

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES**  
**SEDE ECUADOR**  
**DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES Y COMUNICACIÓN**  
**CONVOCATORIA 2010-2012**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN**  
**CON MENCIÓN EN OPINIÓN PÚBLICA**

**MEMORIA, HISTORIA Y PATRIMONIO: ANÁLISIS DE LAS**  
**TRANSFORMACIONES MATERIALES Y DE CONTENIDO DE DIARIO EL**  
**TELÉGRAFO**

**SANTIAGO DANIEL AULESTIA VARGAS**

**JULIO 2014**

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES  
SEDE ECUADOR  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
CONVOCATORIA 2010-2012**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN  
CON MENCIÓN EN OPINIÓN PÚBLICA**

**MEMORIA, HISTORIA Y PATRIMONIO: ANÁLISIS DE LAS  
TRANSFORMACIONES MATERIALES Y DE CONTENIDO DE DIARIO EL  
TELÉGRAFO**

**SANTIAGO DANIEL AULESTIA VARGAS**

**ASESOR: WERNER VÁSQUEZ**

**LECTORES: ISABEL RAMOS**

**RAFAEL POLO**

**JULIO 2014**

## **DEDICATORIA**

Al Padre de las luces, a quien guarda en su memoria mi alma.

## **AGRADECIMIENTOS**

**De pronto, en un rincón del universo y en un punto del futuro previamente deseado, sirva este párrafo para reconocer a las personas que han apoyado, desde diversas vertientes, a la consecución de este objetivo. A papá y mamá por el amor permanente. A Werner Vásquez, por aceptar el reto. A Cori, por aclarar el panorama con sus valiosas observaciones y motivación; y de forma muy especial a cada uno de los colegas de El Telégrafo, por permitirme conocer más sobre la nobleza del oficio periodístico.**

## ÍNDICE

<b>Contenido</b>	<b>Páginas</b>
RESUMEN.....	7
CAPÍTULO I.....	8
AGENDA, MEMORIA Y PATRIMONIO.....	8
Introducción.....	8
Agenda.....	11
Autonomía.....	17
Diseño y Agenda.....	19
Memoria y Patrimonio.....	23
Memoria.....	21
Patrimonio.....	28
Historia.....	31
CAPÍTULO II.....	37
EL TELÉGRAFO: DE MEDIO PRIVADO A PÚBLICO.....	37
Contexto histórico.....	37
Primer periodo: Panorama político-histórico.....	38
Segundo período: Antecedentes.....	44
Panorama político-histórico.....	45
La emergencia de una esfera pública.....	48
Dinámica de una esfera pública liberal en el surgimiento de El Telégrafo.....	51
Cuadro 1: Esquema histórico.....	54
Cuadro 2: Esquema administraciones.....	55
CAPÍTULO III.....	56
TRANSFORMACIONES INSTITUCIONALES.....	56
Línea editorial.....	62
Agenda.....	64
Autonomía y talento humano.....	65
Cuadro 3: Análisis de valores.....	68
El Telégrafo como Patrimonio.....	70
Conclusiones.....	74

BIBLIOGRAFIA .....	75
ANEXOS .....	78

## RESUMEN

El presente trabajo aborda la problemática de transición de diario El Telégrafo, de medio privado a medio público, desde las perspectivas de actores específicos: periodistas editores, diseñadores gráficos y personal administrativo. La finalidad es conocer el tipo de agenda que el medio público maneja en comparación con la que se establecía cuando era una empresa privada. Son los constructores de la agenda diaria los que revelan los parámetros del quehacer periodístico en un medio público, el primero en Ecuador. Sin tener experiencias similares anteriormente, se describe al medio público como un proceso aún inconcluso, en constante construcción, donde el concepto de lo público no solo que debe posicionarse en el imaginario colectivo, sino, primeramente, en los periodistas de El Telégrafo.

El rotativo guayaquileño, con casi 130 años de existencia ha sido testigo de la vida política de Ecuador, además de ser una de las primeras experiencias periodísticas en el país que ha permanecido a lo largo del tiempo. El medio público actual, el más antiguo, ha registrado, a lo largo de la historia nacional, hechos políticos ligados a un enfoque periodístico particular. Su posicionamiento en el imaginario social a lo largo del tiempo lleva a preguntarse si este cumple con ciertas características, como la generación de sentidos de pertenencia o de valor simbólico para la sociedad, que permitan identificarlo como patrimonio. A partir de sondeos de opinión, se llega a la conclusión que este rotativo no es considerado patrimonial por una leve mayoría que se sobrepone a una que sí lo considera como tal. En parte, esta tendencia responde al momento político actual, pues varios justificativos remitidos por los encuestados lo señalan como instrumento del poder, y otros, sencillamente, no lo ven como una institución en la que puedan identificarse o apropiarse.

El documento actual aborda categorías como agenda, memoria y patrimonio, los cuales se constituyen en ejes teóricos que permiten dar cuenta de los cambios a nivel comunicacional (agenda), además de su rol social como institución analizados desde perspectivas antropológicas (memoria y patrimonio).

## **CAPÍTULO I**

### **AGENDA, MEMORIA Y PATRIMONIO**

#### **Introducción**

Ecuador es un país que, históricamente, ha tenido medios de comunicación privados, cuya actividad periodística ha estado ligada a lineamientos empresariales. En contraposición a este hecho, el surgimiento de un medio público supone un especial interés para comprender el rol de la comunicación que se genera desde nuevos espacios. Diario El Telégrafo se constituye en el primer medio público del país. Se fundó hace 130 años, pero pasó a manos del Estado en 2006. Desde este nuevo espacio, esta institución ha adquirido otros lineamientos que buscan otorgarle la característica de un medio público. Se plantea a la agenda informativa como la particularidad de mayor relevancia en el proceso de construcción de medio público, pues aquí se generan los mensajes que configuran la opinión pública y que marcan una clara diferencia con aquellos producidos en los espacios tradicionales de la información. Comprender, entonces, ¿cuál es la agenda y cómo se la construye en El Telégrafo?, puede aportar lineamientos para definir el rol de un medio público, cualquiera que este sea. Asimismo, el posicionamiento mediático de El Telégrafo, en la población, determina también su nivel de influencia. En este sentido es imperativo establecer los grados de valoración que los lectores le dan a este rotativo, el más antiguo del país y establecer si estos permiten comprenderlo como una institución patrimonial, con sentidos de pertenencia. Evidenciar modificaciones o transformaciones en su agenda como diario público, estableciendo la comparación de su agenda en su época privada, analizar la valoración que la ciudadanía otorga, conocer cómo la estructura empresarial influye en el quehacer periodístico del diario, determinar si la agenda política influye en la línea editorial o si la línea editorial influye en la agenda política ecuatoriana, y conocer si El Telégrafo, por su trascendencia histórica cobra algún significado patrimonial para el público lector son los objetivos de este trabajo. Para analizar las agendas y la valoración del diario se ha recurrido a fuentes directas como las ediciones antiguas del diario El Telégrafo, textos históricos, informantes claves a partir de entrevistas a profundidad y desarrollo de encuestas. Entre las herramientas conceptuales se ha recurrido al análisis de categorías como la agenda setting, autonomía, memoria y patrimonio.



En el presente capítulo haremos un acercamiento teórico a las categorías de agenda, memoria, y patrimonio, con la finalidad de proveer de un contexto teórico que sirva como asidero para el análisis de nuestro objeto de estudio, en este caso diario El Telégrafo. ¿Por qué usar estas categorías? Diario El Telégrafo es una institución social que brinda un servicio informativo a los lectores, con la particularidad de que en la actualidad se ha convertido en un medio público por su dinámica periodística principalmente y luego administrativa.

La agenda se constituye en un elemento formal importante para comprender la dinámica del nuevo medio público. Son los contenidos, como se demostrará más adelante, los que marcan la diferencia en el quehacer periodístico cotidiano público, frente al que se desarrolla en una empresa privada, donde el principal bien a comercializar es la información.

La actual coyuntura que vive el Ecuador ha abierto el debate sobre la existencia de los medios públicos, así como su “deber ser”. No ha existido, antes, una experiencia similar en nuestro país, sino que, al contrario, toda la tradición periodística ecuatoriana se ha desarrollado en instancias empresariales privadas. En tal virtud, crear un medio público supone un proceso a largo plazo que involucra una serie de actores, entre los que destacan el Estado, periodistas y audiencias.

Esa triple relación es la que origina nuevas concepciones sobre el periodismo y contenidos. Pero también generan cuestionamientos, sobre todo en lo político. En el imaginario social, el concepto de medio público no ha sido posicionado, por lo que la construcción de El Telégrafo, como público, empieza con desventaja. Asimismo, una de las consecuencias de la falta de distinción se refleja, generalmente, en la confusión entre los términos público y oficial.

Partimos de la idea de resolver el carácter de medio público desde la construcción de su agenda, pues se plantea que son sus contenidos los que pueden marcar la distinción entre lo público, privado y oficial, además de revelar su rol político en la historia del país, lo cual se alcanza comprendiendo el discurso, en primera instancia; y el lugar de enunciación, como segundo principio, sin olvidar que el objetivo general de este trabajo es evidenciar los cambios generados en el proceso de transformación de El Telégrafo, de medio privado a medio público.

En cuanto a la memoria se plantea que su aproximación teórica básica la señala como una producción social que resulta de la relación entre individuo y sociedad, y es necesaria para establecer identidades (Ricoeur, 1999:13, 14). Este a última categoría se vincula con Patrimonio, y urge analizarla, pues se propone considerar a El Telégrafo, como una institución patrimonial por su rol periodístico que le ha permitido ser testigo del acontecer político, económico y cultural del Ecuador. Asimismo, ese traslado del tiempo, que obliga a apelar a la memoria, nos llevaría a formas y prácticas periodísticas antiguas, que, en comparación con las actuales, podrían determinar los enfoques que se utilizaban o los contenidos predilectos de los públicos característicos de cada época. No obstante, este particular podría ser analizado en futuros estudios relacionados.

Cabe señalar que la construcción de identidades se enmarca en una dinámica histórica, en la que El Telégrafo ha estado inmerso a los largo de 130 años. La historia es una forma a través de la cual los pueblos se identifican:

Con ella se busca el sentido social del presente a partir de la diferencia entre nosotros y los otros, entre el yo y el otro (...), la memoria es un soporte de las identidades, y sin memoria no tendríamos identidad (...) La memoria, bien sea feliz, incómoda o trágica, condiciona las identidades de un grupo humano (Pereiro, et. all., s/f: 3, 4).

Y el Patrimonio apela a las identidades, pues funciona como dispositivo de activación de la memoria individual o colectiva. No obstante será pertinente conocer si el público se ha apropiado de El Telégrafo y lo consideran patrimonio.

## **Agenda**

El papel de los medios de comunicación es, en general, un tema de debate permanente en Comunicación. Uno de sus roles, principalmente, se refiere a la capacidad que tienen para fijar la agenda en las audiencias, donde la mayor exposición a determinados temas se traduce en una tendencia de pensamiento en la opinión pública. Dentro de este panorama se instala la agenda de atributos, la cual sirve como guía de los temas que la sociedad consumirá. En este contexto también se analizan los “efectos” y el “tono” (McCombs, 2006) que se utilizan al momento de procesar determinada información, lo cual no solo influye en la opinión pública, sino que, además, genera conductas particulares:

Los efectos del tono no se limitan a las actitudes y a las opiniones sobre política. Los titulares negativos de los periódicos sobre la economía influyen en la percepción del público sobre la salud económica. A su vez, estas opiniones se convierten en profecías que se autocumplen, en tanto que las personas ajustan su conducta para que encaje con sus creencias (McCombs, 2006: 242).

La importancia del enfoque y de la selección de temas es evidente en el proceso de construcción de contenidos en un medio de comunicación, sea prensa, radio o televisión. La teoría de la *agenda-setting* (McCombs, 2006) no solo estudia los atributos de los temas que se difunden en un medio, sino también los efectos que estos producen en la Opinión Pública:

Las actitudes y el comportamiento normalmente están gobernados por procesos cognitivos: lo que una persona sabe y piensa y sus creencias. Por tanto, la función de los medios de comunicación como fijadores de la agenda implica una influencia potencialmente colosal, cuyas dimensiones y consecuencias plenas todavía no han sido investigadas y valoradas (Shaw, Eugene en McCombs, 2006: 228).

Los tipos de temas y su enfoque o encuadre son determinantes al momento de ser aprehendidas por las audiencias, por lo que se torna fundamental crear contenidos con suficientes elementos de juicio: “(...), un análisis más detallado del contenido concreto de los mensajes de los medios de comunicación nos brinda una comprensión más pormenorizada de las imágenes que tenemos en la cabeza y de las actitudes y opiniones que se basan en ellas” (Op. Cit., 229). Los mensajes mediáticos tienen consecuencias en las opiniones, las actitudes y conductas del público:

Los efectos del tono no se limitan a las actitudes y a las opiniones sobre política. Los titulares negativos de los periódicos sobre la economía influyen en la percepción del público sobre la salud económica. A su vez, estas opiniones se convierten en profecías que se autocumplen, en tanto que las personas ajustan su conducta para que encaje con sus creencias (Op. Cit., 242).

Los medios masivos tienen la capacidad de crear nuevas conductas o de modificar las que ya existen, mediante la difusión de su agenda, por lo que, en este trabajo, vemos necesario conocer cómo se construye la agenda del medio público El Telégrafo en nuestro país. Los medios masivos tienen la capacidad de construir una realidad específica de acuerdo a su punto de vista y que representan la visión oficial del mundo. Dicha capacidad de influenciar en la realidad depende del grado de influencia o penetración en la sociedad que tenga un medio. Por tal motivo, la participación política de un medio está determinada por su poder de influir (Champagne, 1998: 237)

Esta convergente evidencia sobre los efectos de preparación previa del público y sobre los atributos sustantivos y el tono afectivo en los mensajes mediáticos demuestran que tanto el primer como el segundo nivel del establecimiento de agenda tienen consecuencias para las opiniones y las actitudes, e incluso para la conducta del público (McCombs, 2006: 243).

La exposición de un determinado tema a través de los medios, su relevancia temática y los efectos que generan las dos primeras variables están relacionados. No obstante, cabe señalar, que la temporalidad de un medio en una sociedad no necesariamente implica su nivel de influencia en la misma, lo cual viene dado por la relevancia de los temas de interés público, puesto que marcan el ritmo de la opinión, por la relevancia de las figuras públicas y, en un plano más intimista, o en un segundo nivel, por las afectividades que se generan a partir de los actores sociales (McCombs, 2006).

Relevancia de temas públicos, relevancia de figuras mediáticas y afectividades son tres variables que conforman la agenda mediática. Las formas de seleccionar los hechos de interés general y de determinar las voces que se representarán, responden a un proceso que puede estar marcado por las reglas del mercado. Así, los públicos se transforman en las nuevas mercancías de las industrias informativas, los cuales expresan los intereses de los anunciantes. En tal virtud, estos medios masifican cierto tipo de información, pero al mismo tiempo moldean esos públicos con dichos contenidos, afines a los intereses de los anunciantes: “En un programa, periódico o revista existe una integración de estilo y contenido con el contenido publicitario. Estilo y contenido se

adecuan a los estándares de los anunciantes sobre lo que es entretenido, informativo y provocativo” (Smythe: 2006; 28). El contenido y la publicidad en los medios van de la mano: “(...) los medios de comunicación comerciales son anuncios que llevan noticias, programación y entretenimiento para captar audiencias para los anunciantes (...)” (Cuadernos de Información y Comunicación, en Smythe: 2006; 27).

Vale recalcar que la dinámica mediática está matizada por la lógica económica y política, por esa razón a la prensa no se la puede dejar sola:

(...) las empresas de prensa son también y, sin duda lo son cada vez más, empresas económicas sometidas a las leyes del mercado que reconoce más la lógica de las utilidades que la lógica de las austeras consideraciones éticas o deontológicas (...), muchos actores sociales y sobre todo aquellos que pertenecen a las diversas fracciones de la clase dominante, consideran que la prensa ha llegado a ser una cuestión demasiado seria para que se la deje librada solamente a los periodistas (Champagne, 1998: 237, 238).

En tal virtud, la lógica mediática tradicional, de corte privado, está determinada por el comercio. “En un programa, periódico o revista existe una integración de estilo y contenido con el contenido publicitario. Estilo y contenido se adecuan a los estándares de los anunciantes sobre lo que es entretenido, informativo y provocativo (Smythe: 2006; 28).

Se mencionó en líneas pasadas que la construcción de la agenda informativa en un medio de comunicación de corte privado está determinada por la lógica mercantil revelada a través de la publicidad. Así, cada contenido busca un público objetivo específico, al igual que el producto que se oferta a través de una publicidad. El contenido se constituye en el enganche que utiliza el medio para que el lector o espectador se acerque a la publicidad.

El contenido y la publicidad en los medios van de la mano: “(...) los medios de comunicación comerciales son anuncios que llevan noticias, programación y entretenimiento para captar audiencias para los anunciantes (...)” (Cuadernos de Información y Comunicación, en Smythe: 2006; 27). Esto significa que la lógica empresarial de un medio privado implica la venta de audiencias a las empresas publicitarias (Smythe, 2006).

El criterio de empresa, entonces, se constituye en el principal motor para la construcción de la agenda informativa, aunque no necesariamente esto determine los

contenidos. No obstante, en torno a esta problemática, se siguen generando amplios debates y críticas al respecto, los cuales van direccionados al deber ser de un medio de comunicación: “(...) las empresas de prensa son también y, sin duda lo son cada vez más, empresas económicas sometidas a las leyes del mercado que reconoce más la lógica de las utilidades que la lógica de las austeras consideraciones éticas o deontológicas (...)” (Champagne, 1998: 237).

Los medios masivos tienen la capacidad de construir una realidad específica de acuerdo a su punto de vista y que representan la visión oficial del mundo. Dicha capacidad de influir en la realidad depende del grado de influencia o penetración en la sociedad que tenga un medio. Por tal motivo, la participación política de un medio está determinada por su poder de influir (Op. Cit.: 238).

Vale recalcar que la dinámica mediática está matizada por la lógica económica y política, por esa razón a la prensa no se la puede dejar sola: “(...), muchos actores sociales y sobre todo aquellos que pertenecen a las diversas fracciones de la clase dominante, consideran que la prensa ha llegado a ser una cuestión demasiado seria para que se la deje librada solamente a los periodistas” (Op. Cit.: 238). Y de ahí la suprema injerencia de otros actores, lo cual vuelve a evidenciar otra inquietud descrita en líneas anteriores: la falta de autonomía periodística al momento de construir una agenda mediática.

Puede señalarse que el oficio periodístico como tal está amenazado en su independencia. La autonomía periodística se confronta con los intereses políticos y económicos de los medios, y, por ende, el establecimiento de la agenda y la construcción de contenidos no responderá a los criterios objetivos del periodismo, sino a los intereses de ciertos grupos económicos que pueden o no tener algún vínculo político:

En otras palabras, los periodistas están estructuralmente condenados a trabajar – de manera variable, según las épocas y los apoyos – bajo presiones políticas y/o económicas (...) la historia del periodismo podría ser en gran parte la historia de una imposible autonomía o, si queremos expresarlo de manera menos pesimista, es la historia sin fin de una autonomía que siempre hay que reconquistar porque siempre estuvo amenazada (Op. Cit.: 239).

Siguiendo esta línea de pensamiento, se propone reflexionar sobre el “deber ser” de un medio público, más aún cuando este se encuentra en un proceso de construcción. En

contraste con un medio privado, se manifiesta que el Estado, al ser un ente que garantiza la existencia material del medio público, puede constituirse en el principal interventor en la construcción de la agenda en un medio público, a través de su gobierno de turno y demás instituciones sociales que lo conforman, lo cual tampoco se debe considerar como una ley infranqueable. En tal virtud se plantea un nuevo debate: ¿cómo se construye una agenda autónoma a los diversos intereses, sean estos privados o públicos?

“(…) Un medio público está financiado por el Estado. Un medio público pertenece al Estado, entonces no podemos negar situaciones reales, no podemos satanizar tampoco este tipo de relaciones. Esto ocurre en Europa. Los medios públicos existen en Europa desde hace muchos años y no están mal vistos, ni por el pueblo, ni por los otros medios privados, ni por los partidos políticos. Son parte del entramado social. Los medios públicos siempre estarán relacionados con el Estado, esto no quiere decir que el Estado dicte los temas. El medio público tiene que tener, justamente por ser Estado, no gobierno, debe tener las facilidades también de rebatir cuando este gobierno está haciendo algo que debe ser censurado, o que pueda ser evidenciado por el periodista de un medio público. Yo no quisiera que se poralice la postura de lo que es hacer medio público vinculado con el Estado y hacer medio privado vinculado con una empresa automotriz... no tiene que ver con eso. Hay que entender que si los recursos que financian a los medios públicos salen del Estado, hay un vínculo ahí. Ahora lo que no hay que aceptar es que esos recursos intervengan en la decisión editorial, porque nosotros respondemos a nuestra calidad de comunicadores, nosotros respondemos a nuestra calidad individual, particular y ética de comunicadores. Por un lado queda el dinero con el cual se financia tu salario, con el cual se financian los equipos que utilizamos para hacer nuestro trabajo. Por otro lado queda lo que nosotros tenemos que decir y ahí es donde surge un nuevo debate: la responsabilidad periodística, estés donde estés, hace que tú seas un periodista independiente. Yo estoy completamente opuesto a esa idea de defenderse como medio de comunicación independiente, cualquiera que sea este: sea del sector público o sea del sector privado. La independencia para mí radica en la individualidad del periodista y en su trabajo individual. Uno es independiente porque uno sabe ser independiente, donde sea y para quién esté trabajando” (E001, 2012, entrevista).

