral en México*. México D.F. Académica mexicana de derechos humanos, A.C. y Universidad Iberoamericana.
- Albuquerque, Alfonso. 2012. "O Paralelismo político em questão". *Compólitica*. pp. 1-35. Disponible en: <http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/23>
- Alvira, Francisco. 1983. "Perspectiva cualitativa/perspectiva cuantitativa en la Metodología Sociológica". *Revista Internacional de Investigaciones Sociológicas*. pp.53-75.
- Atkins, Sue; Clear, Jeremy; Ostler, Nicholas. 1992 "Corpus design criterio". *Literary and linguistic computing*, vol. 7, N° 1. pp. 1-16. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/242692098_Corpus_Design_Criteria
- Arendt, Hanna. 1993. *La Condición humana*. Barcelona. Paidós. Cap. II: "La esfera pública y la esfera privada". Disponible en: <https://ezequielssingman.files.wordpress.com/2020/09/la-condicion-humana-hannah-arendt.pdf>
- Ayala, Enrique. 2012. *La Prensa en la Historia del Ecuador: Una breve visión general*. Quito. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Barbero, Jesús Martín. 1991. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura, y hegemonía*. México: Gustavo Gili.
- _____. 2001. "Reconfiguraciones comunicativas de lo público." *Análisis: quaderns de comunicació i cultura* 26. pp. 71-88.
- Bardin, Laurence. 1986. *Análisis de Contenido*. Madrid. Ediciones Akal S.A.
- Berelson, Bernardo. 1952. *Content Analysis in Communication Researches*. Glencoe III: Free Press.
- Berganza Conde, María Rosa y José Ruiz San Roque. 2005. *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Aravaca. McGraw-Hill.
- Bourdieu, Pierre. 1980. *La opinión pública no existe* en: *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.
- _____. 1990. "Algunas propiedades de los campos", *Sociología y Cultura*. México, Editorial Grijalbo. pp. 135-141.
- Blumler Jay y Gurevitch, Michael. 1995. *La crisis de la comunicación pública*. Londres, Nueva York. Routledge
- Ceriola, Juan. 1990. *Historia del periodismo en el Ecuador*. Guayaquil: Tip. y Lit. de la Sociedad Filantrópica del Guayas.
- Cornejo Urbina, Franklin. 2015. "Una mirada al interior de la comunicación". *Disertaciones*, vol. 8, N° 1.
- Chavero, Palmira; JJ González, F Bouza, AR Castromil, R Rodríguez. 2013. "La mediatización de la agenda política: la discusión del pacto social como conflicto de agendas". *Revista Latina de Comunicación Social*. 2009-2011.
- Chavero, Palmira y Martín Oller. 2015. "Políticas públicas en comunicación y sistemas mediáticos. El caso de Ecuador". *Comunicación y periodismo en Ecuador frente a los desafíos contemporáneos*, editado por Daniel Barredo, Martín Oller, y Sergio Hernández. Cuadernos Artesanos Latina/74.
- Chavero, Palmira. 2018. "Mediatización de la política en los nuevos gobiernos latinoamericanos: de la confrontación a la reconciliación". Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6519179>

- Chavero, Palmira; González, Andrea. 2021. "Rafael Correa and the Media: A Study of Political Parallelism in Ecuador (2013–2017)" *Information Technology and Systems*: 300-309. Disponible en: <https://www.flacsoandes.edu.ec/node/63251>
- Champagne, Patrick. 2002. *Hacer la Opinión, el nuevo juego político*. La Paz. Plural Editores.
- Chomsky, Noam y Herman, Edward. 1998. *Los Guardianes de la libertad*. Barcelona, Crítica. pp:11-80.
- Di Pietro, Pedro José. 2006. "¿A dónde van? Itinerarios contrapúblicos y Recorridos plurilógicos." *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Jujuy*. N°. 31 (2006): pp.173-207. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18503110>
- De Mendonça, Jorge. 2008. "News values in news websites: An empirical study of the criteria of newsworthiness in Argentina and Brazil". *Brazilian Journalism Research*.
- Dewey, John. 2004. *La opinión pública y sus problemas*. Ediciones Morata, Madrid, pp. 59-76; 116-180.
- Fair, Hernan. 2011. "La función de los medios masivos de comunicación en la legitimación de las reformas de mercado". Consideraciones a partir del caso argentino durante el primer gobierno de Carlos Menem (1989-1995). Universidad de Buenos Aires, *Revista SAAP* Vol. 5, N° 1, pp.93-130. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/rשאap/v5n1/v5n1a04.pdf>
- Fairclough, Norman. 2003. *Genres and generic structure in Analysing Discourse*. Textual analysis for social research, Routledge.
- Fillieule, Olivier; Tartakowsky, Danielle. 2015. *La manifestación. Cuando la acción colectiva toma las calles*. Buenos Aires. Siglo XXI Editores.
- Fraser, Nancy. 1990. *Rethinking the public sphere: A contribution to the actually existing democracy*", en Calloun, Craig (ed). *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge: The mit Press.
- Fraser, Nancy. 1997. *Pensando de nuevo la esfera pública*. Una contribución a la crítica de las democracias existente en Ilustra Interrumpa. Reflexiones críticas desde la posición postsocialista. Bogotá. Siglo del Hombre Editores.
- Goffman, Erving; Perrén, Torres; Setaro, Flora.1981. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. N.º 302 G6. Buenos Aires: Amorrortu.
- González Pazos, Jesús. 2019. *Los grupos de comunicación dominantes en Medios de Comunicación: CLACSO*. Stable. Disponible en: <https://www.jstor.org/stable/j.ctv1gm030s.5>
- Guerrero, M y Márquez, M. (2014). "El modelo liberal capturado de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina". *Temas de Comunicación*. N.º 29, pp. 135-170.
- Habermas, Jürgen.1973. Öffentlichkeit (ein Lexikonartikel) 1964 y Die Geschichte von den zwei Revolutionen (H. Arendt). Reed. en "Kultur und Kritik". Francfort a.M.: Suhrkamp.
- _____ 1981-1994. *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, S.A.
- _____ 1991. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge: MIT Press.
- _____ 1998. *Facticidad y validez*. Madrid: Trotta; primera edición alemana: Faktizität und Geltung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1992.
- Hallin, Daniel y Paolo Mancini. 2007. *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona.

- Hamburger Fernández, Álvaro. 2014. "El Socialismo Del Siglo XXI En América Latina: Características, Desarrollos y Desafíos". *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-30632014000100007
- Head, Brian William. 1985. "Destutt de Tracy: Ideology, Language, and the Critique of Metaphysics". *Harold Bloom, ed., French Prose and Criticism, 1790 to World War II*, pp. 7-34. Nueva York, Chelsea House Publishers.
- Hegel, Georg. W. 1821. *Grundlinien der Philosophie des Rechts oder Naturrecht und Staatswissenschaft im Grundrisse*. Frankfurt a.M., Alemania.
- Hernán, Fair. 2011. "La función de los medios masivos de comunicación en la legitimación de las reformas de mercado". Consideraciones a partir del caso argentino durante el primer gobierno de Carlos Menem (1989-1995). Universidad de Buenos Aires, *Revista SAAP* Vol. 5, N°. 1, pp. 93-130. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/rשאap/v5n1/v5n1a04.pdf>
- Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado, y María del Pilar Baptista Lucio. 2010. *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGraw Hill Interamericana Editores S.A.
- Hjarvard, Stig. 2008. "The Mediatization of Society A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change". *Nordicom Review* 29. pp. 105-134.
- Igartua, Juan y María Humanes. 2004. *Teoría e investigación en Comunicación Social*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Igartua Perosanz, Juan José. 2006. *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Editorial Bosch S.A.
- Kant, Immanuel. 1784. *¿Qué es la Ilustración?* Fondo de Cultura Económica, México, 1981, página 25. Traducción de Eugenio Imaz.
- Kircher, Mirta. 2014. "La prensa escrita: actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica". *Revista De Historia* N.º 10, pp.115-122. Disponible en: <https://revele.uncoma.edu.ar/index.php/historia/article/view/219>
- Krippendorff, Klaus.1990. *Metodología del análisis de contenido*. Teoría y práctica. Barcelona: Paidós.
- Lasswell, Harold. 1985. *Estructura y función de la comunicación en la sociedad* en Moragas, Sociología de la Comunicación de Masas ii. Barcelona: Gustavo Gil.
- Lazarsfeld, P.; Merton, R. 1977. *La communication de Masas*. Centro Editor de América Latina, Buenos Aires.
- Lippmann, Walter. 2003. *La Opinión Pública*, Langre, Madrid, pp. 15-44; 55-62; 81-90; 275-288.
- Manin, Bernard. 1988. *Los principios del gobierno representativo*. Madrid, Alianza Editorial, *Revista de Estudios Sociales*, (6), pp. 130-13.
- Martínez Palacios, Jone. 2017. "Contra-públicos feministas e innovaciones democráticas. Estrategias para una profundización democrática inclusiva". *Revista de Estudios Políticos*, 178, pp.105-136. Disponible en: <https://doi.org/10.18042/cepc/rep.178.04>
- Mazzoleni, Gianpietro y Winfried Schulz. 1999. "Mediatization of politics: ¿a challenge for democracy?" *Political Communication*, 16, pp.247-261. Disponible en: <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/105846099198613>

- Medeiros, Jonás. 2019. “Do “Feminismo popular” ao “Feminismo periférico”: mudanças estruturais em contrapúblicos da zona leste de são paulo”. *Revista Novos Rumos Sociológicos*. Vol. 7. Nº 11. pp. 300-335.
- McAdam, Doug; Tarrow Sidney y Tilly Charles. 2005. *Dinámica de la contienda política*. Barcelona. Editorial Hacer.
- McLuhan, Marshall. 1994. *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona, España. Paidós.
- McLuhan, Marshall y Fiore, Quentin. 2015. *El Medio es el Mensaje: Un inventario de efectos*. Buenos Aires, Argentina: La Marca Editora.
- Miller, M. M., y Bonnie Riechert. 2001. *The spiral of opportunity and frame resonance. Mapping the issue cycle in news and public discourse*. New Jersey: Lawrance Erlbaum Associates.
- Mouffe, Chantal. 2007. *Entorno a lo político*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Neuendorf, Kimberly. 2002. *The Content Analysis Guidebook*. California: Sage Publications.
- Obando Sandoval, Eduardo. 2015. “Impacto de los medios de comunicación de masas sobre la opinión pública: ¿sobre los peligros de la adolescencia?”. Universidad Austral de Chile. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/dpp/v11n1/v11n1a03.pdf>
- Oxhorn, Philip. 2003. “Cuando la democracia no es tan democrática. La exclusión social y los límites de la esfera pública en América Latina”. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, vol. XLVI, Nº 187, enero-abril, pp. 131- 176. Universidad Nacional Autónoma de México Distrito Federal, México.
- Punín, María Isabel; Rivera, Diana. 2014. “Las primeras huellas del periodismo ecuatoriano. De la censura a la libertad de prensa”. *Revista de la Asociación Española de la Investigación de la Comunicación. RAE-IC*. Recuperado de: <http://www.revistaaic.eu/index.php/raeic/article/view/37>
- Quintero Velázquez, Oscar. 2019. “La esfera pública en las teorías de la comunicación”. *Revista Erasmus Semilleros de Investigación*. Enero-Diciembre 2019;4(1).pp.110-118.
- Ramírez, Franklin. 2020. *Octubre y el derecho a la resistencia: revuelta popular y neoliberalismo autoritario en Ecuador*. Buenos Aires: CLACSO. Libro digital, PDF Archivo Digital: descarga y online ISBN 978-987-722-607-2.
- Reig, Ramón. 2009. “Bases teóricas y documentales para el estudio de la Estructura de la Información y el análisis estructural de los mensajes”. *Revista de Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 15, 385-407. Universidad de Sevilla. Disponible en: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/28240/12556-12636-1-PB.PDF?sequence=1&isAllowed=y>
- Riazanov, David. 1932. “La Ideología Alemana. Crítica de la novísima filosofía alemana en las personas de sus representantes”. Disponible en: <https://www.marxists.org/espanol/m-e/1846/ideoalemana/index.htm>
- Rivera, José. 2012. “Mapa de medios digitales del Ecuador 2012”. Quito: CIESPAL. Disponible en: <https://labmedia.org/wp-content/uploads/docs/ES/Mapa-medios-digitales-Jos%82-Rivera-Costales.pdf>
- Salavierra, Ramón, Martínez Costa, María. 2021. “Medios nativos digitales: así están transformando el periodismo”. Disponible en: <https://theconversation.com/medios-nativos-digitales-asi-estan-transformando-el-periodismo-173528>

- Samaniego de la Fuente, Ricardo. 2022. "Pluralismo y Narrativas Disidentes en la Esfera Pública Latinoamericana" *Revista Fermentario*, 17 (1), pp. 5-23, 2023.
- Saperas, Enric. 1987. *Efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel. pp.19- 51.
- Sartori, Geovanni.1998. *El Homo Videns*, Buenos Aires. Taurus, Alfaguara.
- Seymour-Ure, Colin.1974. *El impacto político de los medios de comunicación*. Londres, Beverly Hills.
- Scolari, Carlos. 2008. *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona. Editorial Gedisa, S.A.
- Somohano, Abel. 2012. "El concepto de poder simbólico como recurso para comprender la dimensión política de la comunicación masiva: hacia una posible articulación entre las propuestas de Pierre Bourdieu y John B. Thompson", *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, N° 10, pp. 3-33.
- Strömbäck, Jesper. 2008. "Cuatro fases de la mediatización: un análisis de la mediatización de la política". *Safe Publications. Prensa / Política*, 13 (3): pp.228-246.
- Sue Atkins; Jeremy Clear y Nicholas Ostler. 1991. "Corpus Desing Criteria". *Literary and Linguistic Computing* 7(1):1-16. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/242692098>
- Thompson, John. 1990. "Ideology and Modern Culture, Critical Social Theory in the Era of Mass Communication". *Carnbridge: Polity Press*. Disponible en: http://dx.doi.org/10.5209/rev_MESO.2012.n10.39680
- Vallés, José. 2010. "Política Democrática y Comunicación: Un Rapto Consentido". Madrid, *Revista de Estudios Políticos*, pp. 11-50.
- van Dijk, Teun A. 2003. *Las estructuras ideológicas del discurso en Ideología y discurso*. Barcelona, Ariel Lingüística, Madrid, pp. 55-75.
- _____. 2009. "Discurso político y cognición política" en *Discurso y poder*. Gedisa Editorial Barcelona, páginas 251-314.
- Warner, Michael. 2012. *Público, Públicos y Contrapúblicos*. FCE México. Colección Umbrales.
- Venegas, Vergara, Emilio; Andrés; GAINZA, Carolina; COTTET, Pablo; CUMSILLE, Guillermo; SÁEZ, Chiara; JIMÉNEZ, Juan; ASTORGA, Marcelo. 2015. "Elementos para la investigación crítica y compleja de la opinión pública en Chile" *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, vol. 8. N° 2. Universidad del Rosario, Colombia Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511553193002>
- Weber, Robert. 1990. *Basic Content Analysis*. California: Sage Publications.
- Vinocur, Rosalía. 2001. "Redes virtuales y comunidades de internautas, nuevos núcleos de sociabilidad y reorganización de la esfera pública. *Perfiles latinoamericanos. Revista de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede México*. Vol. 10, N°. 18, 2001. pp. 75-92
- Wimmer, Roger y Dominick, Joseph. 1996. *La investigación científica de los medios de comunicación*. Una introducción a sus métodos. Barcelona: Bosch.
- Zuluaga, Jimena y Gómez, Silvia. 2019. "Medios nativos digitales en América latina: Agenda, Sostenimiento e influencia". *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*. No 141 agosto-noviembre. CIESPAL. Ecuador.

Fuentes documentales de Internet

- Agencia EFE (11 de octubre de 2019) “Cientos de guerreros de la Amazonía ecuatoriana se unieron este viernes a las protestas de indígenas en Quito contra las medidas económicas del Gobierno” Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=II1cT6F-wk>
- Anuario de las Empresas de Comunicación del Ecuador 2011-2012. Recuperado de: https://www.academia.edu/9309379/Anuario_de_las_Empresas_de_Comunicaci%C3%B3n_de_Ecuador
- Banco Central del Ecuador. 2018. Boletín 03-2018. “Ecuador creció 3.0% en 2017 y confirma el dinamismo de su economía” Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-crecio-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economia>
- Banco Central del Ecuador. 2019. Boletín 12-2019. “La economía ecuatoriana creció en 1,3 en 2018”. Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1327-la-econom%C3%ADa-ecuadoriana-creci%C3%B3-13-en-2018>
- Canales ciudadanos. Llegar indígenas a Quito. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Kc1qF-ZmRb0>
- Canales ciudadanos. Llegada de los indígenas Quito-Ecuador. Cristian TV. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=G8XTNie6Xcg>
- CEPAL 2019. *Panorama Social de América Latina*. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44969/5/S1901133_es.pdf
- COHA 2019 (10 de octubre de 2019). “Ecuador: gobierno de Lenín Moreno sacrifica a los sectores empobrecidos para satisfacer al FMI”. Disponible en: <https://www.coha.org/ecuador-gobierno-de-lenin-moreno-sacrifica-a-los-sectores-empobrecidos-para-satisfacer-al-fmi/>
- Deutsche Welle (DW), cadena periodística independiente de Alemania para el extranjero. “Cronología del paro en Ecuador, lo que vino después” Disponible en: <https://www.dw.com/es/cronolog%C3%ADa-del-paro-en-ecuador-y-lo-que-vino-despu%C3%A9s/a-51456988>
- El Comercio* (10 de julio de 2017): Lenín Moreno: “Rafael, que tengas un buen viaje; la revolución sigue adelante, hay un cambio de estilo”. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/leninmoreno-mesaservida-libertadexpresion-criisiseconomica.html>
- El Comercio* (22 de diciembre de 2018): “Desde el 26 de diciembre del 2018 rige alza de precio de las gasolinas extra y ecopaís en Ecuador”. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/gobierno-cupos-taxis-gasolina-subsidios.html>
- El Comercio* (2 de octubre de 2019): “Lenín Moreno anuncia 6 medidas económicas y 13 propuestas de reforma”. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/lenin-moreno-medidas-economicas-ecuador.html>
- El Comercio* (2 de octubre de 2019): “FMI apoya las reformas laborales y las medidas económicas en Ecuador”. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/comunicado-fmi-apoyo-medidas-ecuador.html>
- El Universo* (19 de febrero de 2019): “Maestros jubilados de Machala se crucificaron para reclamar pago de bonos”. Recuperado de:

- <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/02/19/nota/7196996/maestros-jubilados-machala-se-crucificaron-reclamar-pago-bonos/>
- El Universo* (27 de diciembre de 2019): “Jaime Roldós y Rafael Correa registraron mayor índice de aprobación de sus gestiones, según Cedatos”. Recuperado de:
<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/12/27/nota/7666941/expresidentes-jaime-roldos-rafael-correa-aprobacion-encuestas/>
- Gestión Digital. 2020. “Desde 2017 la pobreza no deja de crecer” Recuperado de:
<https://www.revistagestion.ec/sociedad-analisis/desde-2017-la-pobreza-no-deja-de-crecer>
- INEC 2017. Boletín primer trimestre de 2017. “Desempleo muestra la reducción más significativa de los últimos cinco años Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo – Resultados marzo 2017”. Recuperado de:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/desempleo-muestra-la-reduccion-mas-significativa-de-los-ultimos-cinco-anos/>
- INEC 2017. “Encuesta Nacional De Empleo, Desempleo y Subempleo. Indicadores de Pobreza y Desigualdad junio 2017”. Recuperado de:
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2017/Junio/062017_Pobreza%20VF.pdf
- INEC 2017. “Reporte de Economía Laboral. Septiembre de 2017”. Recuperado de:
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Septiembre/Informe_Economia_laboral-sep17.pdf
- INEC 2017. “Reporte de Pobreza y Desigualdad. Diciembre 2017”. Recuperado de:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2017/Diciembre/Reporte%20pobreza%20y%20desigualdad%20dic17.pdf>
- INEC 2017. “Encuesta Multipropósito: Tecnologías de la Información y Comunicación 2017 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos”. Recuperado de:
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics%202017_270718.pdf
- INEC 2018. “Reporte de pobreza y desigualdad. Junio 2018”. Recuperado de:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Diciembre-2018/Boletin%20tecnico%20de%20empleo%20diciembre%202018.pdf>
- INEC 2018. Boletín técnico: “Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo – Resultados diciembre 2018”. Recuperado de:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Diciembre-2018/Boletin%20tecnico%20de%20empleo%20diciembre%202018.pdf>
- INEC 2019. “Encuesta Multipropósito-TIC 2019. Tecnologías de la Información y Comunicación”. Recuperado de:
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas_Sociales/TIC/2019/201912_Principales_resultados_Multiproposito_TIC.pdf
- Informe Anual en español del FMI 2019. “Nuestro mundo conectado”. Recuperado:
<https://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2019/eng/assets/pdf/imf-annual-report-2019-es.pdf>
- Informe Defensoría del Pueblo. “Séptimo informe”. Disponible en:
[La Defensoría del Pueblo presenta séptimo informe con resultados de la vulneración de derechos durante el Estado de Excepción - Defensoría del Pueblo \(dpe.gob.ec\)](http://LaDefensoria.delPueblo.presenta.septimo.informe.con.resultados.de.la.vulneracion.de.derechos.durante.el.Estado.de.Excepcion.-Defensoria.del.Pueblo.(dpe.gob.ec))