Se revelan dos aspectos claves: los medios públicos como instituciones del Estado, que encuentran un vínculo directo al ser estos financiados por los recursos de la Nación y la autonomía periodística como factor primordial para evitar la injerencia del poder de turno al momento de determinar los temas que serán expuestos en las salas de redacción. Se concluye lo siguiente: **Un** medio privado, al ser una empresa, tiene como objetivo reproducir y acumular capital a través de la venta de productos simbólicos, es decir, de la información.

La información en un medio privado puede estar supeditada a la dinámica mercantil que se refleja a través de la publicidad que las grandes empresas pautan en dichos canales informativos. Un medio público, por su parte, tiene un vínculo fuerte con el Estado el cual está dado por el uso de recursos de una determinada nación para su funcionamiento.

Sin embargo, el Estado ostenta un Gobierno, el mismo que también tiene poder para influir en la construcción de la agenda informativa. En ambos casos se puede hablar de la construcción de sus agendas respectivas con base a intereses.

No obstante, los intereses son dados por actores distintos: el criterio empresarial se explicita en los medios privados, mientras que el interés político estatal se lo evidencia en el medio público. En tal virtud se concluye que la lucha constante por la autonomía periodística, expuesta en líneas anteriores, no es el único objetivo que se debe alcanzar en la industria mediática, también se debe pugnar por alcanzar una agenda independiente.



## **Autonomía**

J. Charron (1998), W. Smythe (1983), M. McCombs (2006) ó P. Champagne (1998), establecen que el carácter empresarial de los medios masivos no permite la construcción de contenidos que respondan enteramente a los preceptos éticos y deontológicos de las ciencias de la comunicación, particularmente del periodismo. Se plantea una nueva categoría: la autonomía en el ejercicio mismo de la profesión que ha sido amenazada por la dictadura mercantil que ostentan los medios, la cual se ve reflejada en las pautas publicitarias diarias y en su injerencia en la construcción de contenidos.

La autonomía periodística está amenazada por los intereses económicos o políticos que pueden conjugarse dentro de un medio, sea este privado o público. El nivel de autonomía periodística determina el grado de independencia de una agenda informativa, lo cual se refleja en los tipos de contenidos y enfoques que se realizan sobre un tema o hecho en particular.

Se plantea que la injerencia de factores externos a la hora de redactar un artículo periodístico determina la autonomía en del ejercicio periodístico, por lo que esto debe constituirse en un objetivo a ser conquistado dentro de un medio público, visto como una institución del Estado que debe garantizar el libre flujo de información y el acceso a ella a todos sus ciudadanos.

Como se mencionó en líneas anteriores, “la participación política de un medio, está determinada por su poder de influir” (Champagne, 1998: 237), y a esta particularidad sumamos el poder del mercado. Política y mercado, entonces, se constituyen en dos ejes centrales que determinan el oficio periodístico hacia un determinado fin. Desde lo mercantil, los medios están obligados crear contenidos que generen nuevos públicos, acorde a las exigencias del mercado, mientras que en la parte política, se consideran los niveles de relevancia social, de la figura y sus afectividades, con igual capacidad de influencia en la conducta.

En otras palabras, los periodistas están estructuralmente condenados a trabajar – de manera variable, según las épocas y los apoyos – bajo presiones políticas y/o económicas (...) la historia del periodismo podría ser en gran parte la historia de una imposible autonomía o, si queremos expresarlo de manera menos pesimista, es la historia sin fin de una autonomía que siempre hay que reconquistar porque siempre estuvo amenazada (Op. Cit.: 239).

Esa reconquista del oficio demanda una nueva lógica de medios de información, los mismos que estén obligados a guardar distancias con el poder económico y el poder político. Se concluye que el nivel de autonomía periodística marca un nivel determinado de equilibrio entre la actividad mediática y la injerencia de factores externos.

¿Y cómo se conquista la autonomía? Es un proceso coyuntural cotidiano. No obstante “(...), la influencia en la agenda de los asuntos públicos se mide por la capacidad que tiene un actor de imponer o condicionar, mediante su discurso o su silencio, cierta definición de la realidad”; la información es determinada “por actores que ocupan altas jerarquías sociales” (Charron, 1998: 76).

El establecimiento de la agenda puede ser sinónimo de conquista de autonomía periodística o también puede revelar la total falta de ella. Si los sujetos de “altas jerarquías sociales”, donde también se incluyen los empresarios mediáticos, pueden determinar el establecimiento de temas o influir en la construcción de contenidos, entonces lo que no se visibiliza se constituye en un parámetro para medir el grado de autonomía periodística, pero tomando como punto referencial los temas recurrentes que se tratan en los medios masivos. La visibilización de otros aspectos o sujetos no es garantía de independencia o autonomía periodística, aunque la pluralidad puede constituirse en un camino que conduzca hacia ella.

“La agenda se construye a través de las relaciones recíprocas” (Op. Cit., 79). Esto significa que al seleccionar otros actores y establecer nuevas relaciones con ellos se da vida a un nuevo ejercicio periodístico separado de las voces “autorizadas”, aunque esto tampoco signifique que se deba prescindir de ellas. Los discursos de dichos actores influyen en el establecimiento de la agenda en un medio, es decir que las fuentes, al pronunciarse, otorgan nuevos temas a los periodistas de manera inconsciente. La jerarquía de la fuente juega un rol determinante. El discurso influye en la agenda, pero también la agenda (sus temas) influye en los discursos de las fuentes (actores) (Op. Cit., 77). La conquista de la autonomía, entonces, no viene dada únicamente por la no injerencia de factores externos en el ejercicio periodístico individual, sino también por los tipos de temas que se traten. El dar espacio a voces emergentes, es decir a aquellos actores o situaciones que no cumplen una novedad comercial, pero que sí son de interés

colectivo, puede considerarse una forma de conquistar la autonomía periodística velada por la injerencia económica y política en un determinado medio de comunicación.

### **Diseño y Agenda**

Autores como Jesús Canga Larequi sostienen que la prensa ha experimentado diversas transformaciones a lo largo de su historia, los cuales han respondido a los tiempos. “La prensa ha sufrido una enorme transformación dentro de la nueva sociedad informatizada e interactiva en que han quedado englobados los llamados medios de comunicación de masas y que han supuesto una verdadera revolución en el sector” (Canga, 1994: 9).

El avance tecnológico, de acuerdo al autor, ha sido un factor determinante para que estos cambios se evidencien en los medios masivos, concretamente en la prensa escrita. Incluso este desarrollo industrial y tecnológico ha modificado la dinámica mediática en aspectos sencillos pero determinantes en la historia: la producción en serie:

La impresión con tipos móviles, y por ende la aparición del libro impreso en serie, ha cumplido más de 500 años; los periódicos llevan circulando más de 300 (...) Y todo ello ha sido posible gracias a los adelantos que se han producido en las diferentes técnicas periodísticas y en los instrumentos y elementos que nos sirven para aplicar dichas técnicas (Canga, 1994: 10).

La invención de la imprenta que permitió la circulación en serie de libros fue el comienzo de la industrialización editorial, la cual genera, con el pasar del tiempo, el nacimiento de la prensa cotidiana. Así como la máquina a vapor marca la era industrial, la imprenta dispone los hitos iniciales de la actual sociedad de la información, puesto que “una cultura crece a partir de sus instrumentos” (Smith en Canga, 1994: 10).

En el caso concreto de los medios impresos, su historia y evolución han ido, tradicionalmente, unidas de forma indisoluble a los distintos avances que se producían en los instrumentos y técnicas que hacían posible su proceso de producción (...) podría afirmarse que el avance técnico y tecnológico ha sido y es el sustento básico que permite la aparición de ese producto que conocemos como periódico (Smith en Canga, 1994: 10).

El avance tecnológico modifica los hábitos de las sociedades, pues se generan nuevos productos enfocados a satisfacer todo tipo de necesidad. Esto es una condición básica dentro del sistema capitalista de mercado. El avance de la tecnología ha permitido, entonces, modificar el quehacer de la prensa en general, por lo que su condición actual también determina la condición del medio.

Esta distinción se la realiza para comprender el hecho del diseño editorial como una parte fundamental e inherente a la producción de contenidos, la misma que otorga la identidad de un medio de comunicación. El progreso tecnológico determina entonces la subsistencia de un medio en el tiempo, pues la imagen, principalmente, sin tener en cuenta otros aspectos relacionados que se describirán más adelante, define el carácter de la empresa mediática. “En el caso de la técnica del diseño periodístico, ésta es la que nos permite plasmar en un medio impreso todos los conocimientos de esta disciplina” (Smith en Canga, 1994: 10). Una técnica que intente plasmar todos los conocimientos de una disciplina determinada se constituye también en una herramienta de transmisión de un sistema de valores.

No es de extrañar por tanto que David Patten llegue a afirmar que el periodismo nunca ha sido independiente de los procesos empleados para lograrse (...) Evidentemente los medios o instrumentos técnicos influyen en la figuración o desfiguración de los mensajes informativos en el tiempo, forma, estilo, símbolos y valor intrínseco (Canga, 1994: 11).

Lo anteriormente expuesto revela que ha existido un proceso histórico vinculado a la aparición de la prensa escrita, la misma que es producto de un avance tecnológico inicial marcado por la invención de la imprenta hace más de cinco siglos.

Las tecnologías vinculadas al quehacer informativo diario han determinado las dinámicas de la prensa escrita, puesto que su aplicación va de la mano con el ejercicio del oficio periodístico. Los primeros periódicos, por ejemplo, respondieron a las posibilidades que les otorgaban los tipos de imprentas en las que se producían, a tal punto que es dicha máquina la que determina el formato del periódico que se realizará, tan solo por las dimensiones que esta tenga. El formato es básico para comprender el tipo de diseño que se aplicará. ¿Pero cuál es la función de un periódico?

(...) un periódico es una institución para la colección, acopio y diseminación de todo tipo de información, procedente de centenares de microsistemas que existen dentro de su esfera (...) En las publicaciones impresas no solo lo que se publica (el contenido, las noticias) tiene importancia, sino qué *dónde* se publica y *cómo* se publica influye decisivamente en el impacto que esa información tiene sobre el lector (Smith en Canga, 1994: 16).

Esto nos da pie para averiguar sobre la función del diseño:

(...) el aspecto formal deberá ser más cuidado: dada la importancia de los artículos largos o reportajes, las grandes entrevistas o informes, el pensamiento será más sintético, las frases más accesibles y el papel de la imagen deberá ser revalorizado. Una sola imagen en una página impacta al lector y, a menudo, dobla la tasa de lectura de los artículos que están a su alrededor. El sistema de signos gráficos también tendrá que ser desarrollado, en las páginas interiores; igualmente, la paginación deberá ser estudiada de modo que se pueda mantener durante mucho tiempo. El lector debe sentirse en su periódico como en su salón, donde puede desplazarse en la oscuridad sin tropezar con los contenidos (Neuman en Canga, 1994: 16 – 17).

La difusión de la información debe estar jerarquizada ya no solo a partir de los contenidos, sino que esos criterios deben estar sincronizados con el diseño que, además, permite sistematizar y ordenar la información. El fin es crear un impacto visual en el lector, que le permita generar mayor interés en el contenido. Pero esta realidad se percibe de forma agresiva en nuestra época, donde la cultura visual está arraigada cada día más, por lo que los niveles de competencia de la prensa escrita no solo se trasladan a otras empresas del ramo, sino también con la televisión concretamente. Más de un 90% de información que procesa un cerebro humano ingresa por los ojos. Un material visualmente impactante genera interés mayor en los lectores (Canga, 1994).

La transformación de medio privado a medio público generó en El Telégrafo una necesidad de adaptarse a las circunstancias actuales, por lo que la condición novel de este rotativo descrita en su carácter público demandaba una modernización urgente que permita ganar terreno entre los lectores de la prensa en general.

Hay cuatro factores que han influido decisivamente sobre el concepto actual de diseño periodístico: a. Las técnicas de fabricación b. La influencia de otros medios de información, en especial de la televisión y sus imágenes vibrantes. c. La influencia de la clientela, la evolución de los hábitos de lectura de los compradores se refleja en el diseño de los periódicos. Las modas, tanto en tipografía como en el aspecto meramente formal de la presentación del periódico (Canga, 1994: 22).

El interés al momento de establecer un diseño particular se da porque este marca la identidad del medio, como se mencionó anteriormente. Existe prensa de información e interpretación; sensacionalista, de opinión e híbrida. En esta última categoría se instalan los sensacionalistas-informativos y los de opinión-informativos. Diario El Telégrafo se enmarca en la última categoría. El formato define el tipo de diseño el mismo que debe responder al carácter mediático. Existen cuatro tipos de formato que también identifican

al periódico: estándar, tabloide grande, tabloide pequeño y berliner. El Telégrafo tiene formato berliner que es “de uso regular en Centroeuropa” y cuyas medidas son de 280mm de ancho por 430mm de alto (Canga, 1994).

La facilidad en la legibilidad, la claridad de la impresión, la tipografía, el uso de la fotografía, el manejo sencillo del producto permite que la lectura sea fluida. El interés por acceder a todos los segmentos poblacionales hace que El Telégrafo también considere su formato, que determina el diseño de los contenidos, como clave para cumplir con su papel democratizador de la información.

## Memoria y Patrimonio

### Memoria

El ejercicio cotidiano de un medio de información está ligado al ejercicio de la memoria individual y colectiva, debido a que su agenda, determinada por lo político y económico, posiciona eventos de interés público y personajes que generan niveles afectivos y que en conjunto modifican conductas y determinan pensamientos. Los medios masivos de comunicación, mediante su agenda, determinan qué pensar, pero también qué recordar a través de la selección de noticias diarias. Desde esa perspectiva se plantea la necesidad de comprender a los medios masivos como entidades que fomentan el ejercicio de la memoria individual y colectiva, con alcances de amplio espectro, a nivel social.

Todo medio de comunicación, sea privado o público, escenifica los hechos a partir de un enfoque característico. Un periódico transmite hechos que sucedieron con anterioridad a su publicación, con la característica de que son actuales. El medio escrito tiene la capacidad de despertar la memoria del lector al plantearle hechos que, por la velocidad de los medios actuales, sean televisión, radio o Internet, ya se posicionaron en la opinión pública. Asimismo, reeditar y volver a difundir un tema con anterioridad abordado, revive el intercambio simbólico y de significaciones del individuo con la sociedad, en un ejercicio de construcción histórica constante, matizados por la difusión de ciertos hechos o por la invisibilización de otros, sean hechos o personajes.

Pero ¿qué es la memoria? La dinámica de la memoria es de orden cotidiano y propio de los sujetos individuales y colectivos. Ricoeur, en ‘La lectura del tiempo pasado: memoria y olvido’, define la memoria como una producción social que resulta de la relación entre individuo y sociedad (Ricoeur, 1999: 13, 14). Asimismo señala que la memoria es “una experiencia individual, privada e interna con su caracterización como fenómeno social, colectivo y público”; y que se constituye como tal, cuando se establecen relaciones entre el individuo con el colectivo. En consecuencia, por la memoria deviene el sentido de identidad personal, de conciencia y de pasado, pero también de identidad institucional o colectiva. En esto último es fundamental el criterio de patrimonio, ya que es al ser un tangible social involucra al sujeto con su entorno y viceversa. Esto genera memoria colectiva, conciencia social y sentidos de pertenencia que se transfieren a través de símbolos cívicos o institucionales.

La memoria contribuye a la reelaboración de hechos específicos dentro de un ejercicio similar al de la reconstrucción histórica. Asimismo, el recuerdo, en términos de Ricoeur, mantiene vigente el objeto, lo que se constituye en “una experiencia para siempre” (Nieto, 2006: 82). A la memoria también puede comprenderse desde el olvido. Paolo Rossi en ‘El pasado, la memoria y el olvido’, plantea que la reminiscencia es un acto humano necesario para confrontar al olvido. Es un proceso que compete únicamente a los seres humanos. La memoria, dice el autor, “parece hacer referencia a una persistencia, a una realidad en cierto modo intacta y continua, y la reminiscencia (o amnesia o rememoración), en cambio, remite a la capacidad de recuperar algo que en un tiempo se poseía y que se ha olvidado (Rossi, 2003: 21).

Por su parte Xerardo Pereiro afirma en sus ‘Apuntes de antropología y memoria’ que: “el olvido está íntimamente asociado al hecho de producir memoria y al acto de recordar. Toda memorización y conmemoración, por selectiva, es un olvido disfrazado de otras memorias (Condal, 2002: 87). La memoria no se opone al olvido, sino que interacciona con él, la salvaguarda de todo lo pasado es absolutamente imposible” (Pereiro, s/f: 6).

La comprensión de la memoria no está por fuera de la del olvido, aunque la primera también puede medirse por los efectos de la segunda:

(...) la memoria es un aparato crítico y un instrumento de autodefensa frente al riesgo de olvidar y ser dominado. Negarse a olvidar puede ser una razón para vivir, pero también lo contrario es cierto, pudiendo representar el olvido una forma de subordinación y una transformación de las identidades (Pereiro, et all. s/f: 6).

El ejercicio del olvido, entonces, es una práctica de la memoria, al igual que lo es el de la rememoración. Puede ser comprendida como un acto individual o en términos de Pereiro, como un derecho colectivo al cual asisten todos los pueblos, pero del cual tampoco no hay que abusar, pues se corre el riesgo de atentar contra la identidad individual y colectiva (Pereiro, et all. s/f: 6, 7).

De otra parte, el recuerdo es un elemento constitutivo de la memoria, al igual que el olvido. Según dice Jean – Pierre Changeux, en su ensayo ‘Definición de la memoria biológica’, la “memoria no es reconstitución del pasado, sino exploración de lo



invisible” (Changeux en *¿Por qué recordar?*, 2002: 22). Esa exploración de lo invisible puede referirse al acto de recordar:

(...) qué es exactamente un recuerdo: ¿una realidad escondida en el desván de nuestra memoria y que puede resurgir, intacta, en virtud de una impresión táctil o gustativa, como en el caso de Proust, a partir de una palabra, de un azar, de una “hecho insignificante”, como sucede a veces en el tratamiento? ¿O se trata de otra cosa? (...) Lo que queda inscrito e imprime marcas, prosigue, no es el recuerdo, sino las huellas, signos de la ausencia. Esas huellas están en cierto modo desconectadas de todo relato posible o creíble; se han desligado del recuerdo (Augé, 1998: 14).

Tomando en cuenta la propuesta de Augé, los recuerdos son los efectos que los hechos han dejado en la memoria. No existen los recuerdos en sí mismos, sino un espacio que los efectos de los hechos dejan cuando transcurre el tiempo en el individuo y colectivo social. Augé (1998) los llama huellas. }

La rememoración no es algo pasivo: es la recuperación de un conocimiento o una sensación ya tenida precedentemente: Rememorar implica un esfuerzo deliberado de la mente, es una suerte de profundización o búsqueda voluntaria entre los contenidos del alma: (...) quien rememora fija por inferencia lo que primero ha visto, oído o experimentado algo, y eso, en sustancia, es una especie de investigación; ella corresponde solo a aquellos que tienen la capacidad de deliberar, porque también el deliberar es una forma de inferencia. La memoria es una facultad de hombres y animales, la reminiscencia es solo del hombre (Rossi, 2003: 21).

Tomando en cuenta las líneas anteriores, el recuerdo es un acto individual y colectivo de carácter deliberativo, que puede entenderse como reminiscencia (Rossi, 2003). No obstante, Augé le da una categoría al recuerdo comparándola con asociación (Augé, 1998), la cual ha sido analizada anteriormente por Pontalis y retomada por Augé, a continuación:

(...) recordar es menos importante que asociar, asociar libremente como se dedicaban a hacer los surrealistas; asociar, es decir “disociar las relaciones instituidas, sólidamente establecidas, para hacer surgir otras, que con frecuencia son relaciones peligrosas (Augé, 1998: 14).

La asociación se produce entre aquellas imágenes (Rossi, 2003) o huellas (Augé, 1998). Ahora bien, se entenderá al proceso de reminiscencia como asociación. Esta dinámica es deliberativa o voluntaria. El ejercicio de la memoria, es decir, de la reminiscencia o su proceso asociativo se lo ejecuta para enfrentar el olvido. Judith Nieto en ‘El deber de la memoria, la imposibilidad del olvido. Alcances ético-políticos’, señala que ejercitar la memoria implica conocer y comprender el sentido de algo:

La aspiración es pues la reivindicación de una memoria que al ejercitarse en términos individuales y colectivos, lleva a conocer y comprender el sentido de algo que se ha interiorizado y que ha pasado también por experiencias que van más allá de lo emocional, es decir, que se han vuelto corporales, sí, la memoria requiere del cuerpo, en tanto éste se vuelve centro de la acción emotiva que concibe (...) (Nieto, 2006: 82).

¿Por qué se recuerda? Para encontrar algo en el pasado:

(...) la memoria se vuelve una potencia sagrada, un don de los dioses que vuelve a conducir a los dioses, una vía de salida de nuestro mundo que es sólo humano para describir detrás de él otros niveles inaccesibles: “Explorar el pasado –ha escrito J. P. Vernant- significa descubrir lo que se disimula en la profundidad del ser (Rossi, 2003: 22).

La búsqueda al interior del ser o en el tiempo pasado implica una jerarquización impuesta individualmente o colectivamente. En ésta última es el ejercicio del Poder el que determina lo que se desea hallar. ¿Cómo se lo hace? Augé habla de asociaciones entre pantallas (Augé, 1998); o en términos de Rossi, entre imágenes. Sean pantallas o imágenes, se habla de huellas. Son esos efectos los que se asocian por voluntad.

Ante la misma inquietud, en ‘La lectura del tiempo pasado: memoria y olvido’, P. Ricoeur explica que el recuerdo contribuye a la continuidad temporal de la persona, pues la continuidad temporal permite medir distancias entre recuerdos y el tiempo presente (Ricoeur, 1999: 16). Esto implica que el sujeto otorga significados a los recuerdos o, en otros términos: se está construyendo sentidos en el presente, partiendo del tiempo pasado.