La República (24 de mayo de 2018) Lenín Moreno “Se lo llevaron todo” Recuperado de:

<https://www.larepublica.ec/blog/2018/05/24/lenin-moreno-se-lo-llevaron-todo/>

MENTINNO Consultora. “Ranking Digital: Medios de Comunicación Ecuador 2019”. Recuperado de:

<https://blog.formaciongerencial.com/ranking-digital-medios-de-comunicacion-en-ecuador-2019/>

Plataforma: Va por ti Ecuador: “Lenín Moreno, odio a los que votaron por mí”. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=DwxRzFwISPE&t=23s>

Anexos

Tablas completas del análisis de variables

Tabla 4.4. Tema principal del medio de comunicación

		Nombre del medio de comunicación		Total
		<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	
Medidas económicas y reformas	Recuento	122	108	230
	% dentro del nombre del medio de comunicación	19,2%	12,4%	15,3%
	Residuos corregidos	3,7	-3,7	
Combustibles; Eliminación de subsidios; alza de precios	Recuento	25	25	50
	% dentro del nombre del medio de comunicación	3,9%	2,9%	3,3%
	Residuos corregidos	1,2	-1,2	
Créditos internacionales con el FMI	Recuento	0	9	9
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,0%	1,0%	0,6%
	Residuos corregidos	-2,6	2,6	
Manifestaciones; protesta social; paro nacional	Recuento	192	330	522
	% dentro del nombre del medio de comunicación	30,3%	37,8%	34,7%
	Residuos corregidos	-3,00	3,00	
Intento de golpe de Estado; desestabilización del orden democrático	Recuento	31	5	36
	% dentro del nombre del medio de comunicación	4,9%	0,6%	2,4%
	Residuos corregidos	5,4	-5,4	
Producción: servicios, transporte, sector estratégico, conectividad, cierre de vías, agresión al bien público, turismo	Recuento	105	11	116
	% dentro del nombre del medio de comunicación	16,6%	1,3%	7,7%
	Residuos corregidos	11,00	-11,00	
Salud	Recuento	4	0	4
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,6%	0,00%	0,3%
	Residuos corregidos	2,3	-2,3	
Educación	Recuento	13	3	16
	% dentro del nombre del medio de comunicación	2,1%	0,3%	1,1%

	Residuos corregidos	3,2	-3,2	
Empleo, desempleo, salario	Recuento	0	1	1
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,0%	0,1%	0,1%
	Residuos corregidos	-0,9	0,9	
Defensa de derechos, reivindicación, reconocimiento	Recuento	16	68	84
	% dentro del nombre del medio de comunicación	2,5%	7,8%	5,6%
	Residuos corregidos	-4,4	4,4	
Relaciones internacionales y diplomáticas	Recuento	4	0	4
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,6%	0,0%	0,3%
	Residuos corregidos	2,3	-2,3	
Vandalismo, violencia, bloqueos, saqueos y caos	Recuento	65	5	70
	% dentro del nombre del medio de comunicación	10,3%	0,6%	4,6%
	Residuos corregidos	8,8	-8,8	
Represión de las fuerzas del orden	Recuento	1	144	145
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,2%	16,5%	9,6%
	Residuos corregidos	-10,6	10,6	
Seguridad ciudadana	Recuento	2	7	9
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,3%	0,8%	0,6%
	Residuos corregidos	-1,2	1,2	
Solidaridad	Recuento	10	42	52
	% dentro del nombre del medio de comunicación	1,6%	4,8%	3,5%
	Residuos corregidos	-3,4	3,4	
Diálogo, acuerdo	Recuento	15	19	34
	% dentro del nombre del medio de comunicación	2,4%	2,2%	2,3%
	Residuos corregidos	0,2	-0,2	
Desacuerdo, oposición	Recuento	2	8	10
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,3%	0,9%	0,7%
	Residuos corregidos	-1,4	1,4	
Legislativo y Judicial	Recuento	18	6	24
	% dentro del nombre del medio de comunicación	2,8%	0,7%	1,6%

	Residuos corregidos	3,3	-3,3	
Crisis social y económica como obstrucciones al desarrollo inherente del ser humano	Recuento	0	4	4
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,0%	0,5%	0,3%
	Residuos corregidos	-1,7	1,7	
Inacción de los medios privados tradicionales	Recuento	0	23	23
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,0%	2,6%	1,5%
	Residuos corregidos	-4,1	4,1	
Inacción de los medios digitales	Recuento	0	1	1
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,0%	0,1%	0,1%
	Residuos corregidos	-0,9	0,9	
Derogación del Decreto 883	Recuento	0	12	12
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,0%	1,4%	0,8%
	Residuos corregidos	-3,0	3,0	
Renuncia o salida de Lenin Moreno	Recuento	0	6	6
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,0%	0,7%	0,4%
	Residuos corregidos	-2,1	2,1	
Coerción, limitación y restricción de libertad de expresión y prensa	Recuento	0	15	15
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,0%	1,7%	1,0%
	Residuos corregidos	-3,3	3,3	
Otros	Recuento	9	20	29
	% dentro del nombre del medio de comunicación	1,4%	2,3%	1,9%
	Residuos corregidos	-1,2	1,2	
Total	Recuento	634	872	1506
	% dentro del nombre del medio de comunicación	100.0%	100.0%	100.0%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.7. Actores-protagonistas del medio de comunicación

		Nombre del medio de comunicación		Total	
		<i>El Comercio</i>	Radio La Calle		
¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	Lenín Moreno, presidente del Ecuador	Recuento	65	68	133
		% dentro del nombre del medio de comunicación	10,3%	7,8%	8,8%
		Residuos corregidos	1,7	-1,7	
	Otto Sonnenholzner vicepresidente de Ecuador	Recuento	1	3	4
		% dentro del nombre del medio de comunicación	0,2%	0,3%	0,3%
		Residuos corregidos	-0,7	-7,2	
	María Paula Romo, ministra de Gobierno	Recuento	9	13	22
		% dentro del nombre del medio de comunicación	1,4%	1,5%	1,5%
		Residuos corregidos	-0,1	0,1	
	Oswaldo Jarrin, ministro de Defensa	Recuento	3	2	5
		% dentro del nombre del medio de comunicación	0,5%	0,2%	0,3%
		Residuos corregidos	0,8	-0,8	
	Ministros y autoridades de gobierno	Recuento	84	22	106
		% dentro del nombre del medio de comunicación	13,2%	2,5%	7,0%
		Residuos corregidos	0,8	-0,8	
	Alcaldes y autoridades locales	Recuento	39	26	65
		% dentro del nombre del medio de comunicación	6,2%	3,0%	4,3%
		Residuos corregidos	3	-3	
	Jaime Vargas, presidente de la CONAIE	Recuento	16	15	31
		% dentro del nombre del medio de comunicación	2,5%	1,7%	2,1%
		Residuos corregidos	1,1	-1,1	
	Leónidas Iza, presidente del Movimiento Indígena de Cotopaxi	Recuento	4	20	24
		% dentro del nombre del medio de comunicación	0,6%	2,3%	1,6%
		Residuos corregidos	-2,5	2,5	
Mesías Tatamuez, presidente del Frente Unitario de Trabajadores	Recuento	3	4	7	
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,5%	0,5%	0,5%	
	Residuos corregidos	0,0	0		
		Recuento	20	35	55

Representantes, dirigentes y miembros de federaciones, consejos, movimientos, sindicatos o gremios	% dentro del nombre del medio de comunicación	3,2%	4,0%	3,7%
	Residuos corregidos	-0,9	0,9	
Indígenas	Recuento	27	99	126
	% dentro del nombre del medio de comunicación	4,3%	11,4%	8,4%
	Residuos corregidos	-4,9	4,9	
Dirigentes políticos y assembleístas	Recuento	36	15	51
	% dentro del nombre del medio de comunicación	5,7%	1,7%	3,4%
	Residuos corregidos	4,2	-4,2	
Representantes de Frentes ciudadanos, organizaciones, colectivos y asociaciones	Recuento	13	17	30
	% dentro del nombre del medio de comunicación	2,1%	1,9%	2,0%
	Residuos corregidos	0,1	-0,1	
Representantes de Organismos Internacionales	Recuento	14	11	25
	% dentro del nombre del medio de comunicación	2,20%	1,3%	1,7%
	Residuos corregidos	1,4	-1,4	
Manifestantes	Recuento	69	183	252
	% dentro del nombre del medio de comunicación	10,9%	21,0%	16,7 %
	Residuos corregidos	-5,2	5,2	
Docentes secundarios, universitarios	Recuento	3	4	7
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,5%	0,5%	0,5%
	Residuos corregidos	0,0	0	
Autoridades de la Academia y la Iglesia	Recuento	13	4	17
	% dentro del nombre del medio de comunicación	2,1%	0,5%	1,1%
	Residuos corregidos	2,9	-2,9	
Representantes y autoridades del sector productivo e industrial	Recuento	60	1	61
	% dentro del nombre del medio de comunicación	9,5%	0,1%	4,1%
	Residuos corregidos	9,1	-9,1	
Empresarios, emprendedores y comerciantes	Recuento	30	0	30
	% dentro del nombre del medio de comunicación	4,7%	0,0%	2,0%
	Residuos corregidos	6,5	-6,5	
	Recuento	5	0	5

Expertos económicos	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,8%	0,0%	0,3%
	Residuos corregidos	2,6	-2,6	
Fuerzas del orden, policía y militares	Recuento	11	98	109
	% dentro del nombre del medio de comunicación	1,7%	11,2%	7,2%
	Residuos corregidos	-7,0	7	
Representantes de la función Judicial y Fiscalía	Recuento	13	3	16
	% dentro del nombre del medio de comunicación	2,1%	0,3%	1,1%
	Residuos corregidos	3,2	-3,2	
Rafael Correa o correísmo	Recuento	3	0	3
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,5%	0,0%	0,2%
	Residuos corregidos	2,0	-2	
Ciudadanía: la gente o audiencia que no es parte de los manifestantes y se expresa Varios de los anteriores	Recuento	32	91	123
	% dentro del nombre del medio de comunicación	5,0%	10,4%	8,2%
	Residuos corregidos	-3,8	3,8	
	Recuento	29	7	36
	% dentro del nombre del medio de comunicación	4,6%	0,8%	2,4%
	Residuos corregidos	4,7	-4,7	
Mismo medio de Comunicación	Recuento	0	47	47
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,0%	5,4%	3,1%
	Residuos corregidos	-5,9	5,9	
Periodistas	Recuento	3	21	24
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,5%	2,4%	1,6%
	Residuos corregidos	-3,0	3	
Madres, familiares y padres de familia	Recuento	2	3	5
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,3%	0,3%	0,3%
	Residuos corregidos	-0,1	0,1	
Representante de Instituciones de Derechos Humanos o Defensoría del Pueblo	Recuento	3	3	6
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,5%	0,3%	0,4%
	Residuos corregidos	0,4	-0,4	
Otros	Recuento	24	54	78
	% dentro del nombre del medio de comunicación	3,80%	6,2%	5,2%
	Residuos corregidos	-2,1	2,1	