(...) los recuerdos se distribuyen y se organizan en niveles de sentido o en archipiélagos separados posiblemente mediante precipicios, y que la memoria sigue siendo la capacidad de recorrer y de remontar el tiempo, sin que nada en principio pueda impedir que continúe sin solución de continuidad ese movimiento (Ricoeur, 1999: 16).

Esa es la capacidad humana y de ahí la importancia por traer a memoria ciertos episodios pasados que contribuyan a la legitimación social de una determinada institución. Incluso este ejercicio se lo puede hacer desde la propia agenda mediática al incluir pasajes de la historia del periódico.

La recuperación narrativa de la articulación existente entre los recuerdos plurales y la memoria singular resuelve el problema de la diferenciación y de la continuidad. Husserl supone, al respecto, una ayuda apreciable: mientras que Agustín no distinguía el pasado próximo del lejano, él diferencia el pasado reciente, que en cierta medida aún forma parte del presente, del pasado recordado, que depende de la representación y de la no presencia, aunque esta se encuentre bajo los efectos de la retención. De ese modo, puedo retrotraerme a mi infancia y tener la sensación de que las cosas sucedieron en otra época (Ricoeur, 1999: 16, 17).

La diferenciación de los recuerdos puede entenderse como una forma de organizarlos en la continuidad temporal. Dicha organización temporal se la realiza, como se dijo anteriormente, por los niveles de sentido. Estos sentidos son construidos por la historia que, como ciencia, atenta contra la memoria (Rossi, 2003: 31).

La memoria es un acto universal que pertenece a los sujetos. Su ejercicio involucra recordar y olvidar. Ambos pueden ser actos involuntarios: cuando la memoria se activa gracias a un determinado objeto o lugar, puede decirse que es un hecho involuntario provocado por el Estado, es decir, el recuerdo responde a la voluntad de un determinado Poder. El olvido es involuntario, aunque también es proclive a ser entendido como un acto necesario, ordenado por una estructura dominante.

La finalidad de la memoria también es la transmisión de una verdad particular: “no es posible transmitirlo todo, y probablemente la porción de lo que no se comunica es mucho mayor que aquella que es objeto de transmisión” (Rémond, en *¿Por qué recordar?*, 2002: 69).

De acuerdo a René Rémond, existen dos formas de transmitir la memoria: a través de la tradición oral y de la enseñanza. La primera es fragmentaria y poco segura para la permanencia de la memoria. Además los silencios de ella, es decir, de los testimonios que no se revelan o quedan en el anonimato aportan a una mayor dispersión de la memoria, y por ende los discursos generados a partir de ella expresaran las mismas deficiencias. La segunda tiene que ver con el Estado:

(...) las sociedades han creado instituciones cuya finalidad exclusiva es garantizar la transmisión de la memoria, algunas de ellas tienen por objeto su conservación. Otras (...) a afinar y enriquecer la memoria colectiva (...) Y finalmente hay otras cuyo cometido es la transmisión de la memoria, que constituye la función propia de la enseñanza (Rémond, en *¿Por qué recordar?*, 2002: 71).

El patrimonio, por su parte, responde a una necesidad de memoria y pueden ser monumentos, bibliotecas, edificios, archivos, museos, documentos, cantos o algún lugar en particular donde el discurso histórico adquiera sentido. El patrimonio es una forma tangible de preservar la memoria y enfocado a llegar a la mayor parte de gente, pues así se mantiene viva la memoria colectiva (Angremy, Biasini, en *¿Por qué recordar?*, 2002: 126 – 135).

### **Patrimonio**

¿Dónde se halla el vínculo entre Patrimonio y diario El Telégrafo? Como se describió en líneas anteriores, todo medio de comunicación, sea este privado o público, y específicamente los medios escritos, poseen la particularidad de recurrir a la memoria. En la actualidad, la celeridad que caracteriza a los medios visuales, hacen que los hechos queden en el pasado al compás de la pauta publicitaria o de los tiempos que duren los noticiarios. Pero esta característica no la tienen los medios escritos, que por su rigurosidad, demandan de mayores elementos para construir un tema o abordar una problemática particular. En sí, los medios recrean los mismos hechos, apelando a las memorias, y tienen el efecto de volver un hecho pasado en un tema actual, de interés social. Asimismo toda institución genera afectividades con los sujetos externos o ajenos a ella. Esas afectividades pueden definirse en voces que la detractan o aplauden. Para delimitar las significaciones que los sujetos otorgan a una institución, es necesario apelar a sus comentarios. ¿Qué opina un ciudadano de El Telégrafo? ¿Cómo lo percibe? ¿Cómo se apropia de la institución?, son preguntas cuyas respuestas pueden contribuir a establecer los grados de injerencia de este medio en la sociedad.

El Telégrafo puede considerarse patrimonio si genera cierto grado de sentido de pertenencia que posea en los lectores, pero también puede adquirir esa categoría por las significaciones que la gente le otorgue. Así, ¿Qué retorna a la memoria de un sujeto

cuándo escucha de diario El Telégrafo? ¿Qué sensaciones genera este medio en los lectores si se lo considerara como un dispositivo?

El dispositivo se entiende como un complejo sistema de elementos heterogéneos entre los cuales se establecen relaciones. La red que surge a partir de dichas relaciones puede concebirse como dispositivo (Foucault, 1997).

Aquellos elementos pueden ser discursos, instituciones, edificios, normas o presupuestos científicos. El dispositivo siempre se inscribe en una relación de poder y también incluye la episteme, entendida como aquello que permite distinguir lo científico de lo no científico, en una sociedad (Agamben, 2005).

El dispositivo es en sí “el conjunto de las instituciones, de los procesos de subjetivación y de las reglas en que se concretan las relaciones de poder” (Agamben, 2005: 25). La finalidad, en términos de Agamben, es averiguar cómo actúan los dispositivos en dichas relaciones. En términos de Gilles Deleuze, los dispositivos “son máquinas para hacer ver y para hacer hablar” (Deleuze, 1995: 155).

El dispositivo es un elemento histórico que responde a reglas e instituciones, las cuales son interiorizadas a través de creencias y sentimientos. Busca generar un efecto a partir de una serie de prácticas que aspiran confrontar una necesidad determinada (Agamben, 2005: 24). Y la necesidad de memoria es una de ellas. En tal virtud, una política de memoria inscrita por un Estado en miras de mantener presente un hecho pasado en particular, se comprende como un dispositivo para recordar, porque ostenta una normativa oficial y busca satisfacer la necesidad de remembranza.

Existe un contexto histórico particular donde surge dicha categoría, que viene desde lo teológico hasta una visión economicista administrativa. Así, el dispositivo permite gobernar, pues se remite “a un conjunto de praxis, de saberes, de medidas, de instituciones, cuyo objetivo es administrar, controlar y orientar, en un sentido que se supone útil, los comportamientos, los gestos y los pensamientos de los hombres” (Agamben, 2005: 28 - 29). Las instituciones del Estado encargadas de preservar la memoria resultan ser, también, dispositivos, pues sus políticas vienen dadas por la experticia de los profesionales que conforman dichas entidades. Las medidas a favor de preservar el patrimonio son moduladoras, controladoras y orientadoras del pensamiento de los sujetos. En tal virtud, el patrimonio visto como un dispositivo, no solo se encarga de despertar un recuerdo histórico o de avivar la memoria colectiva, también ejerce un

control en los sujetos donde cabe la pregunta: ¿Por qué recordar tal o cual hecho? ¿Por qué preservar dicho monumento? ¿Qué intereses guarda el Estado para avivar determinadas formas de pensar apostadas a lo largo del tiempo?

Por otra parte existe otro contexto que no es el histórico, para comprender la categoría dispositivo: Agamben ubica dos grupos: los seres vivos y los dispositivos en los que ellos están continuamente atrapados (Agamben, 2005: 29). Así:

(...) llamaré literalmente dispositivo cualquier cosa que tenga de algún modo la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivientes. No solamente, por lo tanto, las prisiones, los manicomios, el panóptico, las escuelas, la confesión, las fábricas, las disciplinas, las medidas jurídicas, etc. (...), sino también la lapicera, la escritura, la literatura, la filosofía, la agricultura, el cigarrillo, la navegación, las computadoras, los celulares y – por qué no – el lenguaje mismo, que es quizás el más antiguo de los dispositivos (Agamben, 2005: 29 – 30).

La relación entre seres vivientes y dispositivos produce sujetos. El constante intercambio entre sujetos y patrimonio produce sujetos determinados por la memoria o por el recuerdo de un episodio histórico determinado. Esto revela un carácter del sujeto que se manifiesta por la inclinación que este posea hacia determinado valor material patrimonial. Los dispositivos también son las estructuras arquitectónicas, monumentos, o archivos históricos, como se analizó en líneas pasadas. Estas estructuras también modulan a los sujetos y los crean como tal, por tanto el sujeto histórico determinado por el patrimonio que lo rodea es producto de intereses estatales determinados por el Poder que lo regenta o administra.

Deleuze, al igual que Agamben retoman al dispositivo como productor de subjetividad. El primer autor resuelve las condiciones para producirla: “No ha de creerse empero que la producción de subjetividad corresponda exclusivamente a la religión; las luchas antirreligiosas son también creadoras, así como los regímenes de luz, de enunciación, pasan por los dominios más diversos” (Deleuze, 1995: 159).

La producción de subjetividades responde al estado histórico de los dispositivos y de los seres vivientes (Agamben) o sujetos (Deleuze).

“Pertenece a ciertos dispositivos y obramos en ellos. La novedad de unos dispositivos respecto de los anteriores es lo que llamamos su actualidad, nuestra actualidad. Lo nuevo es lo actual. Lo actual no es lo que somos sino que es más

bien lo que vamos siendo, lo que llegamos a ser, es decir, lo otro, nuestra diferente evolución. En todo dispositivo hay que distinguir lo que somos (lo que ya no somos) y lo que estamos siendo: *la parte de la historia y la parte de lo actual*" (Deleuze, 1995: 159).

Patrimonio puede considerarse a los bienes que un individuo o colectivo posean, pero es necesario establecer distinciones con lo que se llama patrimonio cultural, al cual se le ha añadido valor, no solo material, sino simbólico, y el cual genera sentidos de pertenencia, aprehensión y revela aspectos de la identidad de una nación, pueblo o grupo humano.

## **Historia**

El Telégrafo tiene un valor histórico que no le otorgan sus 130 años de existencia, sino que durante ese lapso de tiempo ha recreado un sin número de hechos, pero como institución ha roto una tradición de medios privados en el Ecuador, lo cual se considera como un hito en el tiempo. Abordemos, entonces, la categoría de historia:

El discurso histórico es la prolongación de la memoria. La historia se nutre de la memoria. El fin de la memoria es el mismo que de la historia: la búsqueda de la verdad (Ricoeur en *¿Por qué recordar?*, 2002: 26). Pero cómo se construye el discurso histórico. Ricoeur plantea que son los testimonios, que responden a la tradición oral y los documentos, a la era escritural, las fuentes primordiales para establecer una ciencia histórica. Los testimonios apelan a la memoria individual, mientras que los documentos condensan tesis comunes a un colectivo determinado, es decir a la memoria colectiva.

No obstante, estas fuentes no pueden considerarse totalmente confiables, porque también apelan a la memoria. El ejercicio de la memoria involucra recuerdos y olvidos, los mismos que son actos involuntarios. Esto significa que el discurso que se construya a partir de estas fuentes ostenta vacíos de parte de los emisores de los testimonios, así como de los autores de los documentos.

El testimonio desprende de la huella vivida un vestigio de ese rastro, y ese vestigio es la declaración de aquello que existió (...) El testimonio traslada las cosas vistas a las cosas dichas, a las cosas colocadas bajo la confianza que el uno tiene en la palabra del otro. Es así como el testimonio se presta para el análisis crítico a través de la posibilidad de confrontarlo con otros testimonios: nos encontramos así en el umbral de la historia (...) El documento marca la transposición de la memoria y del testimonio por la escritura. Un documento es (...) una memoria colectiva archivada, dado que es fundamentalmente un acopio de testimonios vividos (Ricoeur en *¿Por qué recordar?*, 2002: 26, 27).

La historia se nutre de la memoria, como se dijo en líneas anteriores, pero también la vuelve permanente en el espacio y en el tiempo. Existen diversas memorias, no una sola memoria, por lo tanto, se habla de diversas fuentes que permiten hablar de objetos distintos de estudio de la historia: “así distinguimos una historia política, una historia social, económica, cultural, etc.” (Ricoeur en *¿Por qué recordar?*, 2002: 28).

Autores como Jacqueline de Romilly, en su ensayo ‘La historia, entre la memoria individual y la memoria colectiva’ no solo que corrobora los planteamientos ricoeurianos, sobre la fragilidad de la memoria individual como fuente primigenia de la historia, o que la memoria colectiva es una fuente de hechos conocidos comúnmente en mayor o menor exactitud. Aquella plantea un problema nuevo que debe encarar la historia: las diversas aristas por las que se puede abordar un determinado objeto de estudio: “Algunos relatos históricos no retienen más que grandes hazañas caballerescas o acciones militares; en nuestro tiempo, lo único que interesa es la economía (...) hoy el interés se centra en las grandes masas anónimas (...) alguna vez que se pregunte cuáles eran sus motivaciones y qué era lo que esperaban de la vida” (de Romilly en *¿Por qué recordar?*, 2002: 44).

Si la historia se nutre en la memoria. Si la búsqueda de la historia es similar a la de la memoria, es decir: hallar la verdad. Si las fuentes a las que se acuden son frágiles, (testimonios o documentos), entonces se concluye que el discurso histórico también es frágil: “la posibilidad de hacer una historia objetiva parece ilusoria (...) Nadie puede vivir sin recordar y nadie puede vivir sin los recuerdos de la historia” (de Romilly en *¿Por qué recordar?*, 2002: 44, 45).

Entonces, ¿cómo entender un proceso histórico en su real dimensión? El ser humano es producto de la historia. Es en el tiempo presente donde se propone entender al ser humano, como sujeto histórico, para comprender el paso de la historia a través de sí mismo, pues “no se trata de lecciones de historia: se trata de una formación por la historia y de una formación orientada hacia lo mejor” (de Romilly en *¿Por qué recordar?*, 2002: 46).

A esto se suma la imaginación y su apego casi total a la memoria. La imaginación es la que reemplaza aquellos vacíos del discurso histórico. Muchos de ellos se han solventado gracias a la narrativa, es decir a la literatura misma. Para de



Romilly, incluso, “los conocimientos se comunican mejor a través de textos o de obras de arte” (de Romilly en *¿Por qué recordar?*, 2002: 46).

En tal virtud, la narrativa logra resolver el conflicto entre continuidad (del tiempo) y diferenciación (de los recuerdos), según plantea P. Ricoeur. La descripción cronológica de hechos o la exposición anecdótica de experiencias se resuelven en una trama literaria que se desenvuelve en el campo de la memoria colectiva. La forma de permanencia de la memoria en el tiempo es a través del lenguaje, lo mismo que se pone de manifiesto en la edición diaria de un periódico.

(...) esa alteración le servirá a la historia de punto de anclaje, si así puede decirse, a la hora de diferenciar los distintos intervalos temporales en función del tiempo cronológico. Falta por confirmar que esa alteridad, pese a introducir una distinción entre los elementos y los intervalos del tiempo rememorado, no eche por tierra ninguno de los aspectos principales de la relación entre el pasado recordado y el presente, a saber, la continuidad temporal y el carácter propio del recuerdo (Ricoeur, 1999: 17).

La historia es una forma de sistematización de los recuerdos ubicados en una temporalidad cronológica, que se resuelve a través del lenguaje y de la narrativa. La primera se liga a la oralidad y la segunda tiene que ver con la rigurosidad del documento escrito. La historia es la manera de volver perenne a la memoria colectiva. Su discurso puede comprenderse como un acto donde se materializan los recuerdos individuales compartidos y que convergen en momentos específicos.

Paolo Rossi señala sobre la historia lo siguiente:

La historia, afirma Lowenthal, es al mismo tiempo *más* y *menos* que el pasado. (...) es posible, desde este punto de vista, contraponer la historia, que es interpretación y toma de distancia crítica del pasado, a la memoria, que implica siempre una participación emotiva en él, que es siempre vaga, fragmentaria, incompleta, y siempre en alguna medida tendenciosa. La memoria vuelve a poner los datos dentro de esquemas conceptuales, vuelve a configurar el pasado sobre la base de las exigencias del presente. La historia y la memoria colectiva pueden ser pensadas como los dos cuernos de una antinomia, donde los progresos de la historiografía retraen continuamente el pasado imaginario que ha sido construido por la memoria colectiva (Rossi, 2003: 30).

Puede entenderse a la historia como una apelación voluntaria al pasado, por parte de la memoria colectiva. Es la memoria la que nutre la historia y se la puede entender como una construcción de sentidos del pasado, en el presente, a partir de las exigencias,

no de la temporalidad, sino de las individualidades en relación con el colectivo. No obstante, la historia revela un pasado común habitado por una memoria colectiva que logra describir la identidad.

Como se ha descrito anteriormente, la memoria es un proceso individual o privado y a la vez colectivo o público. Desde la visión filosófica griega de P. Ricoeur, la memoria tiene que ver con el alma; según P. Rossi, tiene que ver con el ser. Se infiere, entonces, lo siguiente: si la historia -constructo constante de sentidos del tiempo pasado, en el presente- se nutre de la memoria; si la memoria pertenece al sujeto individual y colectivo, es entonces el sujeto el que otorga el verdadero sentido a la historia y a su narrativa reconciliada con el recuerdo. Entonces, si el ejercicio de la memoria también es un ejercicio de poder, el otorgamiento final de sentidos, por parte del sujeto a la historia, anula o corrobora lo que ha dicho el poder, demostrando así un contrapoder proveniente del sujeto como dador de sentidos. No obstante, aquel contrapoder puede entenderse como un privilegio de pocos, con facultad de convertirse en derecho de muchos:

La imagen de una historia que sofoca y mata las memorias vivientes privadas y locales ejercerá una seducción grandísima, se conjugará de manera variada en un difundido y persistente clima de polémica anticientífica y se nutrirá de ella. ¿Qué más placentero (y más “progresista”) que hacerse intérprete de todos aquellos a quienes la “historia” es incapaz de recordar porque *no ha querido* recordarlos? ¿Qué más “alternativo” que confiarse, una vez más, como en la edad que precede a la gran historiografía moderna, a la memoria de los individuos y a la de las pequeñas colectividades locales pasadas por alto? (Rossi, 2003: 30).

La cita anterior expresa la capacidad de los individuos de otorgar sentidos a las historias; y no a la historia como un campo científico único. Se plantea entonces la existencia no de una historia, sino de varias, así como existen múltiples memorias y no una sola memoria.

Pereiro reafirma la confrontación entre historia y memoria. La primera es un discurso, dice, de los dominadores, mientras que la segunda es universal. No obstante se ha visto, anteriormente, que la historia se nutre de la memoria y que es el ejercicio del poder el que determina lo que se narra a o se calla, además, la finalidad de la memoria es la misma que la de la historia: hallar la verdad recurriendo al pasado,

develar lo invisible de los tiempos antiguos y entender al sujeto como producto histórico.

Así, Pereiro expresa una postura crítica ante la historia, pero no reconoce al sujeto como el responsable del ejercicio verdadero de la memoria, es decir, como el responsable de la construcción de sentidos y como ente legitimador de cualquier discurso. Pasa por alto los otros mecanismos de antimemoria que utiliza el poder, los cuales pueden entenderse como aparatos represivos de toda índole y le resta la posibilidad de reivindicación al sujeto.

La historia oficial, del poder, es la que asesina la memoria: es decir que mata la fuente de la cual se nutre y apela al olvido, como estrategia de legitimación. Y esta es una forma de deslegitimar la propia historia oficial. Responsable de esto, según P. Rossi, es el conocimiento: el desarrollo científico se construye a partir de los olvidos de otros saberes. Entonces:

Las supresiones no sólo tienen lugar en la redacción de los manuales científicos y en la sustitución por nuevas verdades de las proposiciones en un tiempo aceptadas como verdaderas (...). Suprimir también tiene que ver con esconder, ocultar, despistar, confundir las huellas, alejar de la verdad, destruirla (...). La historia de nuestro siglo, como bien sabemos, aunque tratemos de olvidarlo, está llena de censuras, supresiones, ocultamientos, desapariciones, condenas, retractaciones públicas y confesiones de traiciones innominables, declaraciones de culpabilidad y de vergüenza (Rossi, 2003: 33).

La historia tiene que ver con el poder, pero también con la legitimidad que dan los sujetos, que son los dueños de la memoria colectiva. Sin embargo, se demanda el accionar consciente del experto, que a la postre, es el que narra el discurso. Rossi apela a lo que habló el historiador Yosef Hayim Yerushalmi, en un congreso de historia en 1987, en Francia, y que lo hace constar en su obra 'El pasado, la memoria y el olvido':

(...) Solamente el historiador, con su rigurosa pasión por los hechos, las pruebas y los testimonios, puede realmente montar guardia contra los agentes del olvido, contra aquellos que hacen pedazos los documentos, contra los asesinos de la memoria y los revisores de las enciclopedias, contra los conspiradores del silencio (Rossi, 2003: 35).

Esta apelación a la experticia no resuelve el problema de la historia, como discurso oficial que apela a los olvidos o como asesina de la memoria. La misma rigurosidad científica, construida en base a olvidos de otros saberes, así como los intentos por

desaparecer episodios del pasado, ponen en duda la objetividad de la propia ciencia y por ende ratifica la fragilidad de la memoria individual y colectiva.

Se concluye que la historia no puede existir por fuera de la memoria. Sin ejercicio de la memoria no se puede construir un discurso histórico. La memoria es frágil: el recuerdo y los olvidos son ejercicios de memoria. La memoria es fuente de la historia. Si la fuente radica su riqueza en los recuerdos y olvidos, el discurso histórico también será cuestionado. La necesidad de realizar diversas historias es evidente, pues existen diversas memorias. La segmentación de la ciencia histórica, en torno a los objetos que estudia, contribuye a contrarrestar la dispersión discursiva ocasionada por el ejercicio del recuerdo y olvido, pues son actos científicos que responde a la voluntad del investigador.

La historia es el esfuerzo del ser humano por relatar los recuerdos. Aquí, el uso de la palabra es evidente y riesgoso, pues al plasmar ciertos recuerdos en el relato, olvidamos la existencia de otros. El recuerdo puede considerarse como las huellas o los signos dejados por la ausencia. Surge un nuevo ejercicio: el de asociar en relación con el de recordar. El primero puede considerarse un acto complejo, que tiene como resultado nuevas relaciones. Las configuraciones del tiempo se dan a través del relato y este produce la historia. La vida cotidiana está mediada por las distintas formas de olvido, las mismas que podrían o no determinar sistemas de vida e incluso una moral. Es una cuestión que plantea el autor, la cual está proclive a ser resuelta (Augé, 1998).

Así, el lenguaje puede aportar para la permanencia del recuerdo, a través de la narrativa, como indica Ricoeur; es decir para el ejercicio de la memoria, pero con el riesgo de obviar otros detalles del pasado. El mismo temor lo presenta Nieto, para quien el olvido imposibilita que una sociedad se conozca y desarrolle.

## **CAPÍTULO II**

### **EL TELÉGRAFO: DE MEDIO PRIVADO A MEDIO PÚBLICO**

El presente capítulo busca analizar la transformación institucional de diario El Telégrafo. A partir de entrevistas a profundidad realizadas a informantes claves se ha determinado que los ejes en los cuales han girado los cambios se enfocan a lo administrativo, a su función social, a la línea editorial, a la agenda mediática, a los niveles de autonomías y al talento humano. El proceso para establecer estas categorías se basó en la *saturación del discurso*, el cual se hizo evidente por el discurso recurrente de los informantes claves, los cuales se emitieron en distintos espacios y tiempos.

Como parte de este proceso se sumaron nuevos conceptos que vinculados con el accionar periodístico y de medio público. Asimismo, mediante una línea editorial fuerte se trata de posicionar una imagen de medio público, frente a la sociedad, donde aún es evidente la influencia mediática privada y su lógica informativa.

Estas distinciones se las ha realizado con el fin de aportar a al debate de medio público, su significado y su función social. Tomando en cuenta los aportes de los informantes claves se intentará proveer de significantes a las categorías que se debaten a diario en el marco de la coyuntura informativa ecuatoriana.

#### **Contexto histórico**

De ahora en más se realizará una aproximación histórica del rol histórico que cumplió el diario en la agenda político, con el fin de obtener un amplio panorama que permita comprender la matriz ideológica que motivó su fundación, además de su línea editorial que lo ha caracterizado la mayor parte de su existencia.

De igual forma se aspira plantear datos históricos relacionados con la creación de este rotativo porteño, los cuales tienen que ver con elementos biográficos del fundador y con determinados episodios de la historia local, donde El Telégrafo ha cumplido un rol trascendente, es decir, ha influenciado en la vida política del país.

Se ha decidido establecer dos períodos en la historia de El Telégrafo. El primer período parte desde la época de fundación y termina en 1996, cuando el banquero Fernando Aspiazu pasa a ser el nuevo dueño de este rotativo.

El segundo período puede percibirse como el más conflictivo. Inicia cuando diario El Telégrafo pasa a formar parte de los bienes de Aspiazu Seminario, pues tres años más tarde (1999) se desató la crisis bancaria más nefasta de Ecuador, lo que llevó al Estado ecuatoriano a cobrar a los deudores de la banca cerrada, entre ellos el banquero nombrado anteriormente. El Telégrafo fue uno de los bienes embargados por el Estado, en 2002. No obstante, seis años más tarde este se refundó como medio público.

El capítulo ha sido concebido como un marco histórico que procura dotar de elementos suficientes para comprender, además del rol histórico en la agenda política, comprender el rol social de aspectos históricos que revelan el carácter patrimonial de esta institución, otrora privada.

La memoria contribuye al ejercicio de la historia. Es necesario aclarar el panorama de lo que vamos a recordar y preguntarnos hacia dónde deseamos llegar. En este caso se propone un recorrido por la vida institucional de El Telégrafo como una forma de contextualizar al lector en un espacio y tiempo determinado que contribuya al análisis posterior. Para el efecto es primordial delimitar los territorios del tiempo y sus hechos. Este proceso de selección forma parte del ejercicio de la memoria como tal.

Diario El Telégrafo se fundó el 16 de febrero de 1884 por don Juan Murillo Miró, comerciante guayaquileño cuyo padre fue defensor de la libertad de imprenta e impulsor de los ideales libertarios, en la época de las luchas por la independencia del Ecuador.

### **Primer periodo**

#### **Panorama político – histórico:**

Diario El Telégrafo surge en un contexto histórico determinado por el progresismo. Entre 1883 y 1895, Ecuador es dirigido por tres gobiernos leales a la causa implantada por García Moreno. José María Plácido Caamaño, Antonio Flores Jijón y Luis Cordero fueron los presidentes que formaron parte del partido Unión Republicana que gobernó la nación durante 11 años. La intención primordial en dicho período de tiempo fue incluir al Ecuador en el circuito comercial internacional, pues los gremios latifundistas de la Costa, así como los comerciantes y los sectores agroexportadores se veían fortalecidos por la creciente demanda en Europa y Estados Unidos, de varios productos como el cacao y materias primas, principalmente (Ayala Mora, 2008, 48 – 50).

La lucha ideológica se libró entre la clase conservadora dominante, aliada fuertemente con el Clero, y las nuevas clases pudientes que surgían por sus actividades mercantilistas, y que se embanderaban en el liberalismo.

Así, durante el gobierno de José María Plácido Caamaño surge diario El Telégrafo. La fundación de este rotativo se da cuando las marcadas diferencias ideológicas se confrontaban políticamente, desde diversas aristas. Su fundador fue don Juan Murillo Miró, próspero comerciante guayaquileño, que heredó de su padre la primera imprenta que tuvo la ciudad de Guayaquil y con la cual, el 16 de febrero de 1884 materializó el primer número de diario El Telégrafo (El Telégrafo, 1934).

La prensa, como industria informativa, existe en Ecuador desde antes de su fundación como República. Como se mencionó en el capítulo anterior, el surgimiento de numerosos medios impresos respondió al acceso al servicio de la imprenta. La primera llegó a Ecuador en 1820, y fue comprada por el comerciante guayaquileño Manuel Murillo, padre de don Juan Murillo Miró, fundador de El Telégrafo. Los nuevos sectores sociales que emergieron junto con el desarrollo de la economía agroexportadora e industrial se constituyeron en los usuarios frecuentes de la imprenta. A través de su uso surgieron numerosos pasquines y periódicos que defendieron causas diversas, pero que no perduraron en la historia, como sí lo hizo diario El Telégrafo.

El Liberalismo fue la ideología principal que motivó a Juan Murillo Miró a fundar El Telégrafo en 1884. No obstante, su permanencia en el tiempo obedece, según se cuenta en la edición que conmemora el aniversario 50 del rotativo, a saber combinar el criterio de empresa con el deber de informar. El Telégrafo no solo se fundó como un medio informativo, sino como una empresa que logró solventar la base material a través de la venta de espacios publicitarios que inicialmente, cabe recalcar, no superaban a los asignados para los contenidos que escribían los periodistas, quienes eran intelectuales de oficio, ligados a una tradición literaria sólida. El criterio de empresa es el que logró solventar la existencia de este medio en el tiempo (El Telégrafo, 16 de febrero de 1934). La venta de espacios publicitarios se constituyó entonces en el principal negocio que permitió financiar el trabajo intelectual y el oficio periodístico del medio como tal. El Telégrafo fue el primer periódico en celebrar 50 años de existencia (1934), en relación a otros medios impresos que incluso, luego de haber sido fundados bajo el mismo criterio,

desaparecieron, como diario El Quiteño, fundado por Juan Murillo Miró en la ciudad capital, antes de 1906<sup>1</sup>, cuando se hizo cargo de la Escuela de Artes y Oficios de Quito, tras pedido del Gral. Eloy Alfaro.

El nombre del rotativo es una suerte de homenaje al servicio telegráfico que se estableció gracias a la gestión del gobierno de Plácido Caamaño. El Telégrafo fue la primera empresa en utilizar este servicio.

Caamaño también puso énfasis en otros avances tecnológicos de la época, pues trajo el teléfono, aunque solo unos pocos podían acceder (Ayala Mora, 2008). Tal vez existió apoyo directo de parte del gobierno de turno, para la conformación del medio impreso, por el uso de servicio que lo trajo el presidente Caamaño, aunque esto no se ha corroborado, pero tampoco se ha desmentido.

Cabe resaltar que el surgimiento de El Telégrafo se da cuando la persecución conservadora hacia los liberales es evidente. Juan Murillo Miró, hijo de don Manuel Ignacio Murillo y doña Juana Miró de Murillo, fundó El Telégrafo tras su regreso de Alemania, país donde se establecería definitivamente. Su retorno se da en una época de efervescencia política y cuando su padre deja de existir: la primera imprenta de Guayaquil, un icono patrimonial, le es heredada. Con ella fundó el periódico que se constituiría, con el pasar de los años, en el más antiguo de la nación:

El fundador de El Telégrafo

Juan Murillo Miró

En la historia del periodismo ecuatoriano brilla con intensa luz la egregia figura de Don Juan Murillo Miró, quien fundó el Diario El Telégrafo el 16 de Febrero de 1884. Por sus servicios a la patria y a la causa liberal, por la misión trascendental que cumplió en el periodismo, por sus valiosas investigaciones históricas, por la austeridad de su vida, don Juan Murillo Miró, merece con justicia un lugar de honor entre los ecuatorianos que han enaltecido la República y la han servido con encendida devoción cívica. Don Juan fue hijo de Don Manuel Ignacio Murillo y de Doña Juana Miró de Murillo. Don Manuel Murillo fue el primer impresor y editor que tuvo la ciudad de Guayaquil, su cuna. Corría por las venas de Don Juan sangre de periodistas. Había crecido entre el movimiento de la imprenta. Había observado el trabajo de su padre, y lo había arrullado el ruido de las incipientes prensas de la época. Para completar su formación cultural, don Juan Murillo Miró viajó a Europa. Recorrió varios países del Viejo Continente y se estableció finalmente en Hamburgo, Alemania. Allí Don Juan pensó en dedicarse a la actividad comercial y se incorporó a una respetable organización. Allí permaneció un buen tiempo, sintiendo siempre la añoranza de la patria lejana y adorada. En nuestro país la idea liberal era perseguida con crueldad. Se necesitaba del concurso de los ecuatorianos decididos para hacer

---

<sup>1</sup> En ese año se funda diario El Comercio, de línea conservadora.



frente a la dictadura imperante y restaurar las libertades públicas y los derechos del individuo. Y don Juan regresó a la patria dispuesto a la brega y aún al sacrificio. Nace El Telégrafo

Duros golpes había deparado el destino a Juan Murillo Miró (en corto tiempo). Poco antes de regresar de Europa falleció su esposa. Y en enero de 1884, dejó de existir en esta ciudad en la que había nacido su padre Don Manuel Ignacio Murillo. Al hacerse el reparto de los bienes dejados por don Manuel, le fue adjudicada la imprenta a Don Juan. Y en esa misma imprenta de Murillo que era como una institución de la ciudad, don Juan sacó El Telégrafo el día 16 de febrero de 1884, fecha gloriosa en la bizarra histórica del periodismo liberal ecuatoriano. Desde ese día, El Telégrafo quedó incorporado a la batalla por la libertad, por la dignidad, por la democracia. (...). (El Telégrafo, 1984: 1 – 2)

Don Juan Murillo Miró fue amigo personal de Eloy Alfaro. El Viejo Luchador le pidió cinco años más tarde de la fundación del periódico, que se hiciera cargo de la Escuela de Artes y Oficios en la capital ecuatoriana. Aceptó y además fundó el periódico El Quiteño. Cuando se mudó del Puerto Principal a Quito, Murillo Miró vendió El Telégrafo a su colaborador don José Abel Castillo. Su trabajo fue extenuante en Quito, no obstante una bronconeumonía lo mató en un breve lapso de tiempo, aún después de no haber presentado indicios de un decaimiento previamente (El Telégrafo, 1934: 1 - 2 - 3; El Telégrafo, 1984: 1 – 2).

La aparición de El Telégrafo no fue la única. En Guayaquil, en el mismo año emergieron los siguientes rotativos: El Murciélago (12 de marzo), La Gallina Ciega (3 de mayo); El Bombero (1 de noviembre) (Gómez, 1998: 11). Tras avatares políticos que terminaron el exilio de Juan Murillo Miró, en Chile<sup>2</sup>, Las acciones de El Telégrafo

---

<sup>2</sup> Juan Murillo Miró se constituyó en un opositor del gobierno de Plácido Caamaño, por lo que al ser perseguido, se exilió en Chile. En 1886, el rotativo dejó de circular. Desde Chile Murillo Miró denunció la famosa ‘Venta de la Bandera’, donde mencionada nación vendió una fragata a Japón, usando la bandera ecuatoriana, luego de que todos los países de América se declararan neutrales en el conflicto que el país nipón mantenía con China. Esto determinó la salida de Luis Cordero de la presidencia de la República, en 1895:

La administración de Cordero y el Progresismo llegaron a su límite histórico con ocasión del escándalo conocido como “la venta de la Bandera” o contrabando del Esmeralda. (...) consistió en los arreglos abusivos de José María Plácido Caamaño, el ex presidente que continuaba como gobernador del Guayas, con una casa comercial en Nueva York y el gobierno chileno a fin de facilitar la venta de un barco de la Armada chilena al Japón, utilizando la bandera ecuatoriana. La guerra chino-japonesa había forzado al Japón a comprar armas y barcos. Los agentes del Japón, Charles R. Flintand Col. De Nueva Cork, se pusieron en contacto con el Gobierno de Chile, pues estaban interesados en el Esmeralda. Pero Chile, que había declarado su neutralidad en la guerra entre China y Japón, estaba impedido de vender armas y navíos a uno de los beligerantes. Flint, entonces maquinó

fueron adquiridas, como se señaló anteriormente, por el empresario ambateño José Abel Castillo, en 1898, quien además fue el contador de Juan Murillo Miró. El artículo titulado ‘El Telégrafo. Decano de la crisis’, publicado en abril de 2010, señala lo siguiente:

A principios de la década de los 20, José Abel y su hijo Santiago conformaron la compañía El Telégrafo; efectuaron fuertes inversiones tanto en la construcción del edificio donde aún funciona el diario – el primero del país con ascensor- como en la compra de una rotativa alemana Albert, la más moderna de su tiempo; y el avión El Telégrafo I, que fue piloteado por el “as” de la Primera Guerra Mundial, Elia Liut (Revista Vistazo: 2010).

La primera rotativa del país, Albert, la adquirió El Telégrafo en 1923, pero solo tres años más tarde se logró imprimir los ejemplares. En 1940 los hermanos Castillo asumieron la dirección de El Telégrafo, tras la muerte de Don José Abel Castillo, quien distribuyó las acciones entre sus hijos y sus nietos. No obstante, fue José Santiago quien se encargó de la dirección y gerencia del medio. En su administración se adquirió la rotativa Printmaster Hoe que empezó a funcionar en 1956 y como homenaje a los 75 años de existencia de El Telégrafo. Los malos manejos administrativos hicieron que la empresa cayera en una crisis que obligó a su principal, Santiago Abel Castillo a abrir su capital. Otto Arosemena Gómez, ex presidente de la República, se asoció con la empresa.

La dirección estaba a cargo de Santiago Castillo (hijo) y en la gerencia mandaba Eduardo Arosemena. Con el tiempo, la familia Arosemena despojaría de todas las acciones a la familia Castillo, al tiempo que Rodrigo Ycaza, propietario del banco La Previsora, se sumaba como nuevo socio de la empresa, quien en los años 80 compró el diario. A mediados de dicha década Ycaza no logró estabilizar al medio por la crisis en la que cayó banco La Previsora que determinó en su cierre definitivo. En 1986 José Antón se convirtió en el nuevo propietario. En su administración hubo un repunte en las

---

encontrar un intermediario que no hubiese declarado esta neutralidad. A través de Caamaño, que tenía un poder de decisión casi autónomo, la negociación quedó finiquitada, pero, al ser descubierta por la prensa ecuatoriana dio la ocasión para el levantamiento de los opositores a Cordero y al Progresismo. Caamaño huyó a España (...) Cordero renunció y vino el pronunciamiento popular en Guayaquil a favor de Alfaro. (Ortiz Crespo, Gonzalo, “Panorama histórico del período 1875 – 1895”, en *Nueva Historia del Ecuador*, vol. 7 en Ayala Mora, Enrique, *Manual de Historia del Ecuador II*, página 50).

finanzas, mientras otros diarios locales tenían problemas. Una nueva rotativa se adquirió, la King Press, pero el panorama la crisis no cesó del todo. En 1996 Antón vendió el diario al banquero Fernando Aspiazu Seminario, propietario de Banco del Progreso, quien pagó de contado 7 millones de dólares, según se publicó en medios como la revista Vistazo.

El Telégrafo es un medio impreso que logró subsistir en el tiempo gracias a la mística empresarial que implementó en sus inicios su propio fundador, pero que luego también lo supo encaminar otro colaborador, el empresario ambateño Abel Castillo. La empresa editorial se configuró entre la mística liberal y la empresarial. En inicios las ediciones no eran diarias, pero de a poco se fue configurando como prensa diaria, sobre todo al configurarse como empresa que suplía sus necesidades con la venta de espacios publicitarios. A diferencia de otros múltiples intentos de prensa escrita, El Telégrafo fue el único que logró sobrevivir a los periódicos o pasquines que surgieron masivamente en 1884. Pero los espacios que se guardaban para la publicidad eran anunciados con antelación para que los comerciantes se apuren a pautar, pero no invadían los que eran determinados para los contenidos noticiosos.

Esta condición sí se revirtió con el transcurso del tiempo, a medida que el comercio y la industrialización tomaban forma en el país, al punto en que el medio contó con varios accionistas a lo largo de la historia y muchos propietarios, lo cual también rompe con la tradición empresarial de los medios masivos del país, donde han sido familias las que han comandado estos negocios editoriales.

## Segundo periodo

### Antecedentes

Fernando Aspiazu Seminario compró el rotativo en 1996. En 1999 quiebra Banco del Progreso que era de su propiedad. Su lucha contra el Estado ecuatoriano la libró con la prensa de su propiedad, es decir: utilizó un bien privado de función pública para defender sus intereses. El discurso de El Telégrafo, en ese entonces, tuvo matices separatistas, pues la problemática económica se la tradujo como conflicto regional (Quintero, 2005: 7). Al mismo tiempo la economía ecuatoriana se dolarizaba debido a la grave crisis bancaria que azotó el Ecuador. El Telégrafo formó parte de los bienes del banquero Fernando Aspiazu Seminario, que incluía Radio El Telégrafo de amplitud modulada y Sí TV, en la actualidad Canal Uno.

A través del periódico Aspiazu Seminario se defendió ante la opinión pública de los cargos de peculado y estafa por los cuales fue condenado. Banco del Progreso quebró en 1999 y en 2002 la Agencia de Garantías de Depósitos incautó los bienes de Aspiazu Seminario. El 99,67 por ciento de las acciones pasaron a dicha entidad gubernamental. El resto pertenecía a Carlos Navarrete Castillo y algunos familiares, como se menciona en el artículo ‘El telégrafo: Decano de la crisis’, publicado en Revista Vistazo, en abril de 2010:

Cuando la AGD tomó el diario, este tenía pérdidas por 12 millones de dólares; sus activos llegaban a los dos millones de dólares, estos incluían el edificio principal, un terreno y una edificación contigua, y la rotativa. La administración de la Agencia fue accidentada debido a las disputas por la posesión de las acciones de diario con Navarrete. Un año antes de que la AGD entrara a administrar el diario, Aspiazu efectuó una junta de accionistas en la que se aprobó un aumento de capital por el cual la empresa Itagrafic entregó un aporte “en especie”: la rotativa comprada por Antón. Navarrete –quien también había hecho un aporte mínimo en esa junta- convocó una nueva reunión con sus primos en la que no estuvo la AGD. En ella se dejó sin efecto ese primer aumento de capital y se convirtió en el accionista mayoritario (...), la Agencia llamó a una nueva junta, dejó sin efecto lo que Navarrete había hecho y lo desconoció como director. (Revista Vistazo: 2010).

La pugna continuó. Navarrete Castillo regresó a la administración de El Telégrafo en 2006. No obstante, la Superintendencia de Compañías dejó sin efecto los aportes privados. Esta acción se concretó a mediados de 2007. El 17 de marzo de 2008 se fundó la versión pública de diario El Telégrafo, luego de que la AGD entregara la totalidad de

sus acciones al Ministerio de Finanzas, como parte de pago de las deudas contraídas durante la crisis bancaria.

### **Panorama político – histórico:**

Entre 1996 y 2007 Ecuador se caracterizó por la inestabilidad política y el retorno a un nuevo régimen constitucional. Durante este periodo sucedieron ocho mandatarios: Abdalá Bucaram sucedió a Sixto Durán Ballén, sin embargo fue destituido por el Congreso Nacional el 6 de febrero de 1997, tras protestas de diversos grupos sociales afincados en la serranía, principalmente en Quito. Los motivos fueron varios, principalmente la creciente ola de regionalismo instaurada por el mandatario y sus prácticas políticas poco prolijas. Le reemplazó en el poder Fabián Alarcón, entonces presidente del Congreso Nacional, con apoyo de la Derecha. Alarcón fue ratificado como principal del Gobierno tras una consulta popular, la misma que autorizó la conformación de una Asamblea para que redacte una nueva Constitución, que entró en vigencia el 10 de agosto de 1998, cuando Jamil Mahuad asumió el poder.