Total	Recuento	634	872	1506
	% dentro del Nombre del Medio de Comunicación	100,00%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.8. Atributos A protagonistas de *El Comercio*

		Lenín Moreno, presidente del Ecuador	Otto Sonnenholzner, vicepresidente del Ecuador	María Paula Romo, ministra de Gobierno	Oswaldo Jarrín, ministro de Defensa	Ministros y autoridades de gobierno
Honesto, íntegro, leal	Recuento	48	1	6	3	62
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	73,8%	100,0%	66,7%	100,0%	73,8%
Deshonesto, inmoral, desleal	Recuento	0	0	0	0	0
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Neutro	Recuento	17	0	3	0	22
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	26,2%	0,0%	33,3%	0,0%	26,2%

		Alcaldes y autoridades locales	Jaime Vargas, presidente de la CONAIE	Leónidas Iza, presidente del Movimiento Indígena de Cotopaxi	Mesías Tatamuez, presidente del Frente Unitario de Trabajadores	Representantes, dirigentes y miembros de federaciones, consejos, movimientos, sindicatos o gremios	Indígenas
Honesto, íntegro, leal	Recuento	20	0	2	0	7	2
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	51,3%	0,0%	50,0%	0,0%	35,0%	7,4%
Deshonesto, inmoral, desleal	Recuento	2	6	1	0	3	13
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	5,1%	37,5%	25,0%	0,0%	15,0%	48,1%
Neutro	Recuento	17	10	1	3	10	12
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	43,6%	62,5%	25,0%	100,0%	50,0%	44,4%

		Dirigentes políticos y asambleístas	Representantes de frentes ciudadanos, organizaciones, colectivos y asociaciones	Representantes de Organismos Internacionales	Manifestantes	Docentes secundarios, universitarios	Autoridades de la Academia y la Iglesia
Honesto, íntegro, leal	Recuento	12	8	11	0	3	12
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	33,3%	61,5%	78,6%	0,0%	100,0%	92,3%
Deshonesto, inmoral, desleal	Recuento	2	0	0	59	0	0
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	5,6%	0,0%	0,0%	85,5%	0,0%	0,0%
Neutro	Recuento	22	5	3	10	0	1
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	61,1%	38,5%	21,4%	14,5%	0,0%	7,7%

		Representantes y autoridades del sector productivo e industrial	Empresarios, emprendedores y comerciantes	Expertos económicos	Fuerzas del orden, policía y militares	Representantes de función Judicial y Fiscalía	Rafael Correa o correísmo
Honesto, íntegro, leal	Recuento	42	24	3	8	9	1
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	70,0%	80,0%	60,0%	72,7%	69,2%	33,3%
Deshonesto, inmoral, desleal	Recuento	1	0	0	0	0	0
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Neutro	Recuento	17	6	2	3	4	2
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	28,3%	20,0%	40,0%	27,3%	30,8%	66,7%

		Ciudadanía: la gente o audiencia que no es parte de los manifestantes y se expresa	Varios de los anteriores	Periodistas	Madres, familiares y padre de familia	Representantes de Instituciones de Derechos Humanos o Defensoría del Pueblo	Otros	Total
Honesto, íntegro, leal	Recuento	12	18	2	1	1	9	327
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	37,5%	62,1%	66,7%	50,0%	33,3%	37,5%	51,6%
Deshonesto, inmoral, desleal	Recuento	0	1	0	0	0	5	93
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	0,0%	3,4%	0,0%	0,0%	0,0%	20,8%	14,7%
Neutro	Recuento	20	10	1	1	2	10	214
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	62,5%	34,5%	33,3%	50,0%	66,7%	41,7%	33,8%
	Recuento	32	29	3	2	3	24	634
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.9. Atributos A de los protagonistas de Radio La Calle

		Lenin Moreno, presidente del Ecuador	Otto Sonnenholzner, vicepresident e del Ecuador	María Paula Romo, ministra de Gobierno	Oswaldo Jarrín, ministro de Defensa	Ministros y autoridades de gobierno	Alcaldes y autoridades locales
Honesto, íntegro, leal	Recuento	7	0	0	0	4	12
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	10,3%	0,0%	0,0%	0,0%	18,2%	46,2%
Deshonesto, inmoral, desleal	Recuento	33	0	12	2	9	1
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	48,5%	0,0%	92,3%	100,0%	40,9%	3,8%
Neutro	Recuento	28	3	1	0	9	13
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	41,2%	100,0%	7,7%	0,0%	40,9%	50,0%

		Jaime Vargas, presidente de la CONAIE	Leónidas Iza, presidente del Movimiento Indígena de Cotopaxi	Mesías Tatamuez, presidente del Frente Unitario de Trabajadores	Representantes, dirigentes y miembros de federaciones, consejos, movimientos, sindicatos o gremios	Indígenas	Dirigentes políticos y asambleístas
Honesto, íntegro, leal	Recuento	14	20	2	23	54	4
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	93,3%	100,0%	50,0%	65,7%	54,5%	26,7%
Deshonesto, inmoral, desleal	Recuento	0	0	0	1	1	2
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	0,0%	0,0%	0,0%	2,9%	1,0%	13,3%
Neutro	Recuento	1	0	2	11	44	9
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	6,7%	0,0%	50,0%	31,4%	44,4%	60,0%

		Representantes de frentes ciudadanos, organizaciones, colectivos y asociaciones	Representantes de Organismos Internacionales	Manifestantes	Dirigentes estudiantiles y estudiantes	Docentes secundarios, universitarios	Autoridades de la Academia y la Iglesia
Honesto, íntegro, leal	Recuento	16	10	62	2	4	4
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	94,1%	90,9%	33,9%	66,7%	100,0%	100,0%
Deshonesto, inmoral, desleal	Recuento	0	0	8	0	0	0
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	0,0%	0,0%	4,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Neutro	Recuento	1	1	113	1	0	0
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	5,9%	9,1%	61,7%	33,3%	0,0%	0,0%

		Representantes y autoridades del sector productivo e industrial	Fuerzas del orden, policía y militares	Representantes de función Judicial y Fiscalía	Ciudadanía: la gente o audiencia que no es parte de los manifestantes y se expresa	Varios de los anteriores	Mismo medio de comunicación
Honesto, íntegro, leal	Recuento	0	4	0	62	2	41
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	0,0%	4,1%	0,0%	68,1%	28,6%	87,2%
Deshonesto, inmoral, desleal	Recuento	0	50	1	0	0	0
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	0,0%	51,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Neutro	Recuento	1	44	2	29	5	6
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	100,0%	44,9%	66,7%	31,9%	71,4%	12,8%

		Periodistas	Madres, familiares y padre de familia	Representantes antes de Instituciones de Derechos Humanos o Defensoría del Pueblo	Otros	Total
Honesto, íntegro, leal	Recuento	19	3	3	24	396
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	90,5%	100,0%	100,0%	44,4%	45,4%
Deshonesto, inmoral, desleal	Recuento	1	0	0	16	137
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	4,8%	0,0%	0,0%	29,6%	15,7%
Neutro	Recuento	1	0	0	14	339
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	4,8%	0,0%	0,0%	25,9%	38,9%
	Recuento	21	3	3	54	872
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.10. Atributos B de los protagonistas de *El Comercio*

		Lenín Moreno, presidente del Ecuador	Otto Sonnenhotz er, vicepresident e del Ecuador	María Paula Romo, ministra de Gobierno	Oswaldo Jarrín, ministro de Defensa	Ministros y autoridades de gobierno
Justo, democrático, responsable, competente	Recuento	62	1	7	3	83
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	95,4%	100,0%	77,8%	100,0%	98,8%
Injusto, antidemocrático, irresponsable, incompetente	Recuento	1	0	0	0	0
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Neutro	Recuento	2	0	2	0	1
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	3,1%	0,0%	22,2%	0,0%	1,2%

		Alcaldes y autoridades locales	Jaime Vargas, presidente de la CONAIE	Leónidas Ica, presidente del Movimiento Indígena de Cotopaxi	Mesías Tatamuez, presidente del Frente Unitario de Trabajadores	Representantes, dirigentes y miembros de federaciones, consejos, movimientos, sindicatos o gremios
Justo, democrático, responsable, competente	Recuento	31	2	2	2	12
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	79,5%	12,5%	50,0%	66,7%	60,0%
Injusto, antidemocrático, irresponsable, incompetente	Recuento	4	9	2	0	3
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	10,3%	56,3%	50,0%	0,0%	15,0%
Neutro	Recuento	4	5	0	1	5
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	10,3%	31,3%	0,0%	33,3%	25,0%

		Indígenas	Dirigentes políticos y asambleístas	Representantes de frentes ciudadanos, organizaciones, colectivos y asociaciones	Representantes de Organismos Internacionales	Manifestantes
Justo, democrático, responsable, competente	Recuento	5	26	12	14	1
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	18,5%	72,2%	92,3%	100,0%	1,4%
Injusto, antidemocrático, irresponsable, incompetente	Recuento	17	2	0	0	62
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	63,0%	5,6%	0,0%	0,0%	89,9%
Neutro	Recuento	5	8	1	0	6
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	18,5%	22,2%	7,7%	0,0%	8,7%

		Docentes secundarios, universitarios	Autoridades de la Academia y la Iglesia	Representantes y autoridades del sector productivo o industrial	Empresarios, emprendedores y comerciantes	Expertos económicos
Justo, democrático, responsable, competente	Recuento	3	13	55	25	5
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	100,0%	100,0%	91,7%	83,3%	100,0%
Injusto, antidemocrático, irresponsable, incompetente	Recuento	0	0	0	0	0
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Neutro	Recuento	0	0	5	5	0
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	0,0%	0,0%	8,3%	16,7%	0,0%

		Fuerzas del orden, policía y militares	Representantes de función Judicial y Fiscalía	Rafael Correa o correísmo	Ciudadanía: la gente o audiencia que no es parte de los manifestantes y se expresa	Varios de los anteriores
Justo, democrático, responsable, competente	Recuento	9	13	1	12	23
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	81,8%	100,0%	33,3%	37,5%	79,3%
Injusto, antidemocrático, irresponsable, incompetente	Recuento	0	0	0	0	1
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,4%
Neutro	Recuento	2	0	2	20	5
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	18,2%	0,0%	66,7%	62,5%	17,2%