La Constitución de 1998 se centró en una política económica de privatizaciones, alentada por los partidos de Derecha que conformaron la Asamblea que redactó dicha Carta Magna. Asimismo reconoció la diversidad y los derechos de sectores vulnerables de la sociedad, como los niños y niñas; o de sectores históricamente excluidos como la población indígena y afrodescendiente. El Gobierno de Mahuad estuvo matizado por sus políticas privatizadoras, además de varios recortes presupuestarios determinados por la crisis económica. Sus medidas beneficiaron a los banqueros que financiaron su campaña política meses antes, lo que causó una grave crisis económica en 1999. Esto determinó en un feriado bancario que significó el congelamiento de fondos de miles de ecuatorianos con el fin de salvar a varios bancos de la crisis, entre ellos Banco del Progreso, de Fernando Aspiazu. La crisis se agravó y Mahuad optó por dolarizar la economía ecuatoriana, que hasta ese entonces tenía al sucre como moneda oficial.

El Presidente intentó declararse dictador con apoyo militar, pero los altos mandos tenían su propio plan dictatorial. Un golpe de oficiales medios de las Fuerzas Armadas, apoyados por la movilización indígena derrocó a Mahuad el 21 de enero de 2000. Se proclamó una “junta” y luego un triunvirato que solo duró unas horas. En la madrugada del 22 se posesionó del mando el vicepresidente Gustavo Noboa Bejarano. (Ayala Mora, 2008, 120).

Tras la caída de Mahuad debido al golpe indígena – militar, el gobierno de Noboa Bejarano se enfocó en mantener la dolarización. Puso en marcha una serie de recetas económicas planteadas por el FMI. Durante su mandato la Agencia de Garantía de Depósitos incautó diario El Telégrafo al banquero Fernando Aspiazu, por deudas con el Estado ecuatoriano.

En 2003 se posesionó Lucio Gutiérrez en la presidencia de la República, tras vencer en las elecciones de 2002 al empresario bananero Álvaro Noboa. Su línea de gobierno estuvo alineada con la derecha populista, a pesar de que sus ofertas de campaña alineaban con el socialismo. Su estadía en el poder implicó una serie de alianzas muy cercanas a los partidos tradicionales ecuatorianos y organismos internacionales de extrema derecha. El pueblo de Quito exigió su salida. La presión social hizo que las Fuerzas Armadas le restaran respaldo a Gutiérrez, lo que obligó al Congreso de aquel entonces a nombrar al vicepresidente Alfredo Palacio como nuevo mandatario de la República, el 20 de abril de 2004. Tras un fallido intento por refundar la Nación, promesa hecha en las instalaciones del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), llegó a la presidencia Rafael Correa, economista que fuera ministro de finanzas en su gobierno.

El mandato de Correa empezó en enero de 2007. Durante un lustro se constituyó una nueva Carta Magna y se decidió no pagar la deuda externa, para aumentar la inversión en el sector público. La política social caracterizó al gobierno de Correa, además de la confrontación política con los tradicionales grupos políticos de derecha.

Durante el Gobierno de Rafael Correa, la comunicación se ha constituido en un campo de lucha ideológica fundamental, para contrarrestar el accionar de la llamada partidocracia. Así, la noción de medios públicos en Ecuador emergió en 2007, en los primeros meses de gobierno de Rafael Correa. El reclamo por la existencia de medios públicos que se hagan cargo de asuntos públicos fue bien vista por la ciudadanía, aunque no tanto por los dueños de los medios privados.

La creciente confrontación con la prensa ha sido una de las banderas de lucha fundamentales del gobierno de Correa. Sin embargo no se han cerrado medios privados, como la historia lo demuestra en otros regímenes, pero sí se han enjuiciado a periodistas y a medios impresos como los diarios La Hora (2007) y El Universo (2010).

La prensa se constituye en un arma fundamental en la Revolución Ciudadana, con la que se ha combatido, desde el plano ideológico, a las tradicionales formas de gobierno y a la misma prensa privada que ha representado a varios grupos oligárquicos que han influenciado en la dirección de la Nación. Se puede concluir que la noción de medios privados y públicos quedan delimitados en este periodo de tiempo, bajo las siguientes premisas: lo privado no ha defendido los asuntos de orden público, y es deber de lo público hacerse cargo de los asuntos públicos, por lo que se justificaría cualquier accionar del Estado, con el fin de alcanzar esa meta.

## **La emergencia de una esfera pública**

Se concluye, entonces que el surgimiento y afianzamiento de diario el Telégrafo se ubica entre 1883 y 1895, período donde los gobiernos progresistas incluyeron dentro de sus agendas la tolerancia informativa y la libertad de expresión. Para Saad Herrería, las funciones de la prensa escrita guayaquileña está atravesada por dos dinámicas: la informativa e ideológica. La primera se limita al mero hecho de transmitir información de interés público y la segunda es la configuración de una prensa de opinión. Los periódicos guayaquileños empezaban a recrear nuevas nociones de vida, basadas en la “ilusión de modernidad” (Saad Herrería en Gómez, 1998: 8), conseguidas por el progreso económico. Los héroes empiezan a ser contruidos, es decir, las figuras políticas burguesas emergen visualmente en las fotografías, caricaturas o relatos que se socializaban.

Se advierte, entonces, que la prensa guayaquileña es una de las pioneras en entretejer los capítulos de la nueva historia ecuatoriana, de su nueva esfera pública que solo se percibía en grandes ciudades como Guayaquil, Quito o Cuenca; y a configurar, a través de su redacción, otros actores. “El período, pues, podría definirse como el tránsito entre una realidad asumida, cuando la prensa juega el papel de espejo, y la realidad ilusoria de una ventura sólida (...)” (Saad Herrería en Gómez, 1998: 9).

La periodicidad informativa puede marcar el surgimiento de una esfera pública. En tal virtud, la prensa diaria surgió en Guayaquil, por tanto esta ciudad puede considerarse como el espacio donde se recrea una esfera pública ecuatoriana, de carácter excluyente, pues grandes sectores poblacionales ni siquiera tenían acceso a la educación, por lo que los índices de lectura pueden entenderse como incipientes. Sin embargo esto no significa que no hayan existido periódicos en otras provincias del país. Cuenca, Quito, Quevedo, Riobamba, El Oro, Ibarra son algunas de las ciudades donde también se configuró una prensa diaria, años más tarde. La difusión diaria de noticias al estilo mercantilista europeo fue una característica de la prensa que se instauró como empresa, pero también produjo opinión pública. El auge económico de dicha sociedad consolidó al sistema capitalista y emergió una nueva esfera social, como lo es la privada. Habermas en su Historia de la Opinión Pública señala lo siguiente:



El cambio de función experimentado por el principio de la publicidad se basa en un cambio de estructura de la publicidad como esfera, materializado en la transformación de su más soberbia institución: la prensa. A medida, por un lado, que ésta va comercializándose, se allana el terreno entre la circulación de mercancías y el tráfico público; en el seno del ámbito privado va difuminándose la delimitación entre publicidad y esfera privada. Por otro lado, en la medida en que sólo mediante determinadas garantías políticas pueden ser protegidas por sus instituciones, deja de ser exclusivamente la publicidad una parte del ámbito privado (Habermas, 2009, 209).

Puede considerarse, además, que la esfera pública naciente tuvo como temas centrales la emergencia de un nuevo Estado de corte liberal, donde la intención es romper con ataduras monárquicas. Los temas de interés difundidos a través de los medios cotidianos no reflejarían aquel pasado, sino que apelarían al olvido para construir una nueva historia, legítima, propia. La noción de nacionalismo como un concepto moderno surgido en Europa, formaría parte de las nuevas premisas que regentarían los temas en la nueva prensa racionante.

La aparición de la prensa diaria se consideró como “una novedad iniciada en Guayaquil” (Ayala Mora, 2008: 61). Pero dicha novedad es vista como un privilegio de pocos, reafirmando así el concepto habermasiano de esfera pública, donde la publicidad política es la encargada de difundir las ideas y conceptos privados, es decir de aquellos colectivos ilustrados.

Además los ciudadanos se transforman en consumidores en potencia, por lo que el carácter empresarial de los medios se fortaleció (Graham, 1992: 359 – 379), y de paso se van delimitando las esferas públicas y privadas. En otros términos, la empresa editorial naciente buscó su subsistencia material para satisfacer la necesidad simbólica de debatir la sociedad (Habermas, 2009: 211).

Resulta ejemplar observar a este tipo de prensa en épocas revolucionarias, cuando los periódicos de las más minúsculas agrupaciones y asociaciones brotan por doquier (en el París del año 1798, cada político un poco importante tiene su club; cada dos, su periódico; 450 clubs y cerca de 200 periódicos se constituyeron entre febrero y marzo). Mientras la existencia misma de una prensa políticamente racionante es precaria, se ve esta forzada a una autotematización continua: hasta la legalización permanente de la publicidad políticamente activa, la aparición y el mantenimiento de un periódico político equivalía al compromiso activo con la lucha por conseguir un ámbito de libertad para la opinión pública, con la lucha por la publicidad como principio (Habermas, 2009, 211).

De acuerdo al marco histórico expuesto no se puede afirmar que El Telégrafo surgió como prensa políticamente raciocinante únicamente, sino que la base material asegurada, es decir, su afirmación como empresa permitió que se convirtiera, además de medio informativo, en prensa políticamente raciocinante que se enfrentó, en términos ideológicos, con otras manifestaciones políticas; y en términos comerciales compitió con otros periódicos que no contaron con una base material. En dicha época se pugnó porque ciertas ideas prevalezcan sobre otras. Vencieron las ideas liberales a partir de su permanencia en la memoria de las audiencias. Esa memoria se vio fortalecida por la regularidad con la que se difundieron los contenidos. La regularidad estuvo dada por el criterio empresarial. De igual forma, el periódico podía llegar a las crecientes masas que quedaban rezagadas en cuanto a la dinámica de la ilustración recreada en las burguesías locales:

Tras la invención de la imprenta, los dos productos mayores de la “cultura Gutenberg” fueron ciertamente el libro y el periódico. Desde el Viejo Mundo, uno y otro se regaron por el mundo como modelos de difusión y proyección intelectual. Más profundo y reflexivo el libro, más breve e informativo el periódico, ambos se destinaron a funciones diversas y, por lo mismo, a grupos sociales diferentes: el libro a reducidos círculos intelectuales y el periódico, a la masa general de lectores, que fue incrementándose conforme crecía en cada país el número de gentes con instrucción básica (Núñez, 1998 en Gómez, 1998: 9).

El peso de la iglesia hacia finales del siglo XIX seguía siendo trascendental, a tal punto que las nuevas configuraciones de lucha, entre conservadores y liberales evidenciados en la prensa existente, se vio marcada por la censura clerical. El clero, principal enemigo de los ideólogos liberales, fue el causante del cierre de varios periódicos.

Los ideólogos liberales plantearon una renegociación del pacto con el Vaticano que quitara al clero el monopolio ideológico y permitiera las libertades de conciencia y de prensa, limitadas por la censura eclesiástica (...). La iglesia resistió el ataque. Combatió al liberalismo respaldada en la literatura católica europea y los documentos papales, que sostenían el “derecho divino” de la autoridad y la necesidad de mantener unidos el altar y el trono. Condenó todas las doctrinas liberales en bloque, cuidándose de incluir en ellas a los radicales y a los “liberales católicos”, que habían aparecido en el país. Obispos y sacerdotes ejercieron celosamente su derecho de prohibir libros y periódicos, exigiendo apoyo estatal para el cumplimiento de sus decisiones (Ayala Mora, 2008: 43).

El 3 de julio de 1886 se cierra diario El Telégrafo, por primera vez por mandato de Plácido Caamaño. “La segunda época de publicación comienza el 14 de octubre de 1896 y dura hasta el 8 de noviembre de 1902. Se inició una tercera época el 1° de julio de 1903 que continúa hasta el presente” (Ceriola, s/f: 118 – 120 en Revista del Archivo Histórico del Guayas, 1972: 22). Los diversos motivos que generaron los cierres del periódico pueden comprenderse como formas de fortalecerlo institucionalmente, pues silenciarlos implica recordarlos en su silencio, lo que significa legitimarlos.

Precisamente esa creciente influencia social de la prensa determinó que el Estado y los grupos de poder intentaran controlarla por variados medios, que iban desde la canalización de sus contenidos hasta la franca censura de las opiniones expresadas en ella (Núñez, 1998 en Gómez, 1998: 9).

La época de la Revolución Liberal significó el auge para diario El Telégrafo. La actividad comercial en el Puerto Principal entre 1883 y 1925, era de tal importancia que “Guayaquil fue durante todo ese lapso de tiempo el eje y centro de la actividad nacional” (Saad, 1998 en Gómez, 1998: 8). En las primeras décadas del siglo XX, las reformas liberales configuraron la dinámica social de manera novedosa, pues se contaba con instituciones que lograron cohesionar la Nación, como el Registro Civil o el mismo Ejército. En el ámbito público:

Aparecieron nuevas costumbres. Se invitaba a *Garden partys* y se empezaba a jugar fútbol. Los dramas y comedias que se representaban en los teatros comenzaron a alternar con las presentaciones de cine (...). Entre los diez y los veinte, los aeroplanos realizaron los primeros vuelos. Estos eran seguidos con interés por el público, a esas alturas ya acostumbrado a la existencia de la prensa diaria, una novedad iniciada en Guayaquil en años anteriores y que eran también una realidad en varias ciudades del interior (Ayala Mora, 2008: 61).

Se concluye que el propio avance industrial contribuye a la formación de una nueva esfera pública, basada en los nuevos ritmos de vida que el sistema capitalista ofrecía, desde luego, con las debidas exclusiones.

### **Dinámica de la esfera pública liberal en el surgimiento de diario El Telégrafo**

Varios procesos sociales acaecieron en Ecuador hasta el último lustro del siglo XIX, con los cuales se esperaba consolidar al Estado Nacional. No obstante el carácter

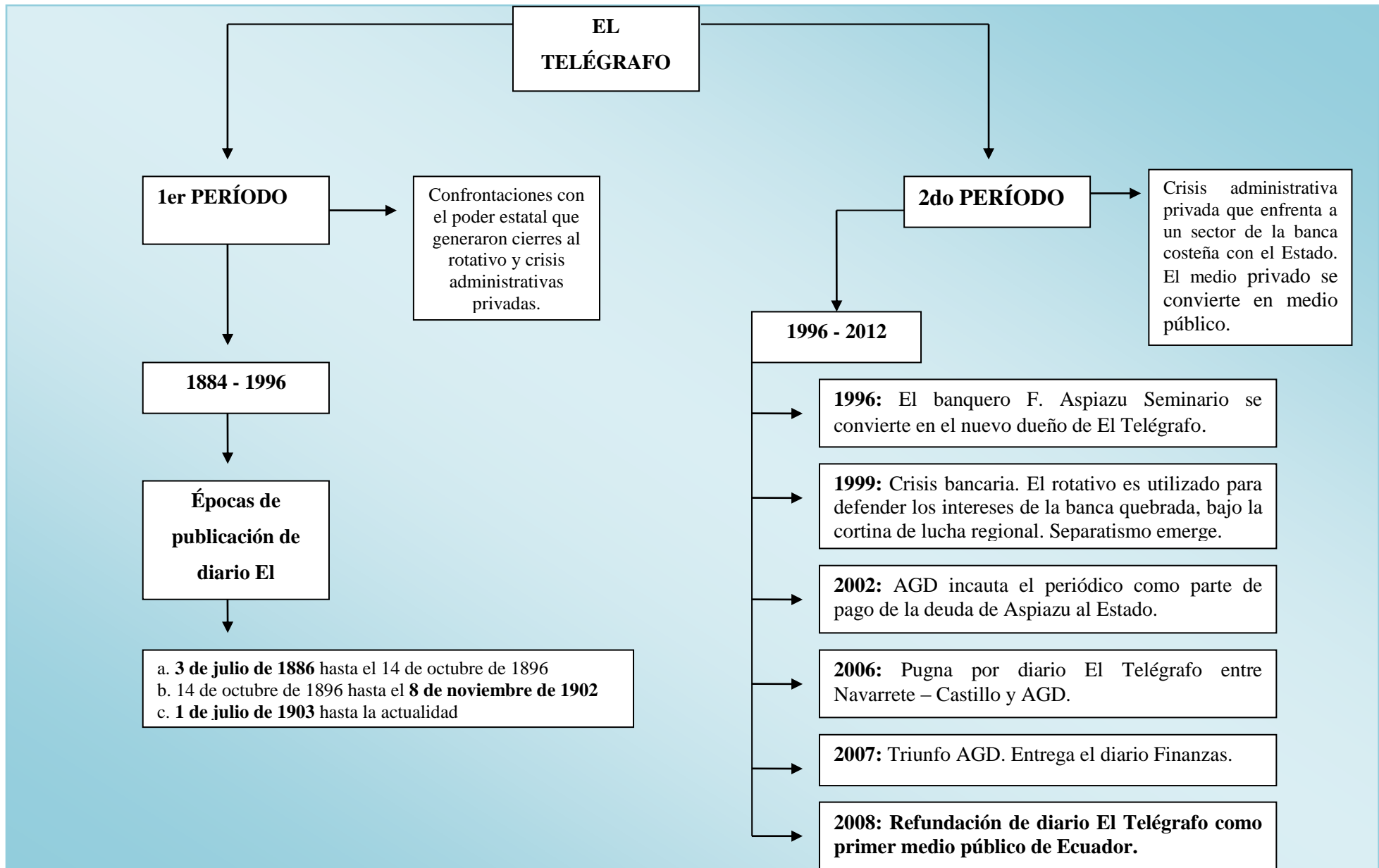
del Estado Oligárquico Terrateniente se mantenía fortalecido frente a los nuevos procesos sociales de reconocimiento protagonizados por la nueva clase obrera y los grupos sociales urbanos y rurales. La intención de la Burguesía era controlar al Estado, aunque lo logró de forma parcial, puesto que las relaciones establecidas entre los grupos de poder que la conformaban, chocaban en cuanto a intereses particulares. La clase dirigente serrana sería la hegemónica en la nación ecuatoriana y su lucha ideológica y política se vería reflejada años más tarde al enfrentarse con las clases dirigentes costeñas, fortalecidas por su creciente auge económico que demandaba nuevas dinámicas sociales, como el trabajo asalariado, lo que marcará el nacimiento de una nueva clase media, débil hasta finales del siglo XIX e inicios del siglo XX.

Las clases dominantes de la Sierra y de la Costa lucharon entre sí. Sus motivaciones estuvieron marcadas por un sistema de pensamiento filosófico y religioso, que a la postre se manifestó en una lucha por el poder político. La última década del siglo XIX se convirtió en la época cuando esas luchas alcanzaron un punto determinante. En junio de 1895 estalla la Revolución Liberal que significó un triunfo de la Burguesía agroexportadora, fortalecida desde finales de 1820 debido al monopolio del cacao y otros productos, sobre los asuntos del Estado. Las clases dirigentes controlaban el destino del Estado (Cueva, 1988: 18).

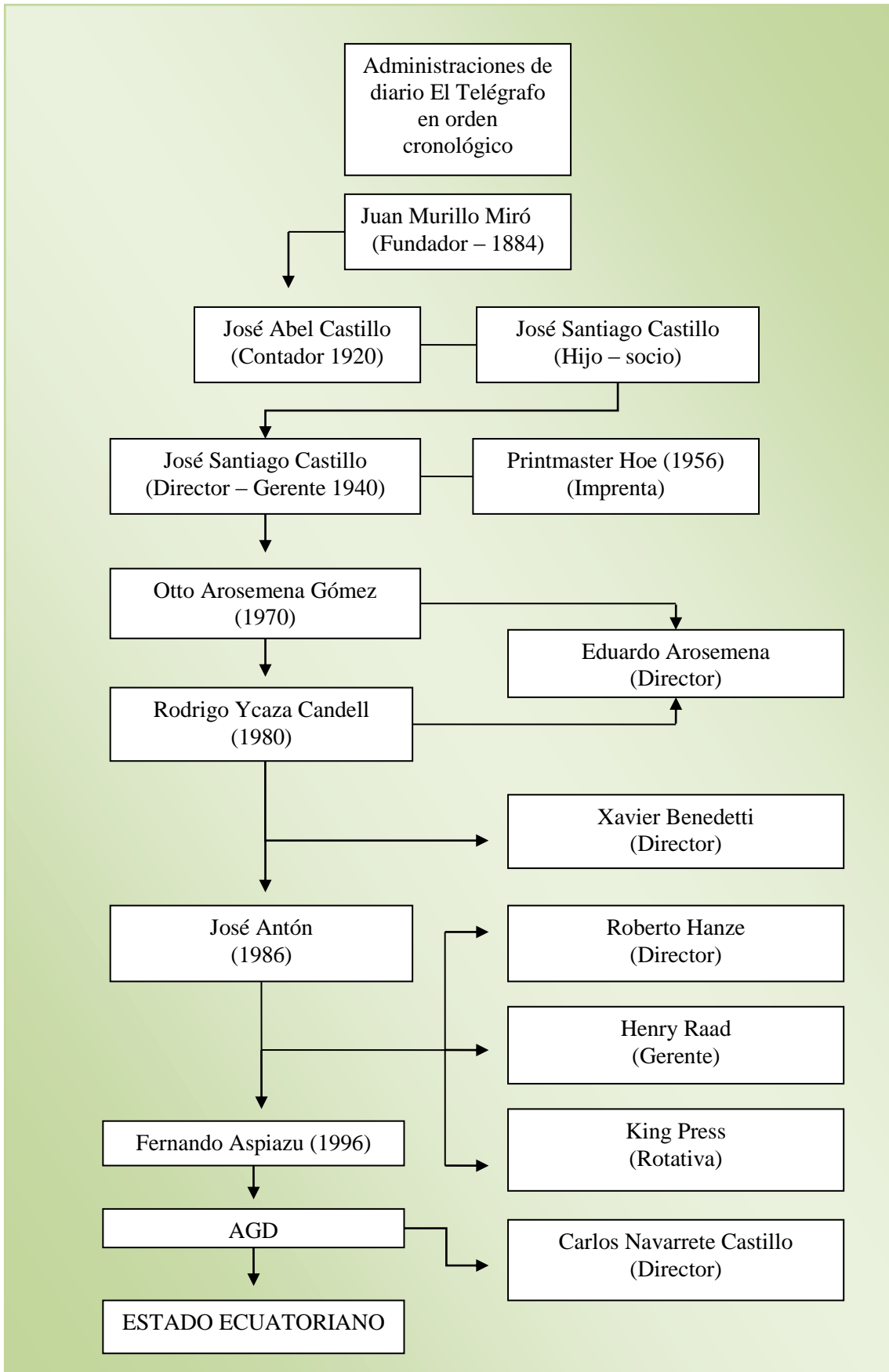
Así, los cambios que se suscitaron luego de este hecho social significaron una consolidación del Estado Nacional: se logró cohesionar las diferentes regiones de la Nación creando instituciones como el Registro Civil o la Escuela Militar, bajo el liderazgo de Eloy Alfaro. De igual forma se instauró un Estado laico, lo que significa el triunfo de la Burguesía sobre el clero y por ende, el fin de la relación entre Estado e Iglesia y la apertura a una mayor libertad de cultos. El acceso a la educación gratuita y la reivindicación de los derechos ciudadanos, principalmente el reconocimiento del rol femenino en la sociedad y la obra pública, como el ferrocarril, se suman a los alcances que se suscitaron tras la Revolución Liberal.

Además, la revolución liberal es históricamente importante por haber sacudido hasta el estremecimiento (más de lo que sus protagonistas burgueses lo previeron) la superestructura ideológica del Ecuador. Libertad de expresión y de cultos, laicismo como pauta de acción estatal, democratización de la cultura (...) Aunque ellos no se hayan aplicado con rigor, ni beneficiado directamente a los sectores más pobres de la población, significaron un progreso en relación con la situación precedente. (...) la revolución del 95, pese a haber sido en su esencia una consolidación política de la burguesía, removió a la sociedad toda. Pues este primer ensayo de democratización de la superestructura, incompleto y hasta frustrado si se lo juzga a la luz de los proyectos más radicales, aceleró en vastos sectores sociales, la toma de conciencia de ciertos derechos y les inculcó nuevas aspiraciones, (...) dicha democratización no estuvo acompañada de una transformación más profunda de la estructura económica. (Cueva, 1998: 19).

**Cuadro 1. Esquema histórico:**



**Cuadro 2. Esquema administraciones:**



### **CAPÍTULO III**

#### **TRANSFORMACIONES INSTITUCIONALES**

Diario El Telégrafo tiene 130 años de existencia divididos en dos etapas: 124 años como medio privado y cuatro como medio público. ¿Cómo se convirtió en medio público? Su proceso de transición ha significado una serie de cambios sustanciales que tienen que ver con la producción de contenidos y el carácter de los mismos, la forma de administración del medio y la mística empresarial.

El proceso de medio privado a medio público aún no termina de concluir para algunos actores cercanos a la institución. No obstante esta etapa histórica permite debatir acerca del surgimiento de una nueva forma de hacer periodismo y ayuda a establecer una suerte de oficio ideal, lejano a las manifestaciones tradicionales, pues el carácter de medio público se constituye, aparentemente, en una garantía de libertad informativa que no otorga un medio privado, que depende enteramente de pautas publicitarias que condicionan los contenidos, lo cual ha sido explicado en líneas anteriores.

“(...) el hecho de que se haya posibilitado el surgimiento de medios públicos, en un país como el nuestro, con una tradición de clase política nefasta, es algo que nos hace pensar muchísimo en quién conducía nuestras formas de pensar como pueblo, el momento que surgen nuestros medios públicos en el Ecuador, nosotros tenemos la posibilidad de poder ver desde otra ventana los hechos políticos, económicos, culturales, etc., (...) Pero además, el hecho de que surjan los medios públicos suscita otro debate: ¿qué mismo es el periodismo? ¿Cuánta verdad existe en la voz del periodismo, en la voz de un medio de comunicación? (...)” (E001, 2012, entrevista).

Se mencionó anteriormente que la independencia o autonomía del oficio periodístico siempre estuvo amenazada, por la voracidad mercantilista, pero en un medio público, esta autonomía puede estar en riesgo por la voracidad política.

La industria mediática basa su trabajo informativo en la producción de contenidos acoplados a la demanda de información por parte de los públicos, creando así una realidad alterna e ilusoria que se contrapone a la realidad expuesta a través de las noticias que a su vez deben ser historias que garanticen el interés del lector.

Como se vio al inicio de este capítulo, son los contenidos proclives a modificarse a la publicidad que es difundida en un medio masivo privado, pues



responde al fin principal de la empresa mediática: ofertar públicos a los anunciantes (Smythe, 2006). Frente a esta realidad el medio público surge como alternativa periodística o como una oportunidad de hacer periodismo alejado de los vicios comerciales y políticos habituales, pero:

La principal contradicción que afecta el funcionamiento del campo periodístico está en el hecho de que las prácticas periodísticas que más se ajustan a los códigos del periodismo están muy lejos de ser siempre las más económicamente rentables. (...): el periodista forma parte de una empresa económica que tiene sus propias exigencias, las cuales no son todas ellas las del espíritu. (Champagne, 1998: 241).

En el caso de El Telégrafo, la construcción de la agenda depende, en primera instancia, de una nueva dinámica periodística ligada a la nueva condición de medio público. Obedece también al grado de autonomía laboral que ostenta el periodista, ya que el ejercicio mismo de la práctica periodística no se debe modificar, aparentemente, por factores externos al campo objetivo de su episteme, es decir que en teoría, el establecimiento de la agenda responde a los códigos fundamentales del periodismo: el medio público debe constituirse, entonces, en una institución que garantice el ejercicio libre de la actividad informativa, la cual siempre ha estado amenazada por criterios económicos y políticos que atraviesan a un medio de comunicación. Pero ¿cuáles son los criterios que establecen la agenda en diario El Telégrafo?

“A ver, cómo en cualquier actividad periodística proviene de lo que demanda la coyuntura, en primera parte, pero sobre todo, en el caso nuestro, proviene de una búsqueda real de temas que pudieran estar, que debieran estar en escena y que no los están poniendo en escena ni los actores culturales, ni los sectores, ni las instituciones públicas ni las privadas” (E001, 2012, entrevista).

La construcción de la agenda mediática en El Telégrafo respondería al criterio de búsqueda real de temas que pudieran estar en escena”, pero que no son tomados en cuenta en ningún sector, es decir que se intenta poner de manifiesto a las voces emergentes o las situaciones que no precisamente buscan satisfacer una demanda de bienes simbólicos generada por la industria cultural. Se pretende poner en evidencia a personajes y situaciones veladas o poco masificadas, a partir de un enfoque distinto en los campos político, económico, deportivo y cultural principalmente:

“¿Cómo se maneja la línea editorial de la sección? Básicamente procurando que los temas sean tratados a profundidad y que cuenten con las fuentes no consagradas, que se procure siempre contrastar las fuentes: no que se procure, que sea una condición sine qua non, el que las fuentes sean contrastadas siempre que se plantea cualquier tema, se procura mucho que el seguimiento a los temas sea lo suficiente como para que los temas lleguen a los lectores con todos los elementos de análisis posibles (...) Para que un diario privado funcione, depende de la publicidad, de que ese pago sea lo suficiente como para pagar el espacio. Y eso condiciona mucho la posibilidad de que el periodismo sea realmente independiente. En El Telégrafo, el hecho de que tengamos la libertad para proyectar una sección de cultura fuerte y sólida, y que se pueda poner en escena temas que son controversiales, que son polémicos y que son necesarios debatir, también proviene de que nosotros no tenemos esa dependencia comercial, esa dependencia de un pauta publicitario y ahí es cuando uno marca la diferencia de cómo se puede hacer periodismo sin necesidad de que se paguen para hacerlo, sin necesidad de que respondas a intereses de alguien más” (E001, 2012, entrevista).

La no dependencia comercial marca un grado mayor de autonomía a la hora de hacer periodismo; significando esto que la existencia del medio público sí brinda una oportunidad para hacer “periodismo real”:

“(...) Tuve muchos compañeros que habían venido del periodismo privado y que todavía tenían esos temas de las primicias, del golpe, de eso de estar escuchando rumores y cositas así para publicarlas: cosas que en El Telégrafo no se hacían, porque esa no era la intención de un medio público, y no por un tema de manejo de poder o de imposición política, sino por un tema de hacer un periodismo real (...)” (E006, 2012, entrevista).

No obstante, el autor Patrick Champagne sugiere que la prensa se divide en los siguientes tipos: la estatal que está al servicio del poder de turno y la comercial o privada que busca su bien financiero (Op. Cit., 240). En tal virtud se vuelve a debatir el papel de El Telégrafo en la dinámica mediática del país que, a través de su agenda, no podría estar informando únicamente, sino haciendo propaganda a las instituciones del Estado y su accionar.

“Prácticamente no existe una gran prensa de informaciones generales que obedezcan a puras consideraciones intelectuales. La competencia, los apremios diarios, las consideraciones de venta y las coacciones políticas pesan permanentemente, en proporciones variables según los soportes, en la elaboración y la difusión de la información” (Op. Cit., 240).

¿Cómo mantener entonces la autonomía periodística en un medio público? Al igual que en un medio privado, la no injerencia de factores externos a la hora de hacer periodismo

es la única manera de hacer “periodismo real”, y esto se lo consigue a través de la norma, la cual deberá garantizar el libre ejercicio informativo. Las leyes en los sistemas democráticos buscan proteger la libertad de prensa contra el dominio del poder político. Se considera sin embargo, ayuda económica para la prensa, porque es considerada su utilidad social, es decir que presta sus servicios al público. Las grandes empresas que pautan en un medio privado, así como la injerencia política en un medio público, determinan los niveles de censura de contenidos, cuando estos no van acorde a la mística de dichas empresas o cuando se corre el riesgo de publicar artículos que cuestionen el accionar económico o político de un sector determinado (Op. Cit., 242).

Esto corrobora que la autonomía es un bien simbólico que no puede ser alcanzado por completo, pero sí puede ostentar grados o niveles dentro de una dinámica mediática. A menor injerencia externa, mayor autonomía periodística y a mayor injerencia externa, menor autonomía en la práctica comunicativa.

El establecimiento de la agenda no solo depende de factores netamente comerciales, en un medio privado, sino también de factores políticos que se evidencian en mayor grado en un medio público que prescinde de la dinámica mercantil. Como ya se indicó con anterioridad, la autonomía periodística debe ser reconquistada constantemente, puesto que su mayor o menor grado es una condición esencial para comprender los criterios para establecer una agenda: “(...) la historia del periodismo podría ser en gran parte la historia de una imposible autonomía o, si queremos expresarlo de manera menos pesimista, es la historia sin fin de una autonomía que siempre hay que reconquistar porque siempre estuvo amenazada” (Champagne, 1998: 239).

Se concluye que el nivel de autonomía periodística marca un nivel determinado de equilibrio entre la actividad mediática y la injerencia de factores externos. El medio público está llamado a garantizar un ejercicio periodístico vinculado a preceptos éticos sólidos lo que incluye la necesidad de fortalecerse como institución, capaz de resistir presiones de toda índole. La necesidad de una normativa relacionada y avalada socialmente puede considerarse en un pilar fundamental para alcanzar este objetivo.

La transición de medio privado a medio público supuso un nuevo orden administrativo, el cual se caracteriza, en la actualidad, por la solidez empresarial que otorga el Estado, mediante el Ministerio de Telecomunicaciones.

De acuerdo a su personal, el manejo por parte del sector público a esta entidad informativa se ha traducido en estabilidad y respeto a los derechos laborales, oportunidad de crecimiento profesional y competitividad salarial, principalmente. Las cuatro características mencionadas se constituyen en pilares básicos que se interpretan como una oportunidad para ejercer un periodismo diferente, romper con la tradición privada de empresas periodísticas, generar nuevos conceptos en la cobertura, romper con el efecto primicia y crecer junto a las nuevas propuestas periodísticas.

“(…) Es la oportunidad de generar un nuevo concepto en la cobertura de notas, dejar la trivialidad, ese instante del boom. Pensar en lo que le va a servir a la gente, es una oportunidad de ver otra realidad” (E002, 2012, entrevista).

“Es una oportunidad que abre muchísimas posibilidades de ver el periodismo de distintas maneras, en un momento en el que creo que es trascendente hablar de periodismo en este país y así cuestionarnos el oficio del periodismo en este país, por una sencilla razón: porque nosotros hemos vivido una tradición periodística enfocada básicamente a una lógica de negocios privados, de negocios particulares y de defensa de poderes (...). El Telégrafo se constituye como una oportunidad para que las lecturas por parte de la opinión pública sean mayores, diversas y sobre todo para propiciar debates en la sociedad” (E001, 2012, entrevista).

¿Por qué es trascendental analizar la actual situación institucional de El telégrafo desde sus actores? Las instituciones son construidas por los sujetos que la conforman, y en tal virtud son exponentes autorizados para describir su dinámica característica actual, la que evidencia su manejo administrativo. No obstante para llegar a una conclusión es necesario comprender el manejo administrativo anterior.

“En Quito se instaló en El Labrador, en una sala pequeña. En esa época, hace 25 años, fue como el relanzamiento del periódico, porque estuvo a punto de desaparecer, Había maquinaria obsoleta. Se contrató nuevo personal, en Quito y Guayaquil. Luego nos trasladamos al sector de La Mariscal, en una casita villa... estuvimos algunos años, hasta que se produjo la intervención de la AGD. Luego nos trasladamos a las 12 de Octubre, en el World Trade Center... Hubo inconvenientes. Nos movimos a la Orellana, era una reducción pequeña. Nuevamente se buscó un nuevo local, con la nueva administración... Se escribía en máquinas de escribir antiguas. Había una persona que se dedicaba al revelado. En esas condiciones se comenzó a trabajar. Hoy es diferente. Los salarios estuvieron congelados mucho tiempo, no había forma que mejore la parte económica. Se ha logrado un total reacondicionamiento económico en estos últimos años” (E005, 2012, entrevista)

“(…) Luego viene la decisión política de convertir al telégrafo en el primer diario público. Correa visita las instalaciones del diario, del centro de Guayaquil, ahí se

toma la decisión y se nombra a Rubén Montoya como primer director del medio público. La diferencia en lo físico es abismal. Cuando entré había ratas en la redacción. Mi primera experiencia profesional fue en un diario así (...). Ahora es mejor porque los derechos laborales ya están respetados. En el tiempo de Navarrete te descontaban del seguro, pero no iba al Seguro, (...) No puedes acceder al seguro social del IESS, no había reconocimiento de horas extras. Entonces esa tranquilidad, al menos económica te cambia la forma en la que trabajas en una empresa, y hace que tú te involucres más en una empresa, esa es la diferencia, la hay y es para mejor y es positiva” (E011, 2012, entrevista).

El fortalecimiento económico y de infraestructura ha elevado la moral de los trabajadores de esta empresa, quienes reconocen en El Telégrafo un espacio laboral donde progresar, no así, en otro momento, donde la institucionalidad se veía afectada por un manejo administrativo diferente, que determinó en recursos limitados para el ejercicio mismo del oficio. A esto se suma el trato laboral matizado por un irrespeto a los derechos laborales. Sin embargo, cabe señalar que la temporalidad se cuenta desde la década de los años 80, hasta los tiempos actuales, lo que significa que la etapa de medio privado en su inicio y en el transcurso del siglo pudo ser diferente, dejando esto un espacio abierto para futuros análisis.

A partir de las características evidenciadas en líneas anteriores y tomando en cuenta el momento político que atraviesa el Ecuador, se plantea que esto ha moldeado dos perfiles de profesionales: los profesionales alineados y los coaptados. Esto será analizado más adelante.

## **Línea editorial**

El nuevo espacio periodístico permite a su planta laboral, además, exponer nuevas lecturas sobre diversos aspectos de la realidad, lo cual se manifiesta mediante la línea editorial que se caracterizan en cuatro valores: opinión, reflexión, debate y veracidad. A su vez, estas características pretenden objetivarse en la agenda diaria de noticias.

“Nosotros estamos construyendo una propuesta en la que haya dos líneas fundamentales, la una opinión, la reflexión, el debate; y la otra la información que provea de la mayor cantidad de elementos para que la gente tome decisiones (...). Nosotros en ese sentido, todavía nos falta mucho, pero creemos que hasta ahora lo básico nos ha dado resultados. Nosotros no mentimos, no decimos mentiras, tratamos de conceptualizar lo que más se pueda la información, de dar un concepto adecuado, las cifras adecuadas y en la parte gráfica, damos una estética que es distinta a las demás” (E015, 2012, entrevista).

“Nuestra línea editorial es la noticia del ciudadano. La gente no nos lee por las noticias del Gobierno que publiquemos. La gente nos lee por deportes, hacemos diferente, tratamos de salir del cliché, por las páginas de cultura, ¿qué periódico del país tiene dos páginas de cultura diaria?, ni siquiera El Comercio (...)” (E010, 2012, entrevista).

“Antes una línea editorial cercana al partido social cristiano en lo político y cercana a las élites guayaquileñas. Hoy es más abierta porque se da espacio a diversas tendencias y a diversas corrientes. No solo del pensamiento político, sino de grupos sociales. Había una página social, y solo debían ir personas guapas y las personas guapas eran blancas y personas rubias. No podían sacar negros, le molestaba, era una falta de respeto. En la dirección de Orlando Pérez ves que en el diario hay páginas con contenidos abiertos a negros, indígenas, homosexuales, que en ese entonces por estar cerca de la iglesia católica, no había ese espacio (...), el sentido es más amplio” (E011, 2012, entrevista).

Para generar debate es necesario proveer una gama amplia de insumos informativos, que se refieren a la variedad temáticas y diversidad de fuentes. La selección de noticias en diario El Telégrafo responde a una dinámica similar a la de cualquier medio privado, donde la lógica de las reuniones editoriales se mantiene, y las propuestas de temas son evaluadas en conjunto, aceptadas o rechazadas.

Pero ¿Dónde radica la diferencia con los medios privados? Precisamente en el negocio que supone una empresa periodística. Esta lógica hace que los compromisos administrativos sean adquiridos de una forma indirecta por los periodistas, lo cual determina la selección de temas a abordarse. Las denuncias sobre casos cotidianos de

interés general que puedan afectar a una firma auspiciante es suficiente para obviar un espacio en las emisiones de noticias.

Frente a este panorama surge la propuesta de El Telégrafo, donde sus actores miran como una oportunidad para romper paradigmas, pues la no sujeción a las lógicas administrativas ligadas al poder económico dota de mayor independencia a la hora de sujetarse a la línea editorial. La propuesta periodística de El Telégrafo surge como una respuesta de ejercer un oficio pegado a los valores iniciales que se imparten en la Academia, en los que lemas como “dar voz a los sin voz”, dejan de ser un cliché para convertirse, por lo menos, en un objetivo cotidiano permitido por la amplitud editorial. Esto significa que las voces dominantes, fuentes recurrentes de los periodistas tanto públicos como privados, se diversifican en un medio público, concretamente en El Telégrafo. Así, las voces oficiales, autoridades, expertos, etc., son reemplazados por otras de igual legitimidad, pero de poca o nula difusión. En ese sentido, las fuentes corresponden a los temas y se legitiman al mismo tiempo que se socializan. En tal virtud, un tema que aborde la problemática de género contará con protagonistas poco recurrentes en la palestra mediática. De igual forma lo harán aquellos relacionados con otros procesos sociales de lucha, como reivindicación laboral, Derechos Humanos o educación intercultural bilingüe, temas que no son frecuentes en el ejercicio periodístico mercantil. Lo mismo sucede en la cultura. La emergencia de nuevos actores es proporcional a la emergencia de nuevas temáticas periodísticas, que sientan nuevos debates dentro de la opinión pública.

“Nos movemos con la intención de contar a la gente lo que los otros medios no cuentan, y que no cuentan porque no tienen esa ventaja de ser un medio público. Porque finalmente después, con el paso de los años me enteré que lo que me dijo Navarrete, no pasaba solo en el telégrafo, pasaba también en otros medios, donde hay lista de temas o de personajes prohibidos, o donde hay que promocionar. Entonces nosotros nos manejamos bajo la lógica de contar las cosas que no salen en otros periódicos (...). Queremos contar cosas que no están. La contra agenda, aunque suene un poco revolucionario o izquierdoso (...), por ejemplo, la página donde se da cabida a un grupo glbt que pone una demanda contra el comercio y que ningún otro periódico lo tiene, o contarle que se está construyendo un hotel cuatro estrellas, que ningún otro periódico lo tiene (...)” (E011, 2012, entrevista).

En cuanto a la veracidad, este sigue siendo un valor subjetivo que trata de corroborarse con la técnica periodística en sí.

“¿Cómo se maneja la línea editorial de la sección? Básicamente procurando que los temas sean tratados a profundidad y que cuenten con las fuentes no consagradas. Que se procure siempre contrastar las fuentes: no que se procure, que sea una condición sine qua non, el que las fuentes sean contrastadas. Siempre que se plantea cualquier tema, se procura mucho que el seguimiento a los temas sea lo suficiente como para que los temas lleguen a los lectores con todos los elementos de análisis posibles (...)” (E001, 2012, entrevista).

Los parámetros periodísticos a los que se rigen los reporteros buscan garantizar la certeza de los hechos que se narran o exponen a los diferentes públicos. Dentro de un medio público, la independencia de poderes económicos permite abordar temas diversos, pues no rige la lógica comercial, del gancho inicial que busca venderle al lector un producto informacional. Esto se complementa con la norma periodística del cómo hacer una nota de prensa, pero tampoco se puede o se debe comprender esto como garantía de perfección informativa.