		Periodistas	Madres, familiares y padre de familia	Representantes de Instituciones de Derechos Humanos o Defensoría del Pueblo	Otros	Total
Justo, democrático, responsable, competente	Recuento	2	2	3	12	441
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	66,7%	100,0%	100,0%	50,0%	69,6%
Injusto, antidemocrático, irresponsable, incompetente	Recuento	0	0	0	7	108
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	0,0%	0,0%	0,0%	29,2%	17,0%
Neutro	Recuento	1	0	0	5	85
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	33,3%	0,0%	0,0%	20,8%	13,4%
	Recuento	3	2	3	24	634
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.11. Atributos B de los protagonistas de Radio La Calle

		Lenín Moreno, presidente del Ecuador	Otto Sonnenholzner, vicepresidente del Ecuador	María Paula Romo, ministra de Gobierno	Oswaldo Jamín, ministro de Defensa	Ministros y autoridades de gobierno
Justo, democrático, responsable, competente	Recuento	8	0	0	0	5
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	11,8%	0,0%	0,0%	0,0%	22,7%
Injusto, antidemocrático, irresponsable, incompetente	Recuento	43	0	12	2	11
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	63,2%	0,0%	92,3%	100,0%	50,0%
Neutro	Recuento	17	3	1	0	6
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	25,0%	100,0%	7,7%	0,0%	27,3%

		Alcaldes y autoridades locales	Jaime Vargas, presidente de la CONAIE	Leónidas Iza, presidente del Movimiento Indígena de Cotopaxi	Mesías Tatamuez, presidente del Frente Unitario de Trabajadores	Representantes, dirigentes y miembros de federaciones, consejos, movimientos, sindicatos o gremios
Justo, democrático, responsable, competente	Recuento	18	13	19	2	21
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	69,2%	86,7%	95,0%	50,0%	60,0%
Injusto, antidemocrático, irresponsable, incompetente	Recuento	1	0	0	0	0
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	3,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Neutro	Recuento	7	2	1	2	14
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	26,9%	13,3%	5,0%	50,0%	40,0%

		Indígenas	Dirigentes políticos y asambleístas	Representantes de frentes ciudadanos, organizaciones, colectivos y asociaciones	Representantes de Organismos Internacionales	Manifestantes
Justo, democrático, responsable, competente	Recuento	36	6	16	9	33
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	36,4%	40,0%	94,1%	81,8%	18,0%
Injusto, antidemocrático, irresponsable, incompetente	Recuento	2	5	0	0	7
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	2,0%	33,3%	0,0%	0,0%	3,8%
Neutro	Recuento	61	4	1	2	143
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	61,6%	26,7%	5,9%	18,2%	78,1%

		Dirigentes estudiantiles y estudiantiles	Docentes secundarios, universitarios	Autoridades de la Academia y la Iglesia	Representantes y autoridades del sector productivo e industrial	Fuerzas del orden, policía y militares
Justo, democrático, responsable, competente	Recuento	2	3	3	0	2
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	66,7%	75,0%	75,0%	0,0%	2,0%
Injusto, antidemocrático, irresponsable, incompetente	Recuento	0	0	0	0	54
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	55,1%
Neutro	Recuento	1	1	1	1	42
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	33,3%	25,0%	25,0%	100,0%	42,9%

		Representantes de función Judicial y Fiscalía	Ciudadanía: la gente o audiencia que no es parte de los manifestantes y se expresa	Varios de los anteriores	Mismo medio de comunicación	Periodistas
Justo, democrático, responsable, competente	Recuento	0	46	1	35	19
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	0,0%	50,5%	14,3%	74,5%	90,5%
Injusto, antidemocrático, irresponsable, incompetente	Recuento	2	0	0	0	1
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%
Neutro	Recuento	1	45	6	12	1
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	33,3%	49,5%	85,7%	25,5%	4,8%

		Madres, familiares y padre de familia	Representantes de Instituciones de Derechos Humanos o Defensoría del Pueblo	Otros	Total
Justo, democrático, responsable, competente	Recuento	1	3	22	323
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	33,3%	100,0%	40,7%	37,0%
Injusto, antidemocrático, irresponsable, incompetente	Recuento	0	0	19	159
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	0,0%	0,0%	35,2%	18,2%
Neutro	Recuento	2	0	13	390
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	66,7%	0,0%	24,1%	44,7%
Total	Recuento	3	3	54	872
	% dentro de ¿Cuáles son los actores-protagonistas de la noticia o unidad de análisis?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.13. Fuentes informativas del medio de comunicación

		Nombre del medio de comunicación			Total
		<i>El Comercio</i>	Radio La Calle		
¿Qué tipo de fuentes ha utilizado principalmente la noticia o la unidad de análisis?	Fuentes oficiales institucionales	Recuento	327	75	402
		% dentro del nombre del medio de comunicación	51,6%	8,6%	26,7%
		Residuos corregidos	18,6	-18,6	
	Actores políticos gobierno	Recuento	35	12	47
		% dentro del nombre del medio de comunicación	5,5%	1,4%	3,1%
		Residuos corregidos	4,6	-4,6	
	Actores políticos no gobierno	Recuento	44	45	89
		% dentro del nombre del medio de comunicación	6,9%	5,2%	5,9%
		Residuos corregidos	1,4	-1,4	
	Expertos económicos	Recuento	7	0	7
		% dentro del nombre del medio de comunicación	1,1%	0,0%	0,5%
		Residuos corregidos	3,1	-3,1	
	Expertos políticos	Recuento	2	4	6
		% dentro del nombre del medio de comunicación	0,3%	0,5%	0,4%
		Residuos corregidos	-0,4	0,4	
	Testigos del lugar o ciudadanía en redes	Recuento	44	209	253
		% dentro del nombre del medio de comunicación	6,9%	24,0%	16,8%
		Residuos corregidos	-8,7	8,7	
	Fuerzas policiales	Recuento	1	0	1
		% dentro del nombre del medio de comunicación	0,2%	0,0%	0,1%
		Residuos corregidos	1,2	-1,2	
Periodistas o medios locales	Recuento	0	51	51	
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,0%	5,8%	3,4%	
	Residuos corregidos	-6,2	6,2		
Agencias de noticias	Recuento	1	1	2	
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,2%	0,1%	0,1%	
	Residuos corregidos	-0,2	0,2		
Fuentes documentales,	Recuento	3	2	5	
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,5%	0,2%	0,3%	

informes oficiales	Residuos corregidos	0,8	-0,8	
Empresarios, comerciantes	Recuento	21	0	21
	% dentro del nombre del medio de comunicación	3,3%	0,0%	1,4%
	Residuos corregidos	5,4	-5,4	
Expertos académicos	Recuento	14	2	16
	% dentro del nombre del medio de comunicación	2,2%	0,2%	1,1%
	Residuos corregidos	3,7	-3,7	
Mismo medio de comunicación que emite	Recuento	116	459	575
	% dentro del nombre del medio de comunicación	18,3%	52,6%	38,2%
	Residuos corregidos	13,5	-13,5	
Periodistas extranjeros	Recuento	0	1	1
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,0%	0,1%	0,1%
	Residuos corregidos	-0,9	0,9	
Varios de los anteriores	Recuento	15	1	16
	% dentro del nombre del medio de comunicación	2,4%	0,1%	1,1%
	Residuos corregidos	4,2	-4,2	
Otros	Recuento	4	10	14
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,6%	1,1%	0,9%
	Residuos corregidos	-1,0	1,0	
Total	Recuento	634	872	1506
	% dentro del nombre del medio de comunicación	100,00%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.14. Posicionamiento del medio de comunicación

		Nombre del Medio de Comunicación			
		<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	Total	
¿La noticia o unidad de análisis apoya o desfavorece a algún actor?	Favorable a Moreno	Recuento	164	16	180
		% dentro del nombre del medio de comunicación	25,9%	1,8%	12,0%
		Residuos corregidos	14,2	-14,2	
	Desfavorable a Moreno	Recuento	28	410	438
		% dentro del nombre del medio de comunicación	4,4%	47,0%	29,1%
		Residuos corregidos	-18,0	18,0	
		Recuento	1	0	1

Favorable a Correa-Correísmo	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,2%	0,0%	0,1%
	Residuos corregidos	1,2	-1,2	
Desfavorable a Correa-Correísmo	Recuento	48	4	52
	% dentro del nombre del medio de comunicación	7,6%	0,5%	3,5%
	Residuos corregidos	7,5	-7,5	
Favorable a Vargas	Recuento	2	1	3
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,3%	0,1%	0,2%
	Residuos corregidos	0,9	-0,9	
Desfavorable a Vargas	Recuento	13	2	15
	% dentro del nombre del medio de comunicación	2,1%	0,2%	1,0%
	Residuos corregidos	3,5	-3,5	
Favorable a Romo	Recuento	3	5	8
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,5%	0,6%	0,5%
	Residuos corregidos	-0,3	0,3	
Desfavorable a Romo	Recuento	3	105	108
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,5%	12,0%	7,2%
	Residuos corregidos	-8,6	8,6	
Favorable a Iza	Recuento	2	0	2
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,3%	0,0%	0,1%
	Residuos corregidos	1,7	-1,7	
Favorable actores y protagonistas de las manifestaciones	Recuento	11	114	125
	% dentro del nombre del medio de comunicación	1,7%	13,1%	8,3%
	Residuos corregidos	-7,9	7,9	
Desfavorable actores y protagonistas de las manifestaciones	Recuento	241	39	280
	% dentro del nombre del medio de comunicación	38,0%	4,5%	18,6%
	Residuos corregidos	16,5	-16,5	
Favorable a medios de comunicación	Recuento	0	3	3
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,0%	0,3%	0,2%
	Residuos corregidos	-1,5	1,5	
Desfavorable a medios de comunicación	Recuento	4	38	42
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,6%	4,4%	2,8%
	Residuos corregidos	-4,3	4,3	
Neutro	Recuento	102	108	210
	% dentro del nombre del medio de comunicación	16,1%	12,4%	13,9%

		Residuos corregidos	2,0	-2,0	
No aplica		Recuento	5	5	10
		% dentro del nombre del medio de comunicación	0,8%	0,6%	0,7%
		Residuos corregidos	0,5	-0,5	
Otros		Recuento	7	22	29
		% dentro del nombre del medio de comunicación	1,1%	2,5%	1,9%
		Residuos corregidos	-2,0	2,0	
Total		Recuento	634	872	1506
		% dentro del Nombre del Medio de comunicación	100,00%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.15. Tono y posicionamiento de los medios de comunicación

		¿Cuál es la tonalidad de la noticia o la unidad de análisis?				
			Positiva	Negativa	Neutra	Total
¿La noticia o unidad de análisis apoya o desfavorece a algún actor?	Favorable a Moreno	Recuento	111	39	30	180
		% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	35,9%	4,4%	9,7%	12,0%
		Residuos corregidos	14,6	-10,8	-1,4	
	Desfavorable a Moreno	Recuento	15	350	73	438
		% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	4,9%	39,4%	23,6%	29,1%
		Residuos corregidos	-10,5	10,6	-2,4	
	Favorable a Correa-correísmo	Recuento	0	1	0	1
		% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%
		Residuos corregidos	-0,5	0,8	-0,5	
	Desfavorable a Correa-correísmo	Recuento	3	41	8	52
		% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	1,0%	4,6%	2,6%	3,5%
		Residuos corregidos	-2,7	3,0	-0,9	
	Favorable a Vargas	Recuento	2	1	0	3
		% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,6%	0,1%	0,0%	0,2%
		Residuos corregidos	2,0	-0,9	-0,9	
		Recuento	0	13	2	15

Desfavorable a Vargas	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,0%	1,5%	0,6%	1,0%
	Residuos corregidos	-2,0	2,2	-0,7	
Favorable a Romo	Recuento	2	5	1	8
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,6%	0,6%	0,3%	0,5%
	Residuos corregidos	0,3	0,2	-0,6	
Desfavorable a Romo	Recuento	6	93	9	108
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	1,9%	10,5%	2,9%	7,2%
	Residuos corregidos	-4,0	6,0	-3,3	
Favorable a Iza	Recuento	1	0	1	2
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,3%	0,0%	0,3%	0,1%
	Residuos corregidos	1,0	-1,7	1,0	
Favorable actores y protagonistas de las manifestaciones	Recuento	81	15	29	125
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	26,2%	1,7%	9,4%	8,3%
	Residuos corregidos	12,8	-11,1	0,8	
Desfavorable actores y protagonistas de las manifestaciones	Recuento	27	229	24	280
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	8,7%	25,8%	7,8%	18,6%
	Residuos corregidos	-5,0	8,6	-5,5	
Favorable a medios de comunicación	Recuento	1	1	1	3
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,3%	0,1%	0,3%	0,2%
	Residuos corregidos	0,6	-0,9	0,6	
Desfavorable a medios de comunicación	Recuento	4	32	6	42
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	1,3%	3,6%	1,9%	2,8%
	Residuos corregidos	-1,8	2,3	-1,0	
Neutro	Recuento	42	52	116	210
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	13,6%	5,9%	37,5%	13,9%
	Residuos corregidos	-0,2	-10,9	13,4	
No aplica	Recuento	2	1	7	10
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,6%	0,1%	2,3%	0,7%

		Residuos corregidos	0,0	-3,2	3,9	
	Otros	Recuento	12	15	2	29
		% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	3,9%	1,7%	0,6%	1,9%
		Residuos corregidos	2,8	-0,8	-18,0	
Total		Recuento	309	888	309	1506
		% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	100,00%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.16. Posicionamiento del medio desde el tipo de unidad analizada

		Tipo de unidad analizada				Total
		Portada	Noticia/Cobertura	Editorial		
¿La noticia o unidad de análisis apoya o desfavorece a algún actor?	Favorable a Moreno	Recuento	37	135	8	180
		% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	27,0%	10,4%	11,9%	12,0%
		Residuos corregidos	14,6	-10,8	-1,4	
	Desfavorable a Moreno	Recuento	4	407	27	438
		% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	2,9%	31,3%	40,3%	29,1%
		Residuos corregidos	-10,5	10,6	-2,4	
	Favorable a Correa-correísmo	Recuento	0	1	0	1
		% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%
		Residuos corregidos	-0,5	0,8	-0,5	
	Desfavorable a Correa-correísmo	Recuento	4	44	4	52
		% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	2,9%	3,4%	6,0%	3,5%
		Residuos corregidos	-2,7	3,0	-0,9	
		Recuento	0	3	0	3

Favorable a Vargas	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%
	Residuos corregidos	2,0	-0,9	-0,9	
Desfavorable a Vargas	Recuento	2	12	1	15
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	1,5%	0,9%	1,5%	1,0%
	Residuos corregidos	-2,0	2,2	-0,7	
Favorable a Romo	Recuento	0	8	0	8
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,0%	0,6%	0,0%	0,5%
	Residuos corregidos	0,3	0,2	-0,6	
Desfavorable a Romo	Recuento	0	104	4	108
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,0%	8,0%	6,0%	7,2%
	Residuos corregidos	-4,0	6,0	-3,3	
Favorable a Iza	Recuento	0	2	0	2
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
	Residuos corregidos	1,0	-1,7	1,0	
Favorable actores y protagonistas de las manifestaciones	Recuento	3	116	6	125
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	2,2%	8,9%	9,0%	8,3%
	Residuos corregidos	12,8	-11,1	0,8	
Desfavorable actores y protagonistas de	Recuento	59	214	7	280
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la	43,1%	16,4%	10,4%	18,6%

las manifestaciones	noticia o análisis				
	Residuos corregidos	-5,0	8,6	-5,5	
Favorable a medios de comunicación	Recuento	0	3	0	3
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%
	Residuos corregidos	0,6	-0,9	0,6	
Desfavorable a medios de comunicación	Recuento	1	35	6	42
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,7%	2,7%	9,0%	2,8%
	Residuos corregidos	-1,8	2,3	-1,0	
Neutro	Recuento	26	181	3	210
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	19,0%	13,9%	4,5%	13,9%
	Residuos corregidos	-0,2	-10,9	13,4	
No aplica	Recuento	0	10	0	10
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,0%	0,8%	0,0%	0,7%
	Residuos corregidos	0,0	-3,2	3,9	
Otros	Recuento	1	27	1	29
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	0,7%	2,1%	1,5%	1,9%
	Residuos corregidos	2,8	-0,8	-18,0	
Total	Recuento	137	1302	67	1506
	% dentro de ¿Cuál es la tonalidad de la noticia o análisis	100,0%	100%	100%	100%

Elaborada por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.17. Adjetivación de la producción noticiosa del medio de comunicación

		Nombre del medio de comunicación			
			<i>El Comercio</i>	Radio La Calle	Total
El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis que pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	Son usados para dar una imagen positiva al presidente o al gobierno	Recuento	28	7	35
		% dentro del nombre del medio de comunicación	4,4%	0,8%	2,3%
		Residuos corregidos	4,6	-4,6	
	Son usados para darle una imagen negativa al presidente o al gobierno	Recuento	6	324	330
		% dentro del nombre del medio de comunicación	0,9%	37,2%	21,9%
		Residuos corregidos	-16,8	16,8	
	Son usados para dar una imagen positiva a los manifestantes	Recuento	5	95	100
		% dentro del nombre del medio de comunicación	0,8%	10,9%	6,6%
		Residuos corregidos	-7,8	7,8	
	Son usados para dar una imagen negativa a los manifestantes	Recuento	241	23	264
		% dentro del nombre del medio de comunicación	38,0%	2,6%	17,5%
		Residuos corregidos	17,8	-17,8	
	Equilibrio: usa adjetivos para ambas posturas	Recuento	20	43	63
		% dentro del nombre del medio de comunicación	3,2%	4,9%	4,2%
		Residuos corregidos	-1,7	1,7	
No usa adjetivos	Recuento	235	286	521	
	% dentro del nombre del medio de comunicación	37,1%	32,8%	34,6%	
	Residuos corregidos	1,7	-1,7		
No aplica	Recuento	99	94	193	
	% dentro del nombre del medio de comunicación	15,6%	10,8%	12,8%	
	Residuos corregidos	2,8	-2,8		
Total	Recuento	634	872	1506	
	% dentro del nombre del medio de comunicación	100,00%	100%	100%	

Elaborada por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.18. Adjetivación de los medios desde las fuentes

El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales										
		Son usados para dar una imagen positiva al presidente o gobierno	Son usados para dar una imagen negativa al presidente o al gobierno	Son usados para dar una imagen positiva a los manifestantes	Son usados para dar una imagen negativa a los manifestantes	Equilibrio: usa adjetivos para ambas posturas	No usa adjetivos	No aplica	Total	
¿Qué tipo de fuentes ha utilizado principalmente la noticia o unidad de análisis?	Fuentes oficiales institucionales	Recuento	13	29	5	128	15	160	52	402
		% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	37,1%	8,8%	5,0%	48,5%	23,8%	30,7%	26,9%	26,7%
		Residuos corregidos	1,4	-8,3	-5,1	8,8	-0,5	2,6	-0,1	
	Actores políticos gobierno	Recuento	14	2	0	8	4	10	9	47
		% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	40,0%	0,6%	0,0%	3,0%	6,3%	1,9%	4,7%	3,1%
		Residuos corregidos	12,7	-3,1	-1,7	-0,1	1,5	-2,0	1,3	
Recuento		1	20	9	17	7	18	17	89	

Actores políticos no gubernamentales	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	2,9%	6,1%	9,0%	6,4%	11,1%	3,5%	8,8%	5,9%
	Residuos corregidos	-0,8	0,1	1,4	0,4	1,8	-2,9	1,8	
Expertos económicos	Recuento	1	0	0	1	0	3	2	7
	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	2,9%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,6%	1,0%	0,5%
	Residuos corregidos	2,1	-1,4	-0,7	-0,2	-0,6	0,5	1,3	
Expertos políticos	Recuento	0	2	0	2	0	1	1	6
	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	0,0%	0,6%	0,0%	0,8%	0,0%	0,2%	0,5%	0,4%
	Residuos corregidos	-0,4	0,7	-0,7	1,0	-0,5	-0,9	0,3	
Testigos del lugar o ciudadana en redes	Recuento	1	71	27	23	7	87	37	253
	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	2,9%	21,5%	27,0%	8,7%	11,1%	16,7%	19,2%	16,8%