### **Agenda**

La construcción de la agenda en diario El Telégrafo da cuenta de cuatro ejes recurrentes por parte de los periodistas y editores. El interés de este medio público se suscita en difundir información relacionada con la coyuntura política, económica y cultural. De igual forma se abordan temas periodísticos, en sus amplitudes investigativa y atemporales que se refieran a procesos sociales actuales, o del pasado que tengan injerencia en la sociedad. Asimismo, la independencia y libertad de elección son valores que sustentan el ejercicio periodístico en el medio público. Estos dos últimos ejes se vuelven trascendentales dentro de un panorama mediático donde se estigmatiza al medio público, como vocero oficial del gobierno de turno.

En este aspecto existe una mística laboral que, como se dijo en líneas anteriores, trata de evidenciar procesos sociales, aunque estos fueren provocados por el gobierno de turno. Surge una nueva posibilidad de análisis a futuro, el cual se refiere a la urgencia de monitorear el comportamiento mediático de El Telégrafo con gobiernos posteriores al de Rafael Correa.

Los conceptos que se generan desde los medios privados construyen una imagen de El Telégrafo, como un medio oficial, contribuyendo así a la confusión generalizada de lo que significa un medio público.



La dinámica de la agenda mediática de El Telégrafo se centra en explicar los hechos, abordar los procesos sociales que se enmarcan en el ámbito económico, político, cultural e histórico actual, así como destacar los aciertos de la gestión pública y privada. De igual forma, denunciar los aspectos negativos de estos sectores, socializar los hechos de interés común, más no los empresariales y generar nuevas voces.

“A ver, cómo en cualquier actividad periodística proviene de lo que demanda la coyuntura, en primera parte, pero sobre todo, en el caso nuestro, proviene de una búsqueda real de temas que pudieran estar, que debieran estar en escena y que no los están poniendo en escena ni los actores culturales, ni los sectores, ni las instituciones públicas ni las privadas” (E001, 2012, entrevista).

“Nosotros, sobre todo, tratamos de que el diario revele todo el proceso socioeconómico, político y cultural que vive el Ecuador, no estamos pensando en las noticias, estamos pensando en el proceso, por decir algo: si el Ecuador está cambiando en la estructura académica, educacional, a nosotros nos interesa cómo ese proceso se está manifestándose a través de los exámenes, de las pruebas, de los concursos, de la evaluación. Nosotros vamos monitoreando el proceso a partir de lo que ocurre en la cotidianidad. Si nosotros estamos pensando en el proceso de la transformación económica que es revitalizar la economía, que la clase media tenga una mejor capacidad de consumo, que los pobres dejen de ser menos pobres y que adquieran... vamos revelando ese proceso a partir de reportajes, de acciones, de políticas que se están implementando en el país, sea del Gobierno Nacional o sea del Gobierno Local, ahí hay una diferencia... En esa línea la agenda es medida, evaluada y sustentada en la medida que ese proceso global se va a manifestar en el día” (E015, 2012, entrevista).

### **Autonomía y talento humano**

Los niveles de autonomía en un medio público como El Telégrafo se ligan al ejercicio profesional cotidiano y al concepto que cada periodista tiene de sí mismo, en cuanto a su desenvolvimiento. Los reporteros conciben a la autonomía periodística como algo inexistente debido a que los propios parámetros del oficio, es decir, la parte instrumental no le permite o le prohíbe acercarse desde una posición subjetiva frente a un determinado hecho. El concepto de objetividad podría ser vulnerado al momento de asumir una posición individual o de procesar y difundir determinada información, lo que se transformaría en una posición personal o artículo de opinión.

¿Por qué la autonomía se liga al talento humano? Los componentes del trabajador de El Telégrafo se enmarcan en el profesionalismo, calidad y la necesidad de

establecer un nuevo pensamiento, acorde a la mística editorial del medio público y la dinámica de agenda.

El ejercicio periodístico es considerado como uno solo, sin distinción del lugar desde donde se ejerza. El uso de sus herramientas debe ser riguroso para garantizar la calidad del producto. El reportero de El Telégrafo está consciente que su colaboración en el medio público responde a su apego a la norma del oficio, la cual no permite ejercer niveles de autonomía.

Desde ese punto de vista, y debido al panorama institucional, surgen dos tipos de profesionales: los alienados y los coaptados. Los primeros comparten la línea editorial del nuevo medio público, que se apega precisamente, a evidenciar los procesos sociales históricos que pueden ser generados por los estamentos públicos y que pueden considerarse, dependiendo los grados de suspicacia, como oficialistas. Aquel grupo, en realidad, puede considerarse como comprometidos con la agenda que evidencian las propuestas de cambio, al unísono de las que el Gobierno pregona.

Asimismo están los coaptados, que se rigen, precisamente, a su profesionalismo. Su mayor interés se enfoca a la estabilidad laboral y oportunidad de crecer, sin necesariamente, compartir con el nuevo pensamiento informativo que se pretende posicionar en la sociedad desde diario El Telégrafo.

“Antes que nada hay que dejar en claro una cuestión, y esto va desde mi ámbito personal: periodista es periodista, es igual que las matemáticas. No hay matemáticas públicas ni matemáticas privadas. En este caso yo soy periodista (...) Muchas de las notas son más pensadas, por la presión social, por el impacto, por la imagen. Esto no parte del lugar donde estés, sino de la posición de periodista. El periodismo es como las alpagatas, ni de izquierda ni de derecha” (E002, 2012, entrevista).

“Solo puedo decir que uno hace su trabajo con profesionalismo, donde esté. En el lugar que esté. No he tenido ningún inconveniente” (E004, 2012, entrevista).

“Autonomía. Creo que ningún periodista puede ser... a menos que seas un periodista free lance y que puedas escribir de todo lo que quieras, tienes una autonomía completa. Sin embargo, siempre que estés en un medio vas a tener esas directrices y esa presión porque tienes que responder a un medio, a jefes, a editores. Si bien la función social de un diario es informar y brindar un servicio social a la ciudadanía y a la comunidad, nadie está exento de los intereses que puedan tener las cabezas” (E008, 2012, entrevista).

El fortalecimiento institucional de diario El Telégrafo genera confianza laboral en el personal, aunque se pretende establecer un nuevo modelo de hacer periodismo, el mismo que por su nueva lógica resulta complicado instaurarlo. Sobre los problemas que enfrenta El Telégrafo:

“Uno la preparación de los periodistas. Falta más preparación. La formación de los periodistas es muy básica y tenemos dos periodistas que están en esa lucha, formando a los periodistas. La otra dificultad enorme, por supuesto es que el vértigo noticioso acapara la atención de la gente y uno tiene que estar corriendo detrás de eso (...). La otra dificultad es que somos un diario pequeño todavía, tenemos una planta de periodistas muy pequeña, no estamos todavía pagando el nivel de sueldos que merecería un diario inteligente y con profundidad” (E015, 2012, entrevista).

A continuación exponemos el cuadro de análisis de los valores:

**Cuadro 3. Análisis de valores:**

<b>ANÁLISIS</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>MEDIO PÚBLICO</b>	<b>FUNCIÓN SOCIAL EL TELÉGRAFO</b>	<b>LÍNEA EDITORIAL</b>	<b>AUTONOMÍA</b>	<b>AGENDA</b>	<b>TALENTO HUMANO</b>
<b>Ética/Valores</b>	<p><b>Estabilidad laboral</b></p> <p><b>Respeto derechos</b></p> <p><b>Oportunidad de crecimiento profesional</b></p> <p><b>Competitividad salarial</b></p>	<p><b>Servicio social</b></p> <p><b>Dar voz a los sin voz</b></p> <p><b>Alejado del poder privado</b></p> <p><b>Alejado del poder político</b></p>	<p><b>Brindar información de calidad</b></p> <p><b>Contrastar fuentes</b></p> <p><b>Explicar hechos</b></p> <p><b>No ser meros transmisores</b></p>	<p><b>Opinión</b></p> <p><b>Reflexión</b></p> <p><b>Debate</b></p> <p><b>Veracidad</b></p> <p><b>Silencio</b></p>	<p><b>Parámetros periodísticos</b></p>	<p><b>Coyuntura</b></p> <p><b>Temas relacionados con procesos sociales</b></p> <p><b>Independencia</b></p> <p><b>Libertad de elección</b></p>	<p><b>Profesionalismo</b></p> <p><b>Calidad</b></p> <p><b>Nuevo pensamiento</b></p>
<b>Significados</b>	<p><b>Oportunidad de hacer un periodismo diferente</b></p> <p><b>Oportunidad para romper tradición privada</b></p> <p><b>Oportunidad para generar nuevos conceptos en la cobertura</b></p> <p><b>Oportunidad para apartarse del efecto primicia.</b></p>	<p><b>Reto</b></p> <p><b>Proceso</b></p> <p><b>Se enmarca en un momento histórico determinado</b></p> <p><b>Evidencia lo positivo de la gestión pública y privada</b></p> <p><b>Genera nuevos perfiles y voces</b></p>	<p><b>Brindar nuevas lecturas a la opinión pública.</b></p> <p><b>Proveer distintas fuentes</b></p> <p><b>Generar debates nuevos</b></p> <p><b>Visibilizar temas tradicionalmente no tratados</b></p> <p><b>Oportunidad para evidenciar nuevos temas</b></p>	<p><b>Proveer mayores insumos informativos</b></p> <p><b>Aportar al debate de los hechos</b></p> <p><b>Conceptualizar los hechos</b></p> <p><b>Aportar a la creación de identidad desde la antigüedad</b></p> <p><b>Afinidad con la Revolución</b></p>	<p><b>No existe puesto que hay parámetros periodísticos que buscan garantizar la objetividad</b></p> <p><b>Autonomía determina un artículo de opinión</b></p> <p><b>Autonomía revela posición personal</b></p>	<p><b>Explicar los hechos</b></p> <p><b>Abordar procesos económico, político y cultural</b></p> <p><b>Abordar procesos históricos actuales</b></p> <p><b>Destacar aspectos positivos de</b></p>	<p><b>No hay periodismo privado, ni público, solo hay periodismo</b></p> <p><b>Ejercicio del oficio ligado a la norma garantiza calidad del producto</b></p> <p><b>Necesidad de generar un nuevo pensamiento</b></p> <p><b>Dificultad de establecer nuevo pensamiento en torno a la labor</b></p>

	<b>Oportunidad para crecer junto a las nuevas propuestas periodísticas</b>	<b>Nueva experiencia en periodismo local</b>	<b>Profundizar</b>	<b>Ciudadana, pero no Gubernista</b>		<b>gestión pública y privada</b>	<b>periodística, que responda a los intereses de un medio público</b>
		<b>Ambigüedad conceptual</b>	<b>Visión global del acontecer nacional</b>				<b>Tradición privada</b>
		<b>Garantiza autonomía periodística al no estar sujeto a intereses particulares</b>	<b>Ganar audiencias</b>			<b>Denunciar aspectos negativos de sectores públicos y privados</b>	<b>Lealtad al oficio</b>
		<b>No depende de empresa periodística particular</b>	<b>Ampliar presencia mediática en todo el país</b>			<b>Socializar hechos de interés común, no de empresas</b>	
		<b>Depende del Estado, pero genera mayores niveles de autonomía</b>	<b>Crear nuevos productos para atraer nuevas audiencias desligados del accionar comercial</b>			<b>Dar voz a los sin voz</b>	
			<b>Evidenciar diversidades étnicas, de género y pensamiento</b>			<b>Generar nuevas voces</b>	

**Fuente: Entrevistas a informante clave de diario El Telégrafo**

## **El Telégrafo como Patrimonio**

Diario El Telégrafo se constituye en testigo de los procesos históricos del Ecuador por más de un siglo. El acontecer político, económico, social y cultural del país han sido reflejadas a través de los artículos redactados desde su fundación y desde distintos enfoques. El carácter patrimonial del medio público no se concibe por su permanencia institucional en el tiempo, sino por sus niveles de trascendencia social. En este sentido es importante reconocer los significados que la sociedad ecuatoriana otorga al rotativo, con el fin de establecer parámetros que permitan identificar las señas particulares de Patrimonio y cuáles se cumplen en el medio.

Se propone, desde este espacio, considerar patrimonio a El Telégrafo, pues su accionar periodístico puede darle la función de dispositivo de activación de una memoria histórica ecuatoriana, de amplia temporalidad.

Pero es necesario, además, acudir a las significaciones que la gente otorga al término Patrimonio. De acuerdo a una encuesta realizada a ciudadanos de distintas tendencias políticas, estratos sociales, nivel de educación, Patrimonio ostenta cuatro características fundamentales, como son: propiedad, pertenencia, identidad y valor.

En cuanto a propiedad, es importante conocer cómo diario El Telégrafo, siendo el primer medio público, es o no asumido por la sociedad como propio. Para el efecto se preguntó a los encuestados que, a partir de sus propias definiciones de patrimonio, consideren si diario El Telégrafo puede ser o no patrimonio.

Los resultados arrojaron que un 54,5% no lo considera de esa forma, mientras que un 45.5% sí lo hace. Estos datos implican lo siguiente: que diario El Telégrafo como medio público todavía no es asumido por la sociedad como un emblema en el cual se construyan identidades o forme parte de un imaginario común. Al no ser considerado patrimonio, El Telégrafo, tampoco cumple sentidos de propiedad, pertenencia y valor.

El rotativo presenta una debilidad institucional en cuanto a la proyección de su imagen. El sentido público aún es un concepto débilmente posicionado en la ciudadanía, lo que deriva también en un sentido, también débil, de pertenencia. Esta última categoría expuesta por la gente no es asumida, quizás porque El Telégrafo es visto como instrumento político, emblema de un movimiento o sencillamente son las consecuencias que arroja la construcción permanente que lo cataloga como oficialista, de parte de la prensa privada, lo cual podría considerarse para futuros análisis.

En cuanto al valor que la gente otorga a la institución este puede ser simbólico o material, que se puede comprender a partir de lo que significa El Telégrafo para los encuestados, a partir de su eslogan: El decano de la prensa nacional.

El tiempo es la principal característica que otorgan al diario. El más longevo, lo cual no concluye en un valor patrimonial, solo en una trayectoria empresarial.

¿Conoce el significado de Patrimonio?



El 93,8% señala que sí conoce el significado de Patrimonio. Entre las características otorgadas fueron:

- Importancia histórica
- Relevancia para la comunidad
- Elemento de significación cultural
- Conjunto de bienes
- Herencia
- Relaciones jurídicas
- Bienes
- Derechos
- Pertenciente

- Con valor legendario (valoración)
- Identificado con su dueño o un conglomerado social (identificación)
- Propio de un país o de la humanidad
- Protegido por los Estados
- Valor intangible
- Propiedad
- Pertenencia
- Valor
- Costumbres
- Único
- Propio
- Soberano
- Significado histórico
- Sentido de pertenencia
- Identidad
- Propiedad

De acuerdo a lo expuesto, ¿Cree que diario El Telégrafo cumple con las condiciones de Patrimonio?





El 45,5% de los encuestados señaló que El Telégrafo sí cumple con las características para ser considerado Patrimonio, mientras que el 54,5% manifestó que no. El margen apretado de diferencia sugiere que el debate es amplio y presenta diversas aristas de análisis, los cuales podrían estar direccionados hacia los elementos que generan sentidos de propiedad, pertenencia, identidad y valor.

## **Conclusiones**

La agenda de diario El Telégrafo, en su época pública, destaca por su alejamiento del mercado. Al ser un medio público garantiza mayores niveles de independencia a sus periodistas, al momento de establecer la agenda informativa. En ese aspecto, la coyuntura marca la pauta en la construcción de los contenidos, principalmente en los que están relacionados con el quehacer político cotidiano. Los aspectos positivos del quehacer público y privado destacan al momento de procesar la información. El enfoque o encuadre de la información busca, generalmente, los aspectos positivos de determinados hechos, principalmente de los relacionados con la gestión pública. Diario El Telégrafo, como medio público, adquiere mayor estabilidad institucional evidenciando así, tranquilidad en su planta laboral, por la mejora significativa de salarios y el respeto a los derechos laborales básicos, lo cual genera profesionales comprometidos con un proceso político, pero también es considerado como una empresa sólida que brinda la garantías para crecer profesionalmente. La diversidad de voces y temas, como los relacionados con las diversidades sexuales o raciales, caracterizan la agenda de diario El Telégrafo y la deslindan de aspectos comerciales característicos de los medios mercantiles.

Diario El Telégrafo no es considerado como patrimonio, y a pesar de su permanencia en el tiempo, no ha posicionado un mensaje que genere sentidos de apropiación por parte de los lectores. No obstante, esa tendencia no es abrumadora, frente a los grupos que sí lo consideran un bien patrimonial. Se concluye, también, que el momento político influye en la percepción del público.

Por otro lado, el concepto de medio público no está posicionado ni en periodistas, ni en las audiencias y el medio público se confunde con medio oficial. En ese aspecto, es incierto determinar si la agenda política oficial determina la agenda política de El Telégrafo. Se sugiere, en próximos estudios, realizar análisis del discurso de un compendio de noticias de El Telégrafo, establecidas en épocas diversas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Augé, Marc, 1998. La memoria y el olvido capítulo I, en Augé, Marc, *Las formas del olvido*, Barcelona, Gedisa, primera edición.
- Ayala Mora, Enrique, 2008. *Manual de historia del Ecuador, tomo II, Época Republicana*, Quito, Ecuador, Universidad Andina Simón Bolívar – Corporación Editora Nacional, primera edición.
- Canga, Jesús, 1994. *El diseño periodístico en prensa diaria*, Barcelona, España: Bosch Casa Editorial, pp. 9 – 36.
- Champagne, Patrick: “La doble dependencia. Algunas observaciones sobre relaciones entre los campos político, económico y periodístico” en Gauthier, Gilles, André Gosselin y Jean Mouchon (Comp.) *Comunicación y política*, Gedisa, Barcelona, 1998, pp. 237 – 254.
- Changeux, Jean Pierre, 2002. Definición de la memoria biológica en *¿Por qué recordar?* Barcelona, Granica, p. 15 – 20.
- Charron, Jean: “Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de agenda setting” en Gauthier, Gilles, André Gosselin y Jean Mouchon (Comp.) *Comunicación y política*, Gedisa, Barcelona, 1998, pp. 72 – 94.
- Corletta, Ma. Micaela, et. Al. “Lugares de la memoria” relación de tensión entre lo público y lo privado. (PDF)
- Cueva, Agustín, 1988. *El proceso de dominación política en el Ecuador*, colección País de la Mitad, No. 8, Quito, Ecuador, Editorial Planeta del Ecuador S.A., primera edición.
- De Romilly, Jacqueline, 2002. La Historia entre la memoria individual y la memoria colectiva en *¿Por qué recordar?* Barcelona, Granica, p. 43 – 46.
- Garnham, Nicholas, 1992. The Media and the public sphere en Calhoum, Craig, *Habermas and the Public Sphere*, Massachusetts Institute of Technology, p. 359 – 376.
- Habermas, Jurgen, 2009. *Historia y crítica de la opinión pública*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, pág. 209 – 260.
- McCombs, Walter: *Estableciendo agenda, el impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*, Paidós, Barcelona, 2006, pp. 227 – 253.

- Mendoza García, Jorge, 2005. Exordio a la memoria colectiva y el olvido social en *Athenea Digital*, No. 8, México, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, pp. 1 – 26.
- Nieto López, Judith, 2006. El deber de la memoria, la imposibilidad del olvido. Alcances ético políticos en *Reflexión Política*, junio, año/vol 8, No. 015, Bucaramanga, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia, pp. 80 – 92.
- Quintero Pérez, Manuel, 2005. *¿Tribunas de la verdad? El Telégrafo en la crisis bancaria de 1999*, Quito, Ecuador, Editorial Oveja Perdida, primera edición.
- Rémond, René. 2002. La transmisión de la memoria en *¿Por qué recordar?* Barcelona, Granica, p. 69 – 72.
- Ricoeur, Paul, 1999. La lectura del tiempo pasado: memoria y olvido, Madrid, Arrecife, p. 13 – 30.
- Ricoeur, Paul, 2002. Definición de la memoria desde un punto de vista filosófico en *¿Por qué recordar?* Barcelona, Granica, p. 24 – 28.
- Rossi, Paolo, 2003. El pasado, la memoria y el olvido, Buenos Aires, Nueva Visión, p. 21 – 41.
- Smythe, Dallas W, Comunicaciones: agujero negro del marxismo occidental” en Richeri Giuseppe (ed.): *La televisión, entre negocio y servicio público*, Gustavo Pili, Barcelona, 1983.
- Smythe, Dallas: “Réplica a Graham Murdock” en CIC Cuadernos de Información y Comunicación, 2, vol. 11, Madrid, 2006, pp. 23 – 30.
- Vernant, Jean – Pierre, 2002. Historia de la memoria y memoria histórica en *¿Por qué recordar?* Barcelona, Granica, p. 20 – 24.

## ARCHIVO

- Gómez Iturralde, José Antonio, 1998. *Los periódicos guayaquileños en la historia, 1821 - 1997 (folleto)*, Guayaquil, Ecuador, Archivo Histórico del Guayas, Colección Guayaquil.
- Revista del Archivo Histórico del Guayas, diciembre, 1972, No. 2, Guayaquil, Ecuador, páginas 17 – 24.

## DOCUMENTOS

El Telégrafo (1959). Artículos conmemorativos, febrero 16

El Telégrafo (1984). “El fundador de El Telégrafo”, página 1 - 2, febrero 16

El Telégrafo (1934). Artículos conmemorativos, febrero 16

Pereiro, Xerardo, s/f. Apuntes de antropología y memoria en *Revista O Fiadeiro – El Filandar*, No. 15, Portugal, Universidade de Tras-os-Montes e Alto Douro-UTAD. (PDF).