	Residuos corregidos	-2,2	2,6	2,8	-3,9	-1,2	-0,1	0,9	
Fuerzas policiales	Recuento	0	0	0	1	0	0	0	1
	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
	Residuos corregidos	-0,2	-0,5	-0,3	2,2	-0,2	-0,7	-0,4	
Periodistas o medios locales	Recuento	0	28	8	3	2	9	1	51
	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	0,0%	8,5%	8,0%	1,1%	3,2%	1,7%	0,5%	3,4%
	Residuos corregidos	-1,1	5,8	2,6	-2,2	-0,1	-2,6	-2,4	
Agencias de noticias	Recuento	0	1	0	0	0	1	0	2
	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
	Residuos corregidos	-0,2	1,0	-0,4	-0,7	-0,3	-0,5	-0,5	
Fuentes documentales, informes	Recuento	0	2	0	3	0	0	0	5
	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los	0,0%	0,6%	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%

oficiales	eventos de las manifestaciones sociales								
	Residuos corregidos	-0,3	1,0	-0,6	2,5	-0,5	-1,6	-0,9	
Empresarios, comerciantes	Recuento	1	0	0	12	0	5	3	21
	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	2,9%	0,0%	0,0%	4,5%	0,0%	1,0%	1,6%	1,4%
	Residuos corregidos	0,7	-2,4	-1,2	4,8	-1,0	-1,0	0,2	
Expertos académicos	Recuento	1	1	0	4	2	7	1	16
	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	2,9%	0,3%	0,0%	1,5%	3,2%	1,3%	0,5%	1,1%
	Residuos corregidos	1,0	-1,5	-1,1	0,8	1,7	0,8	-0,8	
Medio de comunicación que emite	Recuento	3	167	50	49	24	215	67	575
	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	8,6%	50,6%	50,0%	18,6%	38,1%	41,3%	34,7%	38,2%
	Residuos corregidos	-3,6	5,3	2,5	-7,2	0,0	1,0	-1,1	
Periodistas extranjeros	Recuento	0	1	0	0	0	0	0	1
	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%

	pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales								
	Residuos corregidos	-0,2	1,9	-0,3	-0,5	-0,2	-0,7	-0,4	
Vari os de los ante rior es	Recuento	0	0	0	11	0	3	2	16
	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%	0,0%	0,6%	1,0%	1,1%
	Residuos corregidos	-0,6	-2,1	-1,1	5,4	-0,8	-1,3	0,0	
Otro s	Recuento	0	6	1	2	2	2	1	14
	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	0,0%	1,8%	1,0%	0,8%	3,2%	0,4%	0,5%	0,9%
	Residuos corregidos	-0,6	1,9	0,1	-0,3	1,9	-1,6	-0,6	
Total	Recuento	35	330	100	264	63	521	193	1506
	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones	100,0%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborada por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.19. Adjetivación de las unidades de análisis desde su tonalidad

El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales										
			Son usados para dar una imagen positiva al presidente o gobierno	Son usados para dar una imagen negativa al presidente o al gobierno	Son usados para dar una imagen positiva a los manifestantes	Son usados para dar una imagen negativa a los manifestantes	Equilibrio: usa adjetivos para ambas posturas	No usa adjetivos	No aplica	Total
¿Cuál es la tonalidad de la noticia o unidad de análisis?	Positiva	Recuento	23	13	61	39	13	98	62	309
		% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	65,7%	3,9%	61,0%	14,8%	20,6%	18,8%	32,1%	20,5%
		Residuos corregidos	6,7	-8,4	10,4	-2,5	0,0	-1,2	4,3	
	Negativa	Recuento	7	280	14	205	29	282	71	888
		% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos	20,0%	84,8%	14,0%	77,7%	46,0%	54,1%	36,8%	59,0%

		de las manifestaciones sociales								
		Residuos corregidos	-4,7	10,8	-9,5	6,8	-2,1	-2,8	-6,7	
	Neutra	Recuento	5	37	25	20	21	141	60	309
		% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	14,3%	11,2%	25,0%	7,6%	33,3%	27,1%	31,1%	20,5%
		Residuos corregidos	-0,9	-4,7	1,1	-5,7	2,6	4,6	3,9	
Total		Recuento	35	330	100	264	63	521	193	1506
		% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de la manifestación	100,0%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborada por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.20. Adjetivación de las unidades de análisis con niveles de subjetividad

El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales								
	Son usados para dar una imagen	Son usados para dar una imagen	Son usados para dar una imagen positiva a los	Son usados para dar una imagen negativa a los	Equilibrio: usa adjetivos para ambas posturas	No usa adjetivos	No aplica	Total

			positiva al presidente o gobierno	negativa al presidente o gobierno	manifestantes	manifestantes				
¿La noticia o la unidad de análisis refiere o cuenta con contenidos devenidos de juicios subjetivos frente a datos relevantes y contrastados?	Si	Recuento	21	118	32	160	25	158	52	566
		% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	60,0%	35,8%	32,0%	60,6%	39,7%	30,3%	26,9%	37,6%
	No	Residuos corregidos	2,8	-0,8	-1,2	8,5	0,4	-4,2	-3,3	
		Recuento	14	212	68	104	38	363	141	940
		% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales	40,0%	64,2%	68,0%	39,4%	60,3%	69,7%	73,1%	62,4%
		Residuos corregidos	-2,8	0,8	1,2	-8,5	-0,4	4,2	3,3	
Total	Recuento	35	330	100	264	63	521	193	1506	
	% dentro de El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis pueden demostrar	100,0%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones sociales								
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.22. Atribución de responsabilidad otorgada por el medio de comunicación

		Nombre del medio de comunicación			Total
		<i>El Comercio</i>	Radio La Calle		
¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?	Gobierno nacional, presidente y ministros	Recuento	18	413	431
		% dentro del nombre del medio de comunicación	2,8%	47,4%	28,6%
		Residuos corregidos	-18,9	18,9	
	Movimiento indígena	Recuento	75	35	110
		% dentro del nombre del medio de comunicación	11,8%	4,0%	7,3%
		Residuos corregidos	5,7	-5,7	
	Manifestantes, frentes y organizaciones sociales	Recuento	283	43	326
		% dentro del nombre del medio de comunicación	44,6%	4,9%	21,6%
		Residuos corregidos	18,5	-18,5	
	Correa-correísmo o actores infiltrados	Recuento	61	7	68
		% dentro del nombre del medio de comunicación	9,6%	0,8%	4,5%
		Residuos corregidos	8,7	-8,7	
	Varios de los anteriores	Recuento	9	18	27
		% dentro del nombre del medio de comunicación	1,4%	2,1%	1,8%
		Residuos corregidos	-0,9	0,9	
No aplica	Recuento	182	355	537	
	% dentro del nombre del medio de comunicación	28,7%	40,7%	35,7%	
	Residuos corregidos	-4,8	4,8		
Otros	Recuento	6	0	6	
	% dentro del nombre del medio de comunicación	0,9%	0,0%	0,4%	
	Residuos corregidos	2,9	-2,9		
Total		Recuento	634	872	1506
		% dentro del nombre del medio de comunicación	100,00%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.23. Tono de las unidades de análisis desde su atribución de responsabilidad

¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?										
¿Cuál es la tonalidad de la noticia o unidad de análisis?			Gobierno nacional, presidente y ministros	Movimiento indígena	Manifestantes, frentes y organizaciones sociales	Correa correís o actores infiltrados	Varios de los anteriores	No aplica	Otros	Total
			Positiva	Recuento		25	29	71	9	5
% dentro de ¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?		5,8%		26,4%	21,8%	13,2%	18,5%	31,7%	0,0%	20,5%
Residuos corregidos		-9,0		1,6	0,6	-1,5	-0,3	8,0	-1,2	
Recuento		347		56	215	54	12	199	4	887
% dentro de ¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?		80,5%		50,9%	66,0%	79,4%	44,4%	37,1%	66,7%	58,9%
Residuos corregidos		10,8		-1,8	2,9	3,5	-1,5	-12,9	0,4	
Negativa	Recuento		59	25	40	5	10	168	2	309
	% dentro de ¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?		13,7%	22,7%	12,3%	7,4%	37,0%	31,3%	33,3%	20,5%
Neutral	Recuento									
	% dentro de ¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?									

	Residuos corregidos	-4,2	0,6	-4,2	-2,8	2,1	7,7	0,8	
Total	Recuento	431	110	326	68	27	537	6	1506
	% dentro de ¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?	100,00 %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.24. Atribución de responsabilidad de los medios desde el uso de adjetivos

		¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?								
			Gobierno nacional, presidente y ministros	Movimiento indígena	Manifestantes, frentes y organizaciones sociales	Correa correísmo o actores infiltrados	Varios de los anteriores	No aplica	Otros	Total
El uso de adjetivos dentro de la noticia o unidad de análisis que pueden demostrar tendencia del medio frente a los eventos de las manifestaciones	Son usados para dar una imagen positiva al presidente o al gobierno	Recuento	3	3	10	2	0	16	1	35
	% dentro de ¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?		0,7%	2,7%	3,1%	2,9%	0,0%	3,0%	16,7%	2,3%
	Residuos corregidos		-2,7	0,3	1,0	0,3	-0,8	1,3	2,3	
	Son usados para dar una imagen negativa	Recuento	231	8	10	2	4	73	1	329
	% dentro de ¿A quién responsabiliza la		53,6%	7,3%	3,1%	2,9%	14,8%	13,6 %	16,7%	21,8%

al presidente o al gobierno	noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?								
	Residuos corregidos	18,9	-3,8	-9,3	-3,9	-0,9	-5,8	-0,3	
Son usados para dar una imagen positiva a los manifestantes	Recuento	26	9	8	0	0	57	0	100
	% dentro de ¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?	6,0%	8,2%	2,5%	0,0%	0,0%	10,6%	0,0%	6,6%
	Residuos corregidos	-0,6	0,7	-3,4	-2,3	-1,4	4,6	-0,7	
Son usados para dar una imagen negativa a los manifestantes	Recuento	3	42	165	42	2	10	0	264
	% dentro de ¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?	0,7%	38,2%	50,6%	61,8%	7,4%	1,9%	0,0%	17,5%
	Residuos corregidos	-10,9	5,9	17,7	9,8	-1,4	-11,9	-1,1	
Equilibrio: usa adjetivos para ambas posturas	Recuento	10	1	10	4	16	21	1	63
	% dentro de ¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de	2,3%	0,9%	3,1%	5,9%	59,3%	3,9%	16,7%	4,2%

	análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?								
	Residuos corregidos	-2,3	-1,8	-1,1	0,7	14,4	-0,4	1,4	
No usa adjetivos	Recuento	133	43	112	16	3	211	3	521
	% dentro de ¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?	30,9%	39,1%	34,4%	23,5%	11,1%	39,3%	50,0%	34,6%
	Residuos corregidos	-1,9	1,0	-0,1	-2,0	-2,6	2,8	0,8	
No aplica	Recuento	25	4	11	2	2	149	0	193
	% dentro de ¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?	5,8%	3,6%	3,4%	2,9%	7,4%	27,7%	0,0%	12,8%
	Residuos corregidos	-5,2	-3,0	-5,8	-2,5	-0,8	12,9	-0,9	
Total	Recuento	431	110	326	68	27	537	6	1506
	% dentro de ¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las	100,00%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

	movilizaciones y las manifestaciones sociales?									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.26. Apelación de los medios de comunicación desde el tema principal

La noticia o la unidad de análisis apela (cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales											
			Apela a los actores políticos del gobierno	Apela a los actores políticos de las manifestaciones	Apela a los actores sociales de las manifestaciones	Apela a los actores mediáticos de las manifestaciones	Varias de las anteriores	Fuerzas del orden	No aplica	Otros	Total
Cuál es el tema principal de la noticia o la unidad de análisis	Medidas económicas y reformas	Recuento	70	23	35	5	3	0	94	0	230
		% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	28,2%	14,8%	5,8%	5,4%	5,6%	0,0%	38,4%	0,0%	15,3%
		Residuos corregidos	6,2	-0,2	-8,4	-2,7	-2,0	-4,2	11,0	-1,5	
	Combustibles, Eliminación de subsidios, alza de precios	Recuento	8	4	9	2	1	0	26	0	50
% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales		3,2%	2,6%	1,5%	2,2%	1,9%	0,0%	10,6%	0,0%	3,3%	
Residuos corregidos		-0,1	-0,5	-3,3	-0,6	-0,6	-1,8	7,0	-0,7		
		Recuento	7	1	1	0	0	0	0	0	9