Vistazo (2010): “El Telégrafo, decano de la crisis”, abril.

## ENTREVISTAS

E001, mayo, 2012.

E002, mayo, 2012.

E003, mayo, 2012.

E004, mayo, 2012.

E005, mayo, 2012.

E006, mayo, 2012.

E007, mayo, 2012.

E008, mayo, 2012.

E009, junio, 2012.

E010, junio, 2012.

E011, junio, 2012.

E012, junio, 2013.

E013, junio, 2013.

E014, junio, 2013.

E015, junio, 2013.

## ANEXOS

### **Memoria, historia y patrimonio**

Memoria es un ejercicio individual y social que está ligado al olvido, pero también al recuerdo. Se lo desarrolla con una finalidad específica, dependiendo el hecho social que la motiva. Borrar la memoria implica terminar con la historia, acabar con el sujeto en su accionar con el mundo. Un hecho particular que implique una herida moral en la sociedad, puede ser un motivo para recordar algo que jamás se debe repetir. Un hecho loable puede motivar el recuerdo que a la postre producirá el reconocimiento social de un sujeto o sujetos. El patrimonio se constituye en el dispositivo que permite activar la memoria, aquello se fundamenta en la voluntad humana ejecutada bajo acuerdos individuales, pero legitimada socialmente.

Su presencia en la sociedad como medio informativo ha hecho que en sí mismo se edifique como un dispositivo que apela a la memoria, a través de la difusión diaria no solo de hechos de interés públicos, sino, principalmente, de un pensamiento determinado. No obstante, el tiempo lo ha hecho un ente patrimonial: como El Telégrafo surgieron muchos periódicos, pero su presencia fue fugaz. La permanencia en el tiempo se debe al avance industrial ligado con la mística empresarial, aunque su incautación también se debe a motivos similares, concretamente, los malos manejos administrativos.

## **POSIBLES CAUSAS PARA EL SURGIMIENTO DE EL TELÉGRAFO**

### **Efervescencia de discursos libertarios**

El Telégrafo se ha constituido en una escuela de periodismo en Ecuador iniciada por Juan Murillo Miró. No obstante, las ideas de opinión y libre pensamiento de su padre influenciaron desde pequeño en el próspero comerciante guayaquileño.

Don Manuel Ignacio Murillo fue el primer impresor y editor de la ciudad que compró, en 1821, la primera imprenta de Guayaquil, a un ciudadano argentino (El Telégrafo, 1934).

Don Manuel se consideró un defensor del libre pensamiento y firme opositor a las ideas monárquicas que se seguían sintiendo en la Real Audiencia de Quito. Además la Independencia de Guayaquil proclamada el 9 de Octubre de 1820, también sería un detonante social que instaría a la proclamación de ideas que se enfoquen a la formación de un nuevo Estado.

Proclamas como: “No conviene que se ilustren los americanos” emitidas por el rey Carlos IV, en 1785, pondrían en la mesa las intenciones de los criollos recientemente emancipados de la Corona española. Don Manuel Murillo se consideró un opositor a esa proclama y defensor de la libertad de opinión, por lo que sus intentos los hizo a nivel práctico: en 1821 trajo la primera imprenta, la segunda llegó en 1833; y la tercera la trajo su colaborador Luis Fernando Vivero, en 1839 (El Telégrafo, 1934: 2).

La vida Republicana de la nación inició tras la separación del Departamento del Sur, de la Gran Colombia. Nace Ecuador en 1830, lo que implica que, hasta 1884, previo a la muerte de don Manuel Murillo, su hijo Juan atestiguó los discursos libertarios dominantes de la época, además de las constantes revoluciones en la agitada vida política ecuatoriana que contaba, para ese entonces, con apenas 54 años de existencia.

Esto puede evidenciarse claramente con la enorme cantidad de periódicos que surgieron en el país, principalmente Guayaquil, los mismos que el historiador porteño José Antonio Gómez Iturralde los cuenta desde 1821, en su obra ‘Los periódicos guayaquileños en la historia’ (1998). Otro centenar surgió entre 1883 y 1895. Se puede inferir que la información difundida a través de dichos medios influyó en la creación de una esfera pública particular determinada por los ideales de la época.

No obstante, la naciente “burguesía urbana” (Ayala Mora, 2008: 58) se constituye en uno de los primeros núcleos privados de la sociedad, desde donde se discuten aspectos de interés público, similar a lo que empezó a suceder en Europa en el siglo XVII. Pero no fueron los únicos. Gremios sindicales, barriales o grupos nacionalistas, por ejemplo, difundieron sus posturas de forma periódica, aunque no diaria: sus boletines o periódicos eran semanales, mensuales, bimensuales...

La aparición de varios boletines puede ser una manifestación social de la libertad de imprenta, donde cada gremio configuró sus banderas de lucha: las clases comerciantes estaban movidas por el auge de las ideas liberales, mientras que las subalternas por reconocimientos laborales, adjudicación de derechos o como opositores a las propuestas políticas dominantes (El Telégrafo, 1934: 1 – 2).

Sin embargo, para comprender el contexto en el cual surge diario El Telégrafo, es necesario realizar un salto en el tiempo, hasta 1883, cuando empezaban a gobernar los progresistas leales a las prácticas políticas conservadoras de Gabriel García Moreno, y quienes permanecieron hasta 1895.

José Antonio Gómez Iturralde, en el avance de su obra ‘Los periódicos guayaquileños en la historia, 1821 – 1997, que comprende cinco tomos, también delimita la aparición de diario El Telégrafo en un período específico de tiempo: entre 1883 y 1895. Las causas de dicha delimitación por parte del autor no se revelan en su obra, e incluso Pedro Saad Herrería, quien describe esta época a continuación, lo reconoce:

“Nuestro autor es excesivamente cauto al significar la valoración general del período. Lo comprendemos. Su trabajo no tiene que ver con el conjunto de la formación económico – social, sino con una sola de sus manifestaciones y, en consecuencia, es legítima la cautela de pretender caracterizar el periodo en su conjunto, más allá de los límites específicos de su temática. Pero es claro que la prensa guayaquileña transita entre 1883 y 1920 en una metamorfosis que va de ser un duro espejo de la realidad (las sucesivas y sangrientas crisis de gobernabilidad del país y su difícil adecuación a las condiciones del mundo capitalista moderno) a la bien asentada y aceiteada ilusión de modernidad conseguida y prosperidad constante que remató con los festejos del centenario de la independencia de nuestra ciudad, la erección de sus principales monumentos, las obras públicas principales y... en fin, la imaginaria bonanza que el cacao había traído consigo”. (Saad Herrería en Gómez, 1998: 8)

Como se mencionó en líneas anteriores, durante esos 11 años se cuentan más de un centenar de periódicos, lo que puede justificar el amplio interés que varios sectores de la



sociedad tenían con respecto a la difusión pública de ideas. La gran mayoría de periódicos no subsistieron por la falta de una base material (El Telégrafo, 1934). Esto demanda una nueva arista por ser analizada:

### **Base material**

El triunfo de la Burguesía en la Costa ecuatoriana hizo que a finales del siglo XIX, se fortalezca el sistema capitalista de acumulación, basada en la producción destinada al mercado externo. “Pero el tránsito a la moderna sociedad capitalista se caracterizó por el dominio de formas intermedias pre capitalistas en la Costa, y por la supervivencia de las relaciones serviles en la Sierra” (Ayala Mora, 2008: 57, 58).

La economía ecuatoriana, específicamente la de la Costa se fortaleció con la producción de cacao, que era exportado a otras latitudes, principalmente a Europa. Esto no solo representó ingresos económicos altos, sino que nuevas prácticas sociales empezaron a generarse en la nación que apenas se iniciaba en la vida Republicana: un sector de la sociedad contaba con servicio telefónico y telegráfico, es decir que las comunicaciones empezaban a crear nuevas dinámicas sociales y de igual forma, el surgimiento de la prensa diaria como novedad comercial contribuiría a la creación de públicos consumidores de información.

Anteriormente se describió que este período progresista estuvo caracterizado por la obra pública realizada por los gobiernos de Caamaño, Flores y Cordero. No obstante la real intención fue inscribir al Ecuador en el sistema de comercio internacional, algo que jamás llegó a concretarse.

Las prácticas políticas conservadoras y tradicionales se enfrentaban con nuevas ideologías de corte liberal. Se empezaba a cuestionar el papel del Clero en el Estado y esta institución se vio afectada, por lo que libró una lucha constante contra todos sus opositores.

Además, las alianzas entre conservadores y “liberales moderados” (Ayala Mora, 2008) minó a la interna del partido Unión Republicana. No obstante en este período aparentemente se crean condiciones para el establecimiento de una prensa diaria, pues entre los planes de gobierno de los líderes mencionados se pretendía respetar la libertad de prensa, que contaba con antecedentes en la llamada “libertad de imprenta”, que se

propugnaba desde las noveles empresas editoriales del Puerto Principal y que hallan su origen en 1921, con la primera imprenta traída a dicha ciudad.

La prensa diaria es “una novedad” iniciada en Guayaquil (Ayala Mora, 2008), cuya subsistencia se debe a procesos comerciales claros: se configuraban las primeras manifestaciones publicitarias en los diarios, pero primaban los contenidos de los cuales eran responsables insignes intelectuales ecuatorianos, como Manuel J. Calle, Roberto Gil Gilbert, Jorge Carrera Andrade y muchos más, en distintos períodos de la historia (El Telégrafo, 1834; El Telégrafo, 1984).

La calidad de contenidos, la postura política clara y la venta de espacios publicitarios en la nueva sociedad mercantilista legitimaron al medio impreso entre los lectores, es decir: se creó públicos y se configuró una demanda comercial por el producto editorial.

La compra del medio impreso que se sustentó en la venta de publicidad, práctica mediática que no ha variado hasta la actualidad, significó un negocio importante que dio réditos al propietario del periódico.

La industrialización de la sociedad y el avance tecnológico se convirtieron en propaganda del producto diario El Telégrafo. Así, por ejemplo, las primeras imprentas adquirieron un sentido patrimonial y emblemático del rotativo porteño, pues quedaban perennes en la memoria colectiva gracias a las reseñas que los periodistas realizaban sobre el avance tecnológico de El Telégrafo, tomando como punto de partida los artificios iniciales, dotando así un cierto halo de nostalgia en los lectores de cualquier época.

Así, por ejemplo, en 1934, cuando El Telégrafo cumplió 50 años, se reconoce en un artículo el funcionamiento de “las incipientes” prensas de la época inicial de la empresa, en relación con la maquinaria recién llegada, lo que se transformó en una especie de garantía comercial y simbólica del producto. Esto se corroboraría con la impresión de 25000 ejemplares a tres colores: todo un acontecimiento que se vio sustentado con el sinnúmero de felicitaciones hechas públicas, de parte de políticos renombrados ecuatorianos, incluso de jefes de Estado de otros países. A continuación uno de los anuncios publicados el 14 de febrero de 1934:

Bodas de oro de El Telégrafo  
1884 El diario con más años al servicio de la patria 1934

Medio siglo de periodismo interpretando siempre, sin claudicaciones ni desmayos, la opinión de la mayoría ciudadana.

Vocero definido e invariable de los ideales liberales

Contribuyo a la implantación de la doctrina en el país.

Debido al alto costo del papel, como consecuencia de la cotización de las monedas extranjeras, la edición ha sido limitada a 25.000 ejemplares

La historia de los más sensacionales y trascendentales hechos de la vida de “El Telégrafo”, junto con valiosas colaboraciones de prestigiosas firmas nacionales será ofrecida al público en una edición que tendrá 56 páginas.

El precio de venta al público ha sido fijado en 50 centavos

Advierta a su repartidor que debe reservar su número, pues la demanda de ejemplares: local y de las agencias de provincias ya casi llega a la fijada para la total edición (El Telégrafo, 1934: 5)

### **El romanticismo del periodismo liberal**

Otra condición para que surja El Telégrafo puede enfocarse al clima creado en las salas de redacción, los contenidos publicados y las posturas políticas claras. Diario El Telégrafo se promocionó como una escuela del “periodismo liberal” (El Telégrafo, 1934), donde primaban mucho las historias reales y la narrativa. Además puede deducirse que el contenido prevaleció, por lo menos en los primeros 50 años, antes que los espacios publicitarios. No obstante esto solo se puede considerar como una posibilidad que se deduce a partir del siguiente texto publicado en 1934:

50 años de diaria información

Nuestro diario es el más antiguo al servicio del país... en la narración de todos los acontecimientos que han sucedido desde el año 1884 hasta la fecha, nos hemos distinguido siempre por ofrecer las noticias con exactitud de detalles y ajustadas todas a la verdad... debido a nuestro viejo prestigio, que lo hemos sabido siempre mantener, cada número de El Telégrafo es leído con interés; por su abundante material informativo, tanto nacional como extranjero, hacen de nuestro diario el preferido por la gente acomodada y la gente pobre... el 16 del presente mes cumplimos el 50° aniversario de vida periodística, y para esta grata fecha estamos preparando una edición especial para conmemorar dignamente nuestras bodas de Oro... el tiraje de esta edición será más numeroso, impreso ricamente en tres colores y con abundante y muy interesante material de lectura... motivo éste por el cual hemos limitado el espacio destinado para anuncios... recomendamos a las personas que deseen beneficiarse anunciando en nuestro número de Bodas de Oro, se apresuren a separar su espacio... todos los anunciantes en esta edición tendrán gratuitamente y a su disposición, los servicios profesionales de un Experto en Propaganda, contratado exclusivamente para este objeto... sólo basta que se nos solicite el espacio, que nosotros hacemos el resto... llámenos por teléfonos C. 102, 265 o 1005 que al momento le enviamos uno de nuestros empleados. ¡Hágalo hoy! (El Telégrafo, 1934: 6).

La calidad y temática de los textos como principal producto ofertado para los numerosos lectores de El Telégrafo se contraponen con la dinámica publicitaria. Si bien es cierto que esta última permitió fortalecer la base material para que se sostenga la empresa mediática, los textos, al igual que en la actualidad, también servían como gancho comercial en sí mismos, lo que despertaba interés entre los lectores.

El accionar comercial de El Telégrafo enmarca a esta empresa en un discurso liberal. Incluso no tuvo la necesidad de definirse a sí mismo como un diario liberal, pues su propia dinámica la inscribía dentro de esa práctica política. La subsistencia material a lo largo de la historia privada de diario El Telégrafo corrobora lo descrito al inicio de este párrafo.

Se ampliaron en las ciudades grupos medios de comerciantes y profesionales. El artesanado desarrolló nuevas formas de organización. Surgieron los primeros núcleos de la moderna clase obrera. El latifundismo serrano conservó su poder regional y desarrolló instituciones financieras (...) A fines del siglo XIX la burguesía había logrado controlar la economía del país. Con la Revolución Liberal alcanzó la dirección política. Pero no realizó una reforma agraria y el latifundismo retuvo control sobre la mayoría de la población. En vez de una vía democrática de constitución de la sociedad moderna, en Ecuador se dio una lenta transformación y permanente compromiso con los grupos tradicionales (Ayala Mora, 2008: 58).

El apareamiento de diario El Telégrafo contribuyó a la creación de una esfera pública que estaba matizada por otras posturas llegadas desde centenares de puntos de vista. No obstante la permanencia en el tiempo se marca por su condición empresarial e ideológica dominante.

### **Agenda y empresa**

El proceso de transición de medio privado a medio público en diario El Telégrafo ha revelado dos aspectos distintos, pero que están íntimamente relacionados y son: la autonomía periodística y el establecimiento de la agenda.

Todo medio de corte privado, en la actualidad, funciona como una empresa que se encarga de vender clientes a las empresas que publicitan sus productos a través de sus canales. En tal virtud, todo contenido informativo que se genere en torno a un medio privado está determinado por las exigencias del mercado y de las empresas. Los contenidos pueden considerarse como una forma de enganchar nuevos públicos que a su vez son potenciales clientes.

Esta realidad pone en tela de juicio el quehacer periodístico, desde su punto de vista ético y deontológico, puesto que cada periodista debe construir sus temas en torno a las exigencias que se dictaminen en las empresas mediáticas, cuyo fin es acumular y reproducir el capital. Por esa razón la autonomía es un bien simbólico que debe ser conquistado constantemente.

El alto grado de autonomía periodística, que significa la no injerencia de factores externos en el establecimiento de la agenda mediática establece una agenda informativa de similares características. Toda agenda mediática genera un impacto dentro de la sociedad en general. El impacto de la agenda dependerá de los temas que se aborden y del proceso que se siga para desarrollarlos. El impacto no se mide en términos cuantitativos, es decir, por la cantidad de ejemplares vendidos, sino por los discursos dominantes dentro de un espectro social determinado.

Frente a esta realidad se ubica diario El Telégrafo que se construye como medio público, dejando en el pasado su condición de medio privado. En un medio que no responde a intereses mercantilistas se puede hablar de un grado mayor de autonomía en el ejercicio periodístico, es decir al momento de escoger temas y las formas de abordarlos. Esto implica una agenda mediática distinta, con un tipo de impacto distinto en la sociedad.

No obstante, al igual que en un medio privado, la autonomía sigue siendo amenazada. La amenaza no está dada por la dictadura del mercado, sino por el poder político de turno que puede usar este canal, como un medio oficial de propaganda. Esto implica, entonces, una agenda mediática mayormente sesgada y alejada también de los preceptos básicos del periodismo.

La frontera entre autonomía periodística y poder político es muy corta y frágil, por lo que el proceso de transición puede acarrear formas de estigma social frente al cual, diario El Telégrafo tiene que sobreponerse. En tal virtud, la lucha de El Telégrafo no radica únicamente en alcanzar un mayor grado de autonomía para sus periodistas, sino que debe pugnar por legitimarse como medio público y por el reconocimiento social. Esto se lo alcanza a través del tipo de agenda que maneje: a mayor autonomía periodística, mayor libertad en la construcción de la agenda mediática. Así, del tipo de agenda depende el tipo de impacto en la opinión pública. Es en este último terreno donde se evidencia los grados de injerencia de los poderes políticos o económicos.

Por otro lado, el diseño editorial va de la mano con los contenidos. El contenido informativo determina el tipo de diseño. Este último posiciona y jerarquiza la información, además de permitir que su lectura sea fluida. El diseño es una herramienta tecnológica cuya aplicación determina la identidad del periódico y depende del formato que se haya escogido para su construcción. El Telégrafo es de formato berliner, muy común en el centro de Europa. Este tipo de formato permite mejor legibilidad y manejo del producto editorial, además de que su presentación va acorde con lo que los expertos llaman un periodismo serio. El berliner es un diseño accesible que no genera incomodidad, por lo que con este formato se pretende alcanzar los fines del medio público que se puede resumir en democratizar la información.

Por otro lado, El Telégrafo es un producto editorial de la empresa Editogran S.A. que tiene un 99,997% de capital público. No es un medio público como tal, puesto que para que se constituya en empresa pública necesita el 100% de capital estatal. Sin embargo es una empresa incautada que es administrada por el Ministerio de Finanzas. A pesar de eso, su planta de trabajadores no se rige por un escalafón salarial ni cuenta con los beneficios de los empleados del sector público, aunque existe intervención en los capitales que genera como industria. La venta de otros productos editoriales hace que los recursos captados se reinviertan a favor de la misma empresa, lo cual significa que no hay repartición de utilidades.

El Telégrafo es un medio público por mística, más que por cuestiones administrativas. Administrativamente no se puede hablar de un medio público, pues es una sociedad anónima, aunque en la forma de tratar los contenidos se puede decir lo contrario. El hecho de buscar actores sociales ubicados en las esferas sociales no consagradas marca una tendencia positiva en el quehacer periodístico local.

A nivel empresarial, los mecanismos de financiamiento responden a fondos públicos canalizados a través de partidas presupuestarias. Diario El Telégrafo está en manos del Ministerio de Finanzas, por lo que su máxima autoridad es el ministro de turno. Esta condición se cumple, a pesar de no estar vigente la Ley de Comunicación. Si entrase en vigencia esta normativa, entonces los canales de financiación podrían ampliarse. Los recursos podrían venir de organismos internacionales, por ejemplo.

Diario El Telégrafo maneja fondos públicos, pero también se financia por la venta de otros productos editoriales que ofrece Editogran S.A., a parte del matutino. La

subsistencia material de el Telégrafo también radica en la venta de otros productos editoriales, por lo que existen distintas formas de sustentar un proyecto comunicacional, sin la necesidad de generar dependencia absoluta de la publicidad.

El mayor problema que enfrenta El Telégrafo radica en su propia identidad empresarial que aún sigue siendo privada. El hecho de ser un medio incautado por el Estado ecuatoriano, permite que su proceder periodístico responda a lineamientos editoriales oficiales, los mismos que se enmarcan en la política del “Buen Vivir”. Su línea editorial se asemeja casi al 100% a lo que el nuevo Proyecto de Ley de Comunicación dice al respecto de los medios públicos. La creación de estos, si se aprueba esta ley, podrá realizarse bajo decreto. Hasta la fecha no existe un decreto que avale la fundación de El Telégrafo como medio público. Editogran S.A. es una empresa incautada y administrada por el Estado ecuatoriano, que se ha acoplado a sus proyectos sociales, pues la mayoría de su capital responde a fondos públicos, por lo que su funcionamiento puede dar la percepción de ser un medio público, pero desde la parte administrativa y jurídica esa figura no se aplica. Sobre todo en la última, pues aún no se ha aprobado la normativa que establece la creación de un medio público por decreto, ordenanza o resolución.

Además, la Ley es la única que puede garantizar la autonomía editorial y la no injerencia de factores externos que determinen el andamiaje de contenidos. En tal virtud, la condición de El Telégrafo en sus aspectos administrativos son frágiles, por lo que la producción de contenidos será proclive a cuestionamientos constantes, mientras no se haya aprobado la legislación que garantice el respeto al ejercicio periodístico autónomo de un medio público.