Créditos internacionales con el FMI	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	2,8%	0,6%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
	Residuos corregidos	5,0	0,1	-1,8	-0,8	-0,6	-0,8	-1,3	-0,3	
Manifestaciones, protesta, paro nacional	Recuento	67	50	299	30	16	17	39	4	522
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	27,0%	32,3%	49,3%	32,6%	29,6%	18,5%	15,9%	30,8%	34,7%
	Residuos corregidos	-2,8	-0,7	9,8	-0,4	-0,8	-3,4	-6,7	-0,3	
Intento de golpe de Estado; desestabilización del orden democrático	Recuento	2	27	3	0	0	0	4	0	36
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	0,8%	17,4%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	0,0%	2,4%
	Residuos corregidos	-1,8	12,9	-4,0	-1,5	-1,2	-1,5	-0,8	-0,6	
Producción: servicios, transporte, sector estratégico, conectividad, cierre de vías, agresión al	Recuento	4	1	90	1	2	0	18	0	116
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	1,6%	0,6%	14,8%	1,1%	3,7%	0,0%	7,3%	0,0%	7,7%
	Residuos corregidos	-3,9	-3,5	8,5	-2,5	-1,1	-2,9	-0,2	1,0	

bien público, turismo										
Salud	Recuento	0	0	4	0	0	0	0	0	4
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
	Residuos corregidos	-0,9	-0,7	2,4	-0,5	-0,4	-0,5	-0,9	-0,2	
Educación	Recuento	1	0	9	0	0	0	6	0	16
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	0,4%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	0,0%	1,1%
	Residuos corregidos	-1,1	-1,4	1,3	-1,0	-0,8	-1,0	2,3	-0,4	
Empleo, desempleo y salario	Recuento	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
	Residuos corregidos	-0,4	-0,3	-0,8	3,9	-2,2	-0,3	-0,4	-0,1	
Defensa de derechos, reivindicación, reconocimiento	Recuento	32	8	19	10	9	2	4	0	84
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las	12,9%	5,2%	3,1%	10,9%	16,7%	2,2%	1,6%	0,0%	5,6%

	manifestaciones sociales									
	Residuos corregidos	5,5	-0,2	-3,4	2,3	3,6	-1,5	-2,9	-0,9	
Relaciones internacionales y diplomáticas	Recuento	0	1	1	0	0	0	2	0	4
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	0,0%	0,6%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,3%
	Residuos corregidos	-0,9	1,0	-0,6	-0,5	-0,4	-0,5	1,8	-0,2	
Vandalismo, violencia, bloqueos, saqueos y caos	Recuento	0	12	49	3	2	0	4	0	70
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	0,0%	7,7%	8,1%	3,3%	3,7%	0,0%	1,6%	0,0%	4,6%
	Residuos corregidos	-3,8	1,9	5,2	-0,7	-0,3	-2,2	-2,5	-0,8	
Represión de las fuerzas del orden	Recuento	29	4	24	5	4	69	5	5	145
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	11,7%	2,6%	4,0%	5,4%	7,4%	75,0%	2,0%	38,5%	9,6%
	Residuos corregidos	1,2	-3,1	-6,1	-1,4	-0,6	21,9	-4,4	3,5	
	Recuento	0	0	5	0	1	1	2	0	9

Seguridad ciudadana	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	1,9%	1,1%	0,8%	0,0%	0,6%
	Residuos corregidos	-1,3	-1,0	0,9	-0,8	1,2	0,6	0,5	-0,3	
Solidaridad	Recuento	2	1	33	4	3	0	9	0	52
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	0,8%	0,6%	5,4%	4,3%	5,6%	0,0%	3,7%	0,0%	3,5%
	Residuos corregidos	-2,5	-2,0	3,5	0,5	0,9	-1,9	0,2	-0,7	
Diálogo, acuerdo	Recuento	2	6	5	2	6	1	11	1	34
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	0,8%	3,9%	0,8%	2,2%	11,1%	1,1%	4,5%	7,7%	2,3%
	Residuos corregidos	-1,7	1,4	-3,1	-0,1	4,5	-0,8	2,6	1,3	
Desacuerdo, oposición	Recuento	2	2	1	0	1	0	4	0	10
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	0,8%	1,3%	0,2%	0,0%	1,9%	0,0%	1,6%	0,0%	0,7%
	Residuos corregidos	0,3	1,0	-2,0	-0,8	1,1	-0,8	2,0	-0,3	
	Recuento	2	12	6	0	1	0	3	0	24

Legisl ativo, Judici al	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	0,8%	7,7%	1,0%	0,0%	1,9%	0,0%	1,2%	0,0%	1,6%
	Residuos corregidos	-1,1	6,5	-1,5	-1,3	0,2	-1,3	-0,5	-0,5	
Crisis social y económica, como obstrucciones inherentes al desarrollo del ser humano	Recuento	4	0	0	0	0	0	0	0	4
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
	Residuos corregidos	4,5	-0,7	-1,6	-0,5	-0,4	-0,5	-0,9	-0,2	
Inacción de los medios privados tradicionales	Recuento	1	0	3	18	0	0	1	0	23
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	0,4%	0,0%	0,5%	19,6%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	1,5%
	Residuos corregidos	-1,6	-1,6	-2,7	14,6	-0,9	-1,2	-1,6	-0,5	
Inacción de los medios digitales	Recuento	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
	Residuos corregidos	-0,4	-0,3	-0,8	3,9	-0,2	-0,3	-0,4	-0,1	
	Recuento	4	1	1	0	4	0	2	0	12

Derogación del Decreto 883	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	1,6%	0,6%	0,2%	0,0%	7,4%	0,0%	0,8%	0,0%	0,8%
	Residuos corregidos	1,6	-0,2	-2,3	-0,9	5,6	-0,9	0,0	-3,0	
Renuncia o salida de Lenín Moreno	Recuento	3	0	3	0	0	0	0	0	6
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	1,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
	Residuos corregidos	2,2	-0,8	-0,5	-0,6	-0,5	-0,6	-1,1	-0,2	
Coerción, limitación de cobertura y restricción de libertad de expresión y prensa	Recuento	5	0	0	4	0	1	2	3	15
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	2,0%	0,0%	0,0%	4,3%	0,0%	1,1%	0,8%	23,1%	1,0%
	Residuos corregidos	1,8	-1,3	-3,2	3,3	-0,8	0,1	-0,3	8,1	
Otros	Recuento	3	2	7	6	1	1	9	0	29
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	1,2%	1,3%	1,2%	6,5%	1,9%	1,1%	3,7%	0,0%	1,9%
	Residuos corregidos	-0,9	-0,6	-1,8	3,3	0,0	-0,6	2,2	-0,5	
Total	Recuento	248	155	607	92	54	92	245	13	1506

% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela(cuestionamiento) o hace referencia (relato) a los actores de las manifestaciones sociales	100,0%	100%	100%	100%		100%	100%	100%	100%
--	--------	------	------	------	--	------	------	------	------

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000

Tabla 4.27. Apelación y atribución de los medios de comunicación

La noticia o la unidad de análisis apela o hace referencia a los actores de las manifestaciones											
			Apela a los actores políticos del gobierno	Apela a los actores políticos de las manifestaciones	Apela a los actores sociales de las manifestaciones	Apela a los actores mediáticos de las manifestaciones	Varia de las anteriores	Fuerzas del orden	No aplica	Otros	Total
¿A quién responsabiliza la noticia o unidad de análisis por las movilizaciones y las manifestaciones sociales?	Gobierno nacional, presidente y ministros	Recuento	209	15	83	41	11	59	6	7	431
		% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela o hace referencia a los actores de las manifestaciones sociales	84,3%	9,7%	13,7%	44,6%	20,4%	64,1%	2,4%	53,8%	28,6%
		Residuos corregidos	21,2	-5,5	-10,5	3,5	-1,4	7,8	-9,9	2,0	
	Movimiento indígena	Recuento	2	27	78	0	0	3	0	0	110
		% dentro de La noticia o la unidad de	0,8%	17,4%	12,9%	0,0%	0,0%	3,3%	0,0%	0,0%	7,3%

	análisis apela o hace referenci a a los actores de las manifest aciones sociales									
	Residuos corregido s	-4,3	5,1	6,8	-2,8	-2,1	-1,5	-4,8	-1,0	
Manife stantes	Recuento	4	21	283	6	4	0	7	1	32 6
, frentes y organi zacion es sociale s	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela o hace referenci a los actores de las manifest aciones sociales	1,6%	13,5%	46,6%	6,5%	7,4%	0,0%	2,9%	7,7%	21, 6 %
	Residuos corregido s	-8,4	-2,6	19,4	-3,6	-2,6	-5,2	-7,8	-1,2	
Correa correís mo o actores infiltra dos	Recuento	1	58	6	0	1	0	2	0	68
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela o hace referenci a los actores de las manifest aciones sociales	0,4%	37,4%	1,0%	0,0%	1,9%	0,0%	0,8%	0,0%	4,5 %
	Residuos corregido s	-3,4	20,8	-5,4	-2,2	-1,0	-2,2	-3,0	-0,8	
	Recuento	0	6	3	3	11	0	2	2	27

Varios de los anteriores	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela o hace referencia a los actores de las manifestaciones sociales	0,0%	3,9%	0,5%	3,3%	20,4%	0,0%	0,8%	15,4%	1,8%
	Residuos corregidos	-2,3	2,1	-3,1	1,1	10,5	-0,3	-1,3	3,7	
No aplica	Recuento	32	28	151	41	26	30	226	3	537
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela o hace referencia a los actores de las manifestaciones sociales	12,9%	18,1%	24,9%	44,6%	48,1%	32,6%	92,2%	23,1%	35,7%
	Residuos corregidos	-8,2	-4,8	-7,2	1,8	1,9	-0,6	20,2	-1,0	
Otros	Recuento	0	0	2	1	1	0	2	0	6
	% dentro de La noticia o la unidad de análisis apela o hace referencia a los actores de las manifestaciones sociales	0,0%	0,0%	0,3%	1,1%	1,9%	0,0%	0,8%	0,0%	0,4%

	Residuos corregido s	-1,1	-1,8	-0,3	1,1	1,7	-0,6	1,1	-0,2	
Total	Recuento	248	155	607	92	54	92	245	13	15 06
		100,00 %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	10 0 %

Elaborado por el autor. Chi cuadrado: ,